DOCUMENT DE TRAVAIL

ARRÊT DU TRIBUNAL (neuvième chambre)

4 mars 2026 (*)

« Marque de l'Union européenne – Procédure d'opposition – Demande de marque de l'Union européenne figurative Pol's FREEZE FRESH – Marques de l'Union européenne figuratives antérieures PAUL depuis 1889 et PAUL LE CAFE – Motif relatif de refus – Atteinte au caractère distinctif ou à la renommée de la marque antérieure – Article 8, paragraphe 5, du règlement (UE) 2017/1001 – Lien entre les marques en conflit »

Dans l'affaire T-106/25,

Pols Erm Tarim Anonim Sirketi, établie à Ankara (Turquie), représentée par Me L. Todev, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par Mme D. Stoyanova-Valchanova et M. V. Ruzek, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'EUIPO ayant été

Holder SAS, établie à Marcq-en-Barœul (France),

LE TRIBUNAL (neuvième chambre),

composé de Mme S. Kingston, présidente, MM. P. Zilgalvis (rapporteur) et J. Hettne, juges,

greffier : Mme P. Nuñez Ruiz, administratrice,

vu la phase écrite de la procédure,

à la suite de l'audience du 20 novembre 2025,

rend le présent

Arrêt

1 Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Pols Erm Tarim Anonim Sirketi, demande l'annulation et la réformation de la décision de la quatrième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 13 décembre 2024 (affaire R 1369/2024-4) (ci-après la « décision attaquée »).

I. Antécédents du litige

2 Le 6 septembre 2022, la requérante a présenté à l'EUIPO, en vertu du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1), une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne pour le signe figuratif suivant :



3 La marque demandée désignait notamment les produits relevant des classes 29, 30, 31 et 32 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondant, pour certains produits de chacune de ces classes, à la description suivante :

– Classe 29 : « Poissons, fruits de mer et mollusques non vivants ; viande et produits à base de viande ; insectes et larves préparés ; fruits, champignons, légumes, fruits à coque et légumineuses transformés ; peaux pour charcuterie et leurs imitations ; potages et bouillons, extraits de viande ; plats préparés à base de légumes ; salades préparées ; plats préparés à base de viande ; plats préparés à base de succédanés de fruits de mer ; plats préparés à base de volaille [la volaille étant l'ingrédient principal] ; plats préparés à base de viande [la viande étant l'ingrédient principal] ; plats préparés à base de succédanés de poisson ; plats préparés principalement à base d'œufs ; plats préparés principalement à base de poulet ; plats préparés principalement à base de lard ; plats cuisinés essentiellement composés de kebab ; plats préparés principalement composés de substituts de viande ; plats préparés principalement à base de dinde ; plats préparés essentiellement à base de gibier ; plats préparés essentiellement à base de croquettes de poisson, de légumes, d'œufs durs et de bouillon (oden) ; plats préparés principalement à base de fruits de mer » ;

– Classe 30 : « Café, thés, cacao et leurs succédanés ; glace, crèmes glacées, yaourts glacés et sorbets ; grains transformés, amidons et dérivés, préparations pour boulangerie et levures ; sels, assaisonnements, arômes et condiments ; sucres, édulcorants naturels, enrobages et fourrages sucrés, produits apicoles ; pain ; barres de céréales et barres énergétiques ; pâtisseries, gâteaux, tartes et biscuits ; bonbons (sucreries), friandises et gomme à mâcher » ;

– Classe 31 : « Produits de l'agriculture et de l'aquaculture, produits de l'horticulture ; animaux vivants, organismes pour l'élevage » ;

– Classe 32 : « Bière et bière sans alcool ; boissons sans alcool ; préparations sans alcool pour faire des boissons ».

4 Le 12 janvier 2023, Holder SAS, l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours, a formé opposition à l'enregistrement de la marque demandée pour l'ensemble des produits et des services visés par cette marque dont ceux mentionnés au point 3 ci-dessus.

5 L'opposition était fondée sur les marques antérieures suivantes :

– la marque de l'Union européenne figurative PAUL depuis 1889, reproduite ci-après, enregistrée le 26 mars 2019 sous le numéro 17057019, désignant des produits et des services relevant des classes 29, 30, 32, 35 et 43 et correspondant, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

– Classe 29 : « Plats préparés (ou cuisinés) à base de légumes, de viande, de poisson, de volaille ou de gibier ; viande, poisson, volaille et gibier ; fruits et légumes conservés, surgelés, séchés et cuits ; chips (pommes de terre) ; olives conservées, tapenades ; noix, noisettes et amandes préparées ; cornichons, gelées, confitures, compotes, salades de fruits, fruits confits, en-cas à base de fruits, salades de légumes, potages ; œufs, lait et produits laitiers ; huiles et graisses comestibles ; charcuterie, crustacés (non vivants), conserves de viande, conserves de poisson ; boissons lactées où le lait prédomine » ;

– Classe 30 : « Plats préparés (ou cuisinés) à base de pâte, de pâtes alimentaires ou de riz ; café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café ; farines alimentaires et préparations faites de céréales ; pain, biscottes, pâtisserie, confiserie, viennoiserie, gâteaux, crêpes (alimentation), décorations comestibles pour gâteaux, pizzas, quiches, tacos, tortillas, sandwiches, pâtes alimentaires, pâtés à la viande, glaces alimentaires, crème anglaise, miel, sirop de mélasse, levure, poudre pour faire lever, sel, moutarde, vinaigre, assaisonnements, condiments, herbes potagères conservées, épices, glace à rafraîchir, chocolat ; boissons à base de café, de thé, de cacao ou de chocolat ; mayonnaises » ;

– Classe 32 : « Bières, eaux minérales et gazeuses, boissons non alcooliques et préparations pour faire des boissons (à l'exception de celles à base de café, de thé ou de cacao, et des boissons lactées), boissons de fruits et jus de fruits, sirops pour boissons, boissons à base de petit-lait, limonades, nectars de fruit, sodas, apéritifs sans alcool, essences pour la préparation de boissons » ;

– Classe 35 : « Services de vente au détail de denrées alimentaires et entre autres de plats préparés (ou cuisinés) à base de légumes, de viande, de poisson, de volaille ou de gibier, viande, poisson, volaille et gibier, fruits et légumes conservés, surgelés, séchés et cuits, chips (pommes de terre), olives conservées, tapenades, noix, noisettes et amandes préparées, cornichons, gelées, confitures, compotes, salades de fruits, fruits confits, en-cas à base de fruits, salades de légumes, potages, œufs, lait et produits laitiers, huiles et graisses comestibles, charcuterie, crustacés (non vivants), conserves de viande, conserves de poisson, boissons lactées où le lait prédomine, plats préparés (ou cuisinés) à base de pâte, de pâtes alimentaires ou de riz, café, thé, cacao, sucre, riz, tapioca, sagou, succédanés du café, farines alimentaires et préparations faites de céréales, pain, biscottes, pâtisserie, confiserie, viennoiserie, gâteaux, crêpes (alimentation), décorations comestibles pour gâteaux, pizzas, quiches, tacos, tortillas, sandwiches, pâtes alimentaires, pâtés à la viande, glaces alimentaires, crème anglaise, miel, sirop de mélasse, levure, poudre pour faire lever, sel, moutarde, vinaigre, assaisonnements, condiments, herbes potagères conservées, épices, glace à rafraîchir, chocolat, boissons à base de café, de thé, de cacao ou de chocolat, mayonnaises » ;

– Classe 43 : « Services de restauration (alimentation), services de traiteurs, restaurants libre-service, restaurants à service rapide et permanent (snack-bars), cafétérias, cafés-restaurants, services de bars, salons de thé, préparation de repas et de plats à emporter » :



– la marque de l'Union européenne figurative PAUL LE CAFE, reproduite ci-après, enregistrée le 14 mars 2019, sous le numéro 17092719 et désignant des produits et des services relevant des classes 29, 30, 35 et 43 :

6 Les motifs invoqués à l'appui de l'opposition étaient ceux visés à l'article 8, paragraphe 1, sous b), et paragraphe 5, du règlement 2017/1001.

7 Le 6 mai 2024, la division d'opposition a accueilli l'opposition fondée sur la marque antérieure PAUL depuis 1889 sur le fondement de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 pour les produits visés au point 3 ci-dessus.

8 Le 5 juillet 2024, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'opposition.

9 Par la décision attaquée, la chambre de recours a partiellement fait droit au recours. D'une part, elle a annulé la décision de la division d'opposition en tant qu'elle avait accueilli l'opposition et rejeté la demande de la requérante en ce qui concerne les « animaux vivants, organismes pour l'élevage » relevant de la classe 31. D'autre part, elle a rejeté le recours pour les autres produits visés au point 3 ci-dessus.

10 En ce qui concerne les produits pour lesquels la chambre de recours a rejeté le recours, premièrement, elle a en substance considéré, en concentrant la comparaison des signes en conflit sur le public français, que ces signes présentaient un faible degré de similitude visuelle, un degré élevé ou très élevé de similitude phonétique, ainsi qu'un degré élevé de similitude conceptuelle dans l'hypothèse où il serait admis que le nom Paul véhicule un concept sémantique. Deuxièmement, elle a relevé que la renommée de la marque antérieure PAUL depuis 1889 a été démontrée pour une partie significative, à tout le moins, du public français, pour les préparations faites de céréales, le pain et les pâtisseries relevant de la classe 30, les services de vente au détail de denrées alimentaires, à savoir les préparations faites de céréales, pain et pâtisseries relevant de la classe 35 et les services de restauration (alimentation) relevant de la classe 43. Troisièmement, ladite chambre a estimé que le lien entre les marques en conflit est établi en ce qui concerne les produits et les services en cause dans la mesure où, selon elle, il existe un lien étroit entre les produits et les services pour lesquels la renommée de la marque antérieure PAUL depuis 1889 a été prouvée et les produits visés par la marque demandée cités au point 3 ci-dessus, à l'exception des « animaux vivants, organismes pour l'élevage » relevant de la classe 31. Enfin, quatrièmement, elle a considéré que la marque demandée était susceptible de tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure PAUL depuis 1889 dans la perception du public pertinent, sans que la requérante n'ait établi l'existence d'un juste motif au soutien de sa demande d'enregistrement.

II. Conclusions des parties

11 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

– annuler la décision attaquée pour autant que cette dernière n'a pas fait droit à ses prétentions ;

– ordonner à l'EUIPO d'examiner à nouveau l'opposition ou, à titre subsidiaire, réformer la décision attaquée en ce sens qu'il n'existe pas de motifs relatifs de refus d'enregistrement de la marque demandée pour tous les produits pour lesquels l'opposition a été accueillie ;

– condamner l'EUIPO et, le cas échéant, l'intervenante aux dépens, y compris ceux exposés devant la division d'opposition et la chambre de recours.

12 L'EUIPO conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

– rejeter le recours ;

– condamner la requérante aux dépens en cas de convocation à une audience.

III. En droit

A. Sur les conclusions tendant à ce qu'il soit ordonné à l'EUIPO d'examiner à nouveau l'opposition

13 L'EUIPO soutient notamment que les conclusions de la requérante tendant à ce que le Tribunal lui ordonne d'examiner à nouveau l'opposition sont irrecevables au motif qu'il n'appartient pas au Tribunal d'adresser des injonctions à une institution, un organe ou un organisme de l'Union.

14 Interrogée sur ce point lors de l'audience, la requérante a indiqué que ces conclusions correspondent à la pratique du Tribunal et, par conséquent, devraient être recevables.

15 À cet égard, il suffit de rappeler que, dans le cadre du contrôle de légalité fondé sur l'article 263 TFUE, le Tribunal n'a pas compétence pour prononcer des injonctions à l'encontre des institutions, des organes et des organismes de l'Union européenne (voir ordonnance du 26 octobre 1995, Pevasa et Inpesca/Commission, C-199/94 P et C-200/94 P, EU:C:1995:360, point 24 et jurisprudence citée ; voir également, en ce sens, arrêt du 25 septembre 2018, Suède/Commission, T-260/16, EU:T:2018:597, point 104 et jurisprudence citée).

16 Il s'ensuit qu'il y a lieu de rejeter les conclusions de la requérante tendant à ce que le Tribunal ordonne à l'EUIPO d'examiner à nouveau l'opposition pour cause d'incompétence.

B. Sur le fond

17 À l'appui de son recours, la requérante invoque trois moyens, tirés, le premier, de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, le deuxième, de l'absence de prise en compte du faible caractère distinctif des marques antérieures, et, le troisième, de la violation de l'article 8, paragraphe 5, du même règlement.

1. *Sur les premier et deuxième moyens, en ce qu'il sont tirés de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001*

18 Il y a lieu de relever que le premier moyen est intitulé comme étant tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001. En particulier, à l'appui de ce moyen ainsi que dans le cadre du deuxième moyen, la requérante a soutenu que la chambre de recours a commis une erreur dans l'appréciation du risque de confusion.

19 Or, à l'instar de l'EUIPO, il convient de constater que la chambre de recours a examiné le motif visé à l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 uniquement concernant les « animaux vivants et les organismes pour l'élevage » relevant de la classe 31 pour lesquels, ainsi qu'il est indiqué au point 9 ci-dessus, la requérante a obtenu satisfaction et qui, eu égard au premier chef de conclusions de la requérante, ne relèvent pas de l'objet du présent litige.

20 À cet égard, il y a lieu de rappeler que dans la mesure où des moyens qui ne visent pas à contester les motifs pour lesquels la chambre de recours a rejeté le recours formé devant elle ne permettent pas d'établir l'illégalité de la décision prise par ladite chambre, ils sont insusceptibles d'emporter l'annulation de cette décision et peuvent être rejetés comme inopérants [voir, en ce sens, arrêt du 27 avril 2022, Group Nivelles/EUIPO – Easy Sanitary Solutions (Caniveau d'évacuation de douche), T-327/20, EU:T:2022:263, point 101 et jurisprudence citée].

21 Tel est le cas en l'espèce s'agissant du premier moyen et du deuxième moyen, en ce qu'ils sont tirés de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, la décision attaquée, en ce qui concerne les produits relevant du présent litige, étant fondée sur l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, et non sur l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce règlement.

22 Il est vrai que, dans le cadre de l'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public figure parmi les facteurs pertinents en vue de l'appréciation du lien existant entre les marques en conflit [ordonnance du 29 janvier 2025, Fashion Box/EUIPO – Ghostthinker (RE:PLAY), T-164/24, non publiée, EU:T:2025:123, point 21 ; voir également, par analogie, arrêt du 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655,

points 41 et 42]. Force est toutefois de constater qu'en l'espèce, la chambre de recours n'a pas conclu à l'existence d'un tel risque.

23 Il s'ensuit que les premier et deuxième moyens doivent être rejetés comme inopérants, en ce qu'il sont tirés de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001.

24 Cependant, il doit être relevé que l'argumentation développée au soutien du premier moyen et du deuxième moyen contient des arguments qui sont relatifs à la similitude des signes en conflit et qui sont pertinents pour l'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, qui constitue la seule base légale examinée par la chambre de recours pour les produits relevant du présent litige. En particulier, le deuxième moyen porte sur le caractère distinctif des marques antérieures, qui constitue également un critère pertinent pour l'application de la disposition précitée. Par ailleurs, interrogée sur ce point lors de l'audience, la requérante a confirmé que ses arguments visent tant la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 que la violation de l'article 8, paragraphe 5, du même règlement.

25 En effet, conformément à une jurisprudence constante, la notion de similitude entre les marques en conflit et les critères à prendre en compte lors de l'appréciation de la similitude entre ces marques sont les mêmes en cas de refus de l'enregistrement d'une marque demandée en raison d'un risque de confusion, en application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, et en cas de refus d'enregistrement en raison d'une atteinte à la renommée d'une marque antérieure, aux termes de l'article 8, paragraphe 5, du même règlement [voir arrêt du 24 septembre 2025, Tamasu Butterfly Europa/EUIPO – Domu Brands (BTFY), T-326/24, non publié, EU:T:2025:892, point 81 et jurisprudence citée].

26 Par conséquent, il y a lieu d'examiner ensemble le troisième moyen et l'ensemble des arguments de la requérante invoqués au soutien des premier et deuxième moyens et qui sont relatifs à la similitude des signes en conflit ainsi qu'à leur caractère distinctif.

2. ***Sur le troisième moyen, tiré de la violation de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 et les premier et deuxième moyens, en ce qu'ils sont relatifs à la similitude des signes en conflit ainsi qu'à leur caractère distinctif***

27 La requérante conteste, premièrement, les considérations de la chambre de recours relatives à la comparaison des signes en conflit, deuxièmement, les appréciations de ladite chambre en ce qui concerne la renommée des marques antérieures, troisièmement, les considérations relatives au caractère distinctif intrinsèque des marques antérieures ainsi qu'au lien entre les marques en conflit et, quatrièmement, les conclusions de la chambre de recours relatives au profit indu que la marque demandée tirerait sans juste motif du caractère distinctif ou de la renommée des marques antérieures.

28 L'EUIPO conteste les allégations de la requérante.

29 Aux termes de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement si elle est identique ou similaire à une marque antérieure, indépendamment du fait que les produits ou les services pour lesquels elle est demandée sont identiques, similaires ou non similaires à ceux pour lesquels la marque antérieure est enregistrée, lorsque cette marque antérieure est une marque de l'Union européenne jouissant d'une renommée dans l'Union ou une marque nationale jouissant d'une renommée dans l'État membre concerné, et que l'usage sans juste motif de la marque demandée tirerait indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de cette marque antérieure ou leur porterait préjudice.

30 À cet égard, il y a lieu de rappeler que, si la fonction première d'une marque consiste en sa fonction d'origine, toute marque possède aussi une valeur économique intrinsèque, autonome et distincte par rapport à celle des produits ou des services pour lesquels elle a été enregistrée. En effet, les messages que véhicule une marque renommée ou qui lui sont associés confèrent à celle-ci une valeur importante et digne de protection, et ce d'autant plus que, dans la plupart des cas, la renommée d'une marque est le résultat d'efforts et d'investissements considérables de son titulaire. Ainsi, l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 assure la protection d'une marque renommée à l'égard de toute demande de marque identique ou similaire qui pourrait porter atteinte à son image, même si les produits ou les

services visés par la marque demandée ne sont pas analogues à ceux pour lesquels la marque antérieure a été enregistrée [voir, en ce sens, arrêt du 22 mars 2007, Sigla/OHMI – Elleni Holding (VIPS), T-215/03, EU:T:2007:93, point 35].

31 La protection élargie accordée à la marque antérieure par l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 présuppose donc la réunion de plusieurs conditions. Premièrement, la marque antérieure prétendument renommée doit être enregistrée. Deuxièmement, cette dernière et celle dont l'enregistrement est demandé doivent être identiques ou similaires. Troisièmement, dans le cas d'une marque de l'Union européenne antérieure, elle doit jouir d'une renommée dans l'Union. Quatrièmement, l'usage sans juste motif de la marque demandée doit conduire au risque qu'un profit puisse être indûment tiré du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure ou qu'un préjudice puisse être porté au caractère distinctif ou à la renommée de la marque antérieure. Ces conditions étant cumulatives, l'absence de l'une d'entre elles suffit à rendre inapplicable ladite disposition [voir arrêts du 22 mars 2007, VIPS, T-215/03, EU:T:2007:93, point 34 et jurisprudence citée, et du 31 mai 2017, Alma-The Soul of Italian Wine/EUIPO – Miguel Torres (SOTTO IL SOLE ITALIANO SOTTO il SOLE), T-637/15, EU:T:2017:371, point 29 et jurisprudence citée].

32 S'agissant de la quatrième condition définie à l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, les atteintes qui y sont visées, lorsqu'elles se produisent, découlent d'un certain degré de similitude entre la marque antérieure et la marque demandée, en raison duquel le public concerné effectue un rapprochement entre ces deux marques. En d'autres termes, le public concerné établit un lien entre celles-ci, alors même qu'il ne les confond pas (voir arrêt du 26 juillet 2017, Staatliche Porzellan-Manufaktur Meissen/EUIPO, C-471/16 P, non publié, EU:C:2017:602, point 50 et jurisprudence citée). L'existence d'un tel lien dans l'esprit du public pertinent entre la marque demandée et la marque antérieure est, par conséquent, une condition, implicite, essentielle pour l'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 [voir arrêt du 26 septembre 2018, Puma/EUIPO – Doosan Machine Tools (PUMA), T-62/16, EU:T:2018:604, point 22 et jurisprudence citée].

33 En l'espèce, il y a lieu de relever que l'opposition au titre de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 a été accueillie par la division d'opposition, ainsi que par la chambre de recours sur le seul fondement de la marque antérieure PAUL depuis 1889. En effet, la chambre de recours, à l'instar de la division d'opposition, a considéré que la renommée de la marque antérieure PAUL LE CAFE n'a pas été démontrée en l'espèce. Partant, aux fins de l'examen du présent moyen, l'expression « marque antérieure » visera uniquement la marque antérieure PAUL depuis 1889.

34 De même, il convient de rappeler que le présent litige concerne uniquement les produits pour lesquels le recours contre la décision de la division d'opposition a été rejeté par la chambre de recours, c'est-à-dire les produits visés au point 3 ci-dessus, à l'exception des « animaux vivants, organismes pour l'élevage » relevant de la classe 31.

a) ***Sur la comparaison des signes en conflit***

35 Il y a lieu de relever que la condition relative à l'identité ou à la similitude des marques en conflit est commune aux paragraphes 1, sous b), et 5 de l'article 8 du règlement 2017/1001. Cette condition présuppose, tant dans le cadre de l'article 8, paragraphe 1, sous b), de ce règlement que dans celui du paragraphe 5 dudit article, l'existence, notamment, d'éléments de ressemblance visuelle, phonétique ou conceptuelle [voir arrêt du 11 juin 2025, Fattorie Garofalo - Società Cooperativa Agricola/EUIPO – Pastificio Lucio Garofalo (fattorie garofalo), T-1036/23, non publié, EU:T:2025:592, point 37 et jurisprudence citée].

36 Toutefois, le degré de similitude requis dans le cadre de l'une et de l'autre desdites dispositions est différent. En effet, tandis que la mise en œuvre de la protection instaurée par l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 est subordonnée à la constatation d'un degré tel de similitude entre les marques en conflit qu'il existe, dans l'esprit du public concerné, un risque de confusion quant à l'origine commerciale des produits ou des services visés par ces marques, l'existence d'un tel risque n'est pas requise pour la protection conférée par le paragraphe 5 de ce même article. Ainsi, les atteintes visées à l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 peuvent être la conséquence d'un degré moindre de similitude entre les marques antérieure et demandée, pour autant que celui-ci soit suffisant pour que le public pertinent effectue un rapprochement entre lesdites marques, c'est-à-dire établisse un

lien entre celles-ci. En revanche, il ne ressort ni du libellé desdites dispositions ni de la jurisprudence que la similitude entre les marques en conflit devrait être appréciée de manière différente selon qu'elle est effectuée au regard de l'une ou de l'autre de ces dispositions (voir arrêt du 11 juin 2025, fattorie garofalo, T-1036/23, non publié, EU:T:2025:592, point 38 et jurisprudence citée).

37 Dans ce contexte, il ressort de la jurisprudence relative à l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 que l'appréciation de la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit doit être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (voir, en ce sens, arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 35 et jurisprudence citée).

38 À titre liminaire, il convient de relever que la chambre de recours, pour effectuer la comparaison des signes en conflit, s'est concentrée sur le public français. La requérante ne conteste pas cette approche.

1) *Sur les éléments dominants et distinctifs des signes*

39 La requérante soutient qu'il n'existe aucune similitude pertinente entre la marque demandée et la marque antérieure. Elle avance que la chambre de recours, en examinant la marque demandée, a limité son analyse à l'élément « pol's » et a exclu à tort l'élément « freeze fresh » prétendument dépourvu de caractère distinctif. Les produits visés par la marque demandée seraient séchés en utilisant la méthode de lyophilisation des produits, connue du public pertinent, et non pas congelés, de sorte que l'élément « freeze fresh » ne serait pas considéré comme descriptif par le public pertinent. De même, cet élément contiendrait une contradiction intrinsèque dans la mesure où un produit congelé ne serait pas perçu par le public comme étant frais, de sorte que cet élément ne décrirait pas les produits proposés par la requérante. En outre, la requérante utiliserait l'élément « freeze fresh » comme nom de domaine pour son site Internet. De surcroît, la requérante soutient que l'élément « paul » fait partie des prénoms courants dans les traditions de dénomination des langues romaines et germaniques et devrait être considéré comme ayant un très faible caractère distinctif, voire comme en étant dépourvu.

40 L'EUIPO conteste les allégations de la requérante.

41 Il convient de rappeler que l'appréciation de la similitude entre deux marques ne peut se limiter à prendre en considération uniquement un composant d'une marque complexe et à le comparer avec une autre marque. Il y a lieu, au contraire, d'opérer la comparaison en examinant les marques en cause, considérées chacune dans son ensemble, ce qui n'exclut pas que l'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe puisse, dans certaines circonstances, être dominée par un ou plusieurs de ses composants (voir arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 41 et jurisprudence citée). Ce n'est que si tous les autres composants de la marque sont négligeables que l'appréciation de la similitude pourra se faire sur la seule base de l'élément dominant (arrêt du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, point 42). Tel pourrait notamment être le cas lorsque ce composant est susceptible de dominer à lui seul l'image de cette marque que le public pertinent garde en mémoire, de telle sorte que tous les autres composants de la marque sont négligeables dans l'impression d'ensemble produite par celle-ci (arrêt du 20 septembre 2007, Nestlé/OHMI, C-193/06 P, non publié, EU:C:2007:539, point 43).

42 Aux fins d'apprécier le caractère distinctif d'un élément composant une marque, il y a lieu d'examiner l'aptitude plus ou moins grande de cet élément à contribuer à identifier les produits ou les services pour lesquels la marque a été enregistrée comme provenant d'une entreprise déterminée et donc à distinguer ces produits ou ces services de ceux d'autres entreprises. Lors de cette appréciation, il convient de prendre en considération notamment les qualités intrinsèques de l'élément en cause au regard de la question de savoir si celui-ci est ou non dénué de tout caractère descriptif des produits ou des services pour lesquels la marque a été enregistrée [arrêts du 13 juin 2006, Inex/OHMI – Wiseman (Représentation d'une peau de vache), T-153/03, EU:T:2006:157, point 35, et du 13 décembre 2007, Cabrera Sánchez/OHMI – Industrias Cárnicas Valle (el charcutero artesano), T-242/06, non publié, EU:T:2007:391, point 51].

43 Quant à l’appréciation du caractère dominant d’un ou plusieurs composants déterminés d’une marque complexe, il convient de prendre en compte, notamment, les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe [arrêt du 23 octobre 2002, Matratzen Concord/OHMI – Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, EU:T:2002:261, point 35].

44 Enfin, lorsqu’une marque est composée d’éléments verbaux et figuratifs, les premiers sont, en principe, plus distinctifs que les seconds, car le consommateur moyen fera plus facilement référence au produit en cause en citant le nom qu’en décrivant l’élément figuratif de la marque [voir arrêt du 28 septembre 2022, Copal Tree Brands/EUIPO – Sumol + Compal Marcas (COPAL TREE), T-572/21, non publié, EU:T:2022:594, point 31 et jurisprudence citée].

45 En l’espèce, s’agissant de la marque antérieure, la chambre de recours a considéré que l’élément verbal « paul », écrit en lettres majuscules blanches, constituait le seul élément distinctif et dominant de cette marque. En effet, elle a constaté que les autres éléments composant ce signe, à savoir, d’une part, l’élément « depuis 1889 », écrit en très petits caractères, était à peine lisible et serait perçu comme la date de début de l’activité de la titulaire de la marque, et, d’autre part, le carré noir, encadré par une ligne blanche, correspondait à des formes géométriques simples et serait perçu comme décoratif, de sorte que ces éléments étaient dépourvus de caractère distinctif.

46 En ce qui concerne la marque demandée, la chambre de recours a estimé que l’élément verbal « pol’s », écrit dans une police de caractères stylisée de couleur blanche, sur un fond orange, pouvait être clairement perçu comme tel, à tout le moins par une partie non négligeable du public pertinent. Quant aux éléments verbaux « freeze » et « fresh », elle a considéré qu’ils seront compris par le public français en raison, d’une part, de leur proximité avec les termes français « freezer » et « frais », et, d’autre part, du fait que le terme « fresh » fait partie du vocabulaire élémentaire de la langue anglaise. Par conséquent, ladite chambre a considéré que l’élément « freeze fresh » indiquerait que les produits visés relevant de la classe 29 et en partie ceux relevant des classes 30 et 32 étaient congelés et frais ou fraîchement congelés, tandis que pour les autres produits relevant des classes 30 et 32, ces éléments peuvent faire référence au fait que ces produits donnent la sensation d’être congelés et frais. En ce qui concerne les produits de l’agriculture, de l’aquaculture et de l’horticulture, la chambre de recours a indiqué que ces produits peuvent être congelés afin de rester frais. Ainsi, l’élément « freeze fresh » serait descriptif et, partant, dépourvu de caractère distinctif pour l’ensemble de ces produits, de sorte que, pour ces produits, l’élément « pol’s » serait le seul élément distinctif.

47 Enfin, en ce qui concerne l’argument de la requérante selon lequel les produits concernés ne sont pas congelés, mais plutôt déshydratés au moyen d’un processus particulier qui implique de congeler le produit et de vaporiser ensuite les cristaux de glace, la chambre de recours a indiqué que le caractère distinctif d’une marque doit être défini par rapport aux produits visés par cette marque.

48 S’agissant, dans un premier temps, de la marque antérieure, la requérante ne conteste pas que l’élément « paul » est dominant dans celle-ci. Quant au caractère distinctif de cet élément, il doit être constaté que, contrairement à ce que fait valoir la requérante, il n’est pas faiblement distinctif en dépit de la circonstance qu’il s’agit d’un prénom masculin courant. En effet, comme l’a indiqué à juste titre la chambre de recours, il ne donne aucune indication sur les caractéristiques des produits et des services couverts par la marque antérieure et n’a aucun rapport avec eux. En outre, il convient de constater que la chambre de recours n’a pas commis d’erreur d’appréciation en considérant que les autres éléments composant la marque antérieure étaient dépourvus de caractère distinctif (voir point 45 ci-dessus).

49 Il en découle que c’est sans commettre d’erreur d’appréciation que la chambre de recours a conclu que, dans la marque antérieure, l’élément « paul » constituait l’élément distinctif et dominant.

50 S’agissant, dans un second temps, de la marque demandée, force est de constater qu’aucun des éléments la composant, à savoir « pol’s » et « freeze fresh » n’a été considéré comme dominant par la chambre de recours. Cette constatation est exempte d’erreur d’appréciation. De même, la chambre de recours était fondée à soutenir que l’élément « pol’s » ne décrivant pas les caractéristiques des produits visés par la marque demandée, était distinctif.

51 La requérante reproche à la chambre de recours d'avoir considéré que l'élément « freeze fresh » était faiblement distinctif. Or, ainsi qu'il ressort du point 46 ci-dessus, ladite chambre a indiqué que le public francophone comprendrait la signification des termes anglais « freeze » et « fresh » en raison de leur proximité avec les termes français « freezer » et « frais ». De surcroît, le terme « fresh » ferait partie du vocabulaire élémentaire de la langue anglaise et serait également reconnu par la majorité de la partie francophone du public pertinent.

52 À cet égard, il convient de rappeler qu'en vertu de la jurisprudence, un terme relevant du vocabulaire de base de la langue anglaise pourrait être aisément compris par la partie non-anglophone du public pertinent même si celle-ci ne possède que des rudiments d'anglais. De même, lorsque des termes anglais ont un équivalent dans la langue du public non anglophone et qu'un lien peut être établi par ledit public entre ces termes et leur traduction dans la langue concernée, il est considéré que ledit public comprend leur signification [voir, en ce sens, arrêt du 19 juin 2024, Naturgy Energy Group/EUIPO – Global Power Service (gps global power service), T-312/23, non publié, EU:T:2024:399, points 36 et 38 et jurisprudence citée]. Cette jurisprudence s'applique également au terme « freezer » qui est couramment utilisé en français pour désigner le compartiment à glace d'un réfrigérateur et qui, en conséquence, fait partie du vocabulaire de langue anglaise connu et compris par une grande partie du public pertinent [voir, par analogie, arrêt du 30 avril 2014, Beyond Retro/OHMI – S&K Garments (BEYOND VINTAGE), T-170/12, non publié, EU:T:2014:238, point 68 et jurisprudence citée]. Il s'ensuit que la chambre de recours n'a pas commis d'erreur d'appréciation lorsqu'elle a considéré que l'élément « freeze fresh » serait compris par le public francophone.

53 De même, ainsi que l'a indiqué la chambre de recours, l'élément « freeze fresh » peut être perçu par le public comme étant descriptif pour les produits visés par la marque demandée. En effet, cet élément tend à indiquer que les produits en cause, qui sont des produits alimentaires dans leur ensemble, sont congelés et frais ou fraîchement congelés ou donnent la sensation de l'être. À cet égard, force est de constater que l'argument de la requérante selon lequel les produits ne pourraient pas être frais et congelés à la fois n'est pas fondé car, ainsi qu'il ressort du point 31 de la décision attaquée, la majorité des produits visés par la marque demandée peuvent être congelés afin d'en conserver la fraîcheur.

54 De surcroît, la seule circonstance, évoquée lors de l'audience, que les éléments « freeze fresh » ne sauraient revêtir un caractère descriptif pour certains produits relevant de la classe 30, tels que le café et le thé, n'est pas de nature à remettre en cause le bien-fondé des appréciations de la chambre de recours. En effet, ainsi que l'EUIPO l'a indiqué lors de l'audience sans que la requérante ne le conteste, l'appréciation de cette chambre selon laquelle ces éléments peuvent faire référence à une sensation de fraîcheur est également pertinente pour le café et le thé qui peuvent être consommés sous la forme de thé glacé ou de café glacé ou frappé.

55 S'agissant de l'allégation de la requérante selon laquelle les produits visés par la marque demandée ne sont pas congelés, mais séchés en utilisant la méthode de lyophilisation, il doit être rappelé, à l'instar de la chambre de recours, que, dans le cadre de la procédure d'opposition, l'EUIPO peut seulement prendre en compte la liste de produits et de services demandés telle qu'elle découle de la demande de marque concernée, sous réserve des modifications éventuelles de cette dernière [voir, en ce sens, arrêt du 14 février 2019, Giove Gas/EUIPO – Primagaz (KALON AL CENTRO DELLA FAMIGLIA), T-34/18, non publié, EU:T:2019:94, point 28 et jurisprudence citée]. Or, la liste des produits visés par la marque demandée (voir point 3 ci-dessus) ne comporte pas d'indications sur les procédés de préparation et n'implique donc pas par elle-même de recourir à la méthode de lyophilisation invoquée par la requérante. Ainsi, c'est à bon droit que la chambre de recours a considéré, au point 32 de la décision attaquée, que, en l'espèce, le procédé de fabrication des produits visés par la demande de la requérante était dénué de pertinence pour l'appréciation du caractère distinctif des éléments « freeze » et « fresh ».

56 Il s'ensuit que c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que l'élément « pol's » était l'élément le plus distinctif de la marque demandée.

2) *Sur la comparaison des signes sur le plan visuel*

57 La requérante fait valoir que la marque demandée comporte deux éléments dominants et distinctifs, à savoir « pol's » et « freeze fresh », alors que la marque antérieure ne serait constituée que d'un seul

élément dominant et distinctif, à savoir « paul ». La présence de l'élément « freeze fresh » permettrait de distinguer clairement les marques en conflit. Même si la comparaison visuelle se faisait en tenant compte uniquement des éléments « paul » et « pol's », elle n'aboutirait qu'à un très faible degré de similitude dans la mesure où le premier apparaît en lettres majuscules dans une police standard sur un rectangle noir, tandis que le second se compose d'une lettre majuscule et de trois lettres minuscules, écrites dans une police de caractères très stylisée sur un fond orange de forme complexe. Il n'y aurait pratiquement aucune similitude entre les éléments « paul » et « pol's », car ils n'auraient en commun que les lettres « p » et « l » et la dernière serait minuscule dans la marque demandée, atténuant ainsi la similitude visuelle. En outre, il ressortirait de la jurisprudence que la présence de lettres communes serait inévitable en raison du nombre limité de lettres dans l'alphabet.

58 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

59 En l'espèce, la chambre de recours a relevé que les éléments verbaux distinctifs des signes en conflit, à savoir « paul » et « pol's » ayant en commun la première lettre « p », ainsi que la lettre « l », mais différant par leurs voyelles respectives « au » et « o », ainsi que par la marque du possessif « s » du signe demandé, présentaient un degré de similitude inférieur à la moyenne. De même, les marques différaient par leurs éléments verbaux supplémentaires. La partie verbale « depuis 1889 » dans la marque antérieure ne jouerait qu'un rôle secondaire au sein de cette marque dans la mesure où elle est dépourvue de caractère distinctif et difficilement lisible en raison de sa taille et de sa position. Quant à l'élément « freeze fresh » de la marque demandée, il jouerait aussi un rôle secondaire en raison de son caractère non distinctif pour les produits visés par cette marque. Toutefois, il ne saurait être complètement négligé en raison de sa taille et de sa position.

60 Premièrement, il doit être relevé que les arguments de la requérante reposent sur la prémisse selon laquelle l'élément « freeze fresh » dans la marque demandée est distinctif pour les produits visés par cette marque. Or, ainsi qu'il a déjà été constaté aux points 53 à 55 ci-dessus, cette prémisse n'est pas fondée.

61 Deuxièmement, en ce qui concerne les éléments distinctifs des signes en conflit, à savoir « paul » et « pol's », s'il est vrai, comme l'avance la requérante, qu'ils n'ont en commun que deux lettres sur quatre, le nombre de lettres différentes est également le même. Compte tenu de la coïncidence des lettres « p » et « l » dans les éléments distinctifs des marques en conflit, la chambre de recours était fondée à considérer que le degré de similitude visuelle était faible en l'espèce.

62 Troisièmement, la requérante se prévaut de la jurisprudence selon laquelle, dès lors que l'alphabet est composé d'un nombre limité de lettres qui, au demeurant, ne sont pas toutes utilisées avec la même fréquence, il est inévitable que plusieurs mots se composent du même nombre de lettres et en partagent même certaines, sans qu'ils puissent, de ce seul fait, être qualifiés de similaires sur le plan visuel [voir arrêt du 28 avril 2021, Nosio/EUIPO – Tros del Beto (ACCUSÌ), T-300/20, non publié, EU:T:2021:223, point 42 et jurisprudence citée]. Or, il suffit de constater que, en l'espèce, la chambre de recours ne s'est pas fondée sur le nombre de lettres identiques pour constater la faible similitude des signes sur le plan visuel.

63 Il résulte de ce qui précède qu'il ne saurait être valablement reproché à la chambre de recours d'avoir considéré que les signes présentaient un faible degré de similitude visuelle.

3) *Sur la comparaison des signes sur le plan phonétique*

64 La requérante avance que la similitude sur ce plan est très faible dans la mesure où la marque demandée comporte un élément distinctif supplémentaire, « freeze fresh ». De même, elle soutient que la chambre de recours, en considérant que les éléments « paul » et « pol's » étaient identiques, a ignoré la présence de l'apostrophe et de la lettre « s » dans la marque demandée.

65 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

66 En l'espèce, la chambre de recours a considéré que, dans la marque antérieure, seul l'élément « paul » sera prononcé, contrairement à l'élément « depuis 1889 » en raison de sa très petite taille et en l'absence de caractère distinctif de ce dernier élément. En raison du principe selon lequel les éléments

ayant un caractère descriptif ou n'ayant pas de caractère distinctif ne sont généralement pas prononcés, la chambre de recours a estimé que seul l'élément « pol's » serait prononcé dans la marque demandée. La prononciation des éléments « paul » et « pol's » par le public français ne différerait très probablement que par le son de la dernière lettre « s » dans la marque demandée, à condition que celle-ci soit prononcée. Par conséquent, pour la partie francophone du public pertinent, les signes en conflit présenteraient un degré très élevé de similitude phonétique. Le degré de similitude resterait élevé même dans l'hypothèse où la partie verbale « freeze fresh » serait prononcée dans la marque demandée.

67 S'agissant des allégations de la requérante, il doit être relevé, ainsi que le fait valoir l'EUIPO, que la chambre de recours a tenu compte, d'une part, de l'apostrophe et de la lettre « s » supplémentaire présentes dans la marque demandée et, d'autre part, des éléments « freeze fresh ». Concernant ces derniers, elle a notamment estimé que le degré de similitude phonétique restait élevé même dans l'hypothèse où ils seraient prononcés.

68 À cet égard, il doit être rappelé que, par économie de langage, le public pertinent a tendance à ne pas prononcer les éléments ayant un caractère distinctif faible [arrêt du 10 janvier 2024, Levantur/EUIPO – Fantasia Hotels & Resorts (LUXURY BAHIA PRINCIPE FANTASIA Don Pablo Collection), T-505/22, non publié, EU:T:2024:3, point 119]. Or, en l'espèce, ainsi qu'il a déjà été constaté aux points 53 à 55 ci-dessus, l'élément « freeze fresh » est descriptif pour les produits en cause, de sorte que c'est sans commettre d'erreur d'appréciation que la chambre de recours a considéré qu'il pourrait ne pas être prononcé.

69 Quant à la prononciation de l'élément distinctif et dominant de la marque antérieure, à savoir « paul », et de l'élément distinctif de la marque demandée, « pol's », elle ne différera, pour le public français, que par la dernière lettre « s » de ce dernier élément.

70 Dans ces conditions, la chambre de recours a pu constater, sans commettre d'erreur d'appréciation, que les signes en conflit présentaient un degré très élevé de similitude phonétique et que, même dans l'hypothèse où l'élément descriptif « freeze fresh » était prononcé, cette similitude restait élevée.

4) *Sur la comparaison des signes sur le plan conceptuel*

71 La requérante soutient que les conclusions de la chambre de recours sont erronées. Certes, les éléments « paul » et « pol's » renverraient à un nom ; toutefois, l'orthographe différente du son « o » dans les deux signes indiquerait qu'ils font partie de « traditions de dénomination différentes ». L'élément « pol's » dans la marque demandée renverrait à l'abréviation du nom de famille du fondateur de la requérante. En outre, l'élément « freeze fresh » n'aurait aucun lien conceptuel avec la marque antérieure de sorte que la similitude conceptuelle serait limitée au seul fait que les marques en conflit contiennent un nom.

72 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

73 En l'espèce, la chambre de recours a considéré que, dans l'hypothèse où le prénom masculin Paul, en tant que tel, véhicule un concept sémantique, il existerait un degré élevé de similitude conceptuelle entre les marques en conflit lorsqu'elles seraient perçues visuellement par la partie du public pour laquelle l'élément « pol » est une variante du prénom Paul. En revanche, s'il n'est pas admis qu'un nom véhicule un concept, les signes ne seraient pas similaires sur le plan conceptuel, car les autres éléments verbaux composant les signes en conflit ne seraient pas distinctifs.

74 À l'instar de la chambre de recours, il convient de considérer que le public francophone sera en mesure de percevoir, tant l'élément « pol's », présent dans la marque demandée, que l'élément « paul », inclus dans la marque antérieure, comme des références au prénom masculin Paul, certes écrites différemment.

75 À cet égard, il convient de rappeler que la jurisprudence n'est pas totalement fixée sur la manière de procéder à la comparaison conceptuelle en présence de signes faisant référence à des noms ou prénoms de personnes. Ainsi, selon un premier courant jurisprudentiel, le fait que des marques comportent des noms ou des prénoms de personnes ouvre la possibilité d'une comparaison conceptuelle, mais n'implique pas nécessairement une similitude conceptuelle, celle-ci ne pouvant résulter que d'un

examen de chaque cas d'espèce. En revanche, selon un second courant jurisprudentiel, la comparaison conceptuelle entre des marques composées de noms ou prénoms de personnes s'avère en principe impossible et neutre, sauf circonstance particulière rendant possible cette comparaison, telle que, par exemple, la célébrité d'une personne en cause [voir arrêt du 19 octobre 2022, Kaczorowska/EUIPO – Groupe Marcelle (MAESELLE), T-716/21, non publié, EU:T:2022:646, points 68 à 70 et jurisprudence citée].

76 En l'espèce, la chambre de recours a procédé à la comparaison conceptuelle des éléments « paul » et « pol's » selon deux hypothèses contraires reflétant les deux courants jurisprudentiels mentionnés au point 75 ci-dessus, à savoir qu'un prénom véhicule un concept ou qu'il n'en véhicule pas, sans pour autant choisir l'une d'entre elles. Partant, la requérante ne saurait utilement reprocher à la chambre de recours d'avoir considéré, notamment, que les éléments distinctifs des signes en conflit, « pol's » et « paul », renvoient, aux yeux du public français, au prénom masculin Paul. Quant à la question de savoir si une des deux hypothèses retenues par la chambre de recours est déterminante en l'espèce, elle sera examinée dans la partie relative à l'existence d'un lien entre les marques en conflit (voir point 97 ci-après).

77 S'agissant des autres éléments composant les marques en conflit, à savoir « depuis 1889 » et « freeze fresh », il doit être rappelé qu'ils sont dépourvus de caractère distinctif (voir points 48 et 53 à 55 ci-dessus). Or, à cet égard, il doit être relevé que les différences sur le plan conceptuel dues uniquement à des éléments faiblement distinctifs n'attirent l'attention des consommateurs que d'une manière limitée [voir, en ce sens, arrêt du 25 juin 2025, Certinvest/EUIPO – Regal Ventures (Premium Quality REGAL Bakery), T-431/24, non publié, EU:T:2025:636, point 104 et jurisprudence citée]. Il en va d'autant plus des éléments dépourvus de caractère distinctif, comme en l'espèce.

78 Il s'ensuit que la chambre de recours n'a pas commis d'erreur d'appréciation en considérant soit que les marques en conflit étaient similaires sur le plan conceptuel, soit que cette comparaison restait neutre.

b) ***Sur la renommée de la marque antérieure***

79 La requérante soutient que ce n'est que dans l'hypothèse d'une réelle similitude que la question de savoir si la marque antérieure jouit d'une renommée doit être analysée. Or, les signes en conflit ne seraient pas similaires en l'espèce. La requérante conteste également l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle la marque antérieure jouit d'une renommée pour les produits et les services relevant des classes 30, 35 et 43. Selon elle, les éléments de preuve produits par la titulaire de la marque antérieure démontreraient sa renommée uniquement en ce qui concerne les services relevant de la classe 35 et il n'y avait aucune raison d'étendre cette renommée aux produits relevant des classes 29, 30, 31 et 32. Elle avance que dans des circonstances similaires, l'opposition, fondée sur la renommée de la marque antérieure, à l'enregistrement d'une marque qui comportait l'élément « paola » a été rejetée dans la mesure où la chambre de recours a considéré que la renommée de cette marque avait été prouvée uniquement pour les services relevant de la classe 35.

80 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

81 En l'espèce, la chambre de recours a considéré que la renommée de la marque antérieure a été prouvée en ce qui concerne les préparations faites de céréales, le pain et les pâtisseries relevant de la classe 30, les services de vente au détail des denrées alimentaires, à savoir des préparations faites de céréales, du pain et des pâtisseries, relevant de la classe 35, ainsi que les services de restauration (alimentation) relevant de la classe 43. En particulier, elle a relevé que les éléments de preuve produits par la titulaire de la marque antérieure démontraient un « usage intensif [de la marque antérieure pour les] boulangeries "Paul" », dans lesquelles des produits de boulangerie et de pâtisserie étaient vendus sous la marque antérieure. Aussi, de l'avis de la chambre de recours, ces éléments de preuve démontraient que les services relevant de la classe 43 avaient été fournis sous la marque antérieure. Il en ressortirait que, sous la marque antérieure, avaient été proposés non seulement des produits de boulangerie et de pâtisserie, mais aussi une gamme beaucoup plus large de produits alimentaires et de boissons. De surcroît, la renommée de la marque antérieure pour les produits de boulangerie et de pâtisserie et leur vente au détail ainsi que pour les services de restauration rapide aurait été confirmée par différentes décisions de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI, France) reconnaissant le caractère

distinctif élevé, la renommée et le niveau élevé de connaissance de la marque antérieure pour ces produits et ces services.

82 Tout d'abord, en ce qui concerne l'argument de la requérante selon lequel, en l'absence de toute similitude des signes en conflit, il n'y avait pas lieu d'apprécier la renommée de la marque antérieure, il doit être relevé qu'il repose sur la prémisse erronée selon laquelle il n'existerait pas de similitude en l'espèce. Or, ainsi qu'il ressort des points 63, 70 et 78 ci-dessus, les signes en conflit présentent un faible degré de similitude visuelle, un degré élevé ou très élevé de similitude phonétique et, dans l'hypothèse où il serait admis qu'un prénom véhicule un concept, un degré élevé de similitude conceptuelle.

83 De surcroît, la requérante admet elle-même que les signes en conflit présentent une similitude « limitée » sur le plan phonétique et un très faible degré de similitude sur les plans visuel et conceptuel. Or, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence, l'existence d'une similitude, même faible, entre les signes en conflit constitue une condition d'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001. Le degré de cette similitude constitue un facteur pertinent pour l'appréciation d'un lien entre lesdits signes [arrêt du 11 décembre 2014, Coca-Cola/OHMI – Mitico (Master), T-480/12, EU:T:2014:1062, point 73]. De même, l'existence d'un lien entre les marques en conflit dans l'esprit du public pertinent doit être appréciée globalement, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, parmi lesquels figurent notamment l'intensité de la renommée de la marque antérieure (voir arrêt du 26 septembre 2018, PUMA, T-62/16, EU:T:2018:604, point 24 et jurisprudence citée). Dans ces conditions, la chambre de recours était tenue d'apprécier la renommée de la marque antérieure.

84 Ensuite, s'agissant de la décision d'une autre chambre de recours, invoquée par la requérante, relative à la procédure d'opposition à l'enregistrement en tant que marque de l'Union européenne d'un signe contenant l'élément verbal « paola », il est vrai que, dans cette décision, le caractère distinctif accru de la marque antérieure n'a pas été reconnu en ce qui concerne les services relevant de la classe 43. Or, à supposer même que les éléments de preuve sur lesquels se sont fondées les différentes chambres de recours pour apprécier, d'une part, le caractère distinctif accru de la marque antérieure et, d'autre part, sa renommée, étaient les mêmes, il ne saurait être valablement reproché à la chambre de recours ayant adopté la décision attaquée d'avoir conclu à l'existence d'une renommée de la marque antérieure pour les services de restauration relevant de la classe 43 au motif qu'elle entrerait en contradiction avec la seule décision invoquée par la requérante.

85 En effet, il doit être notamment relevé que l'INPI, dont les décisions ont été produites comme éléments de preuve par la requérante, a reconnu, à plusieurs reprises entre 2021 et 2022, que la marque antérieure jouissait d'une grande reconnaissance, d'une notoriété ou d'une renommée notamment pour les services de restauration.

86 Enfin, quant à l'allégation de la requérante selon laquelle il n'y a pas lieu d'étendre la renommée de la marque aux produits visés par la marque demandée, il suffit de constater, à l'instar de l'EUIPO, que la chambre de recours ne l'a pas fait, de sorte que cet argument manque en fait.

87 Il s'ensuit que les arguments de la requérante ne sont pas de nature à remettre en cause la conclusion de la chambre de recours en ce qui concerne l'existence de la renommée de la marque antérieure pour les préparations faites de céréales, le pain et les pâtisseries relevant de la classe 30, les services de vente au détail des denrées alimentaires, à savoir des préparations faites de céréales, du pain et des pâtisseries, relevant de la classe 35, ainsi que les services de restauration (alimentation) relevant de la classe 43.

c) ***Sur le caractère distinctif de la marque antérieure et l'existence d'un lien entre les marques en conflit***

88 La requérante estime que la chambre de recours n'a pas tenu compte du faible caractère distinctif de la marque antérieure. Le seul élément distinctif de cette marque, à savoir l'élément « paul », devrait être considéré comme revêtant un très faible caractère distinctif, voire comme en étant dépourvu. De même, il serait inclus dans plus de 1 000 marques de l'Union européenne actuellement enregistrées. La renommée de la marque antérieure pourrait renforcer son caractère distinctif, mais un tel caractère resterait limité.

89 Selon la requérante, rien n'indiquerait que le public pertinent établirait un lien entre les marques en conflit. Les canaux de commercialisation utilisés par les titulaires des marques en conflit et les groupes de consommateurs visés seraient complètement différents.

90 En outre, dans la partie relative à l'appréciation globale des signes en conflit, la requérante avance que, compte tenu de la nature des produits en cause, l'aspect visuel de la comparaison devrait être prioritaire lors de l'appréciation de l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public pertinent.

91 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

92 L'existence d'un lien entre les marques en conflit dans l'esprit du public pertinent doit être appréciée globalement, en tenant compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, parmi lesquels figurent le degré de similitude entre les marques en conflit, la nature des produits ou des services concernés par lesdites marques, y compris le degré de proximité ou de dissemblance de ces produits ou services ainsi que le public concerné, l'intensité de la renommée de la marque antérieure, son degré de caractère distinctif, intrinsèque ou acquis par l'usage et l'existence d'un risque de confusion dans l'esprit du public (voir arrêt du 26 septembre 2018, PUMA, T-62/16, EU:T:2018:604, point 24 et jurisprudence citée). Toutefois, l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit n'est pas requise, le public pertinent devant seulement pouvoir établir un lien entre elles sans devoir forcément les confondre [voir arrêt du 28 mai 2020, Martínez Albainox/EUIPO – Taser International (TASER), T-342/19, non publié, EU:T:2020:234, point 30 et jurisprudence citée].

93 En l'espèce, la chambre de recours a considéré que le lien entre les marques en conflit sera établi en ce qui concerne les produits et les services en cause. En particulier, elle a notamment relevé que tous les produits visés par les marques en conflit étaient des produits alimentaires appartenant au secteur de l'alimentation humaine et ciblant le même public pouvant acheter les produits dans les mêmes points de vente. Ainsi, il existerait un lien étroit entre les produits et les services pour lesquels la renommée de la marque antérieure a été prouvée et les produits visés par la marque demandée. Cette circonstance, combinée à la similitude visuelle, certes faible, au degré élevé voire très élevé de similitude phonétique, éventuellement complétée par un degré élevé de similitude conceptuelle, conduirait à établir un lien entre la marque demandée et la marque antérieure renommée.

94 S'agissant, dans un premier temps, de l'allégation de la requérante selon laquelle le caractère distinctif de la marque antérieure serait faible, elle repose sur la prémisse selon laquelle l'élément « paul » serait faiblement distinctif. Or, ainsi qu'il ressort du point 48 ci-dessus, le caractère distinctif de cet élément est normal en l'espèce.

95 La circonstance selon laquelle il existerait plus de 1 000 marques enregistrées comportant cet élément ne saurait infirmer ce constat. En effet, il ressort de la jurisprudence que la simple présence de marques contenant un certain terme dans le registre des marques, sans aucune référence à leur utilisation sur le marché et à l'éventuelle contestation de ces marques en raison de l'existence d'un risque de confusion, ne permet pas de conclure à un affaiblissement du caractère distinctif de ce terme par rapport aux produits et aux services pour lesquels ces marques sont enregistrées [voir, en ce sens, arrêt du 23 mars 2022, Vetpharma Animal Health/EUIPO – Deltavit (DELTATIC), T-146/21, non publié, EU:T:2022:159, point 116 et jurisprudence citée].

96 S'agissant, dans un second temps, du lien entre les marques en conflit, force est de constater que les arguments vagues et non étayés de la requérante ne sauraient remettre en cause les conclusions de la chambre de recours relatives à l'existence d'un tel lien dans l'esprit du public pertinent. En particulier, ladite chambre a relevé que les produits visés par la marque demandée et ceux pour lesquels la renommée de la marque antérieure a été démontrée étaient des produits alimentaires ciblant le même public et pouvant être disponibles dans les mêmes points de vente. L'allégation de la requérante selon laquelle ces produits cibleraient des publics différents ne saurait prospérer. En effet, ainsi qu'il a déjà été constaté au point 55 ci-dessus, la liste des produits visés par la marque demandée ne permet pas d'identifier le mode de préparation ou de conservation de ces produits tel que mentionné par la requérante. A fortiori, elle ne permet pas de tirer de conclusions quant à l'existence des différences alléguées en ce qui concerne le public ciblé par les produits visés par chacune des marques en conflit.

97 Par ailleurs, la conclusion de la chambre de recours relative à l'existence d'un lien entre les marques en conflit est corroborée par des considérations relatives à la similitude des signes et à la renommée de la marque antérieure (voir point 93 ci-dessus) qui sont exemptes d'erreur d'appréciation. Il en résulte notamment que le public pertinent sera en mesure d'établir un lien entre les marques en conflit indépendamment de l'existence ou non d'une similitude conceptuelle. Partant, l'approche retenue quant à la question de savoir si les marques comportant des prénoms ou des noms de personnes peuvent être comparées sur le plan conceptuel est sans incidence sur la légalité de la décision attaquée. Dans ces conditions, il n'y a pas lieu de trancher, en l'espèce, quelle hypothèse aurait dû être retenue par la chambre de recours.

98 Quant à la question de savoir si, lors de l'appréciation du lien entre les marques en conflit, il convient de tenir compte des modalités de commercialisation des produits en cause et, pour cette raison, d'accorder un poids plus important à la similitude visuelle ou phonétique, il convient de relever que ce critère est certes pertinent lors de l'appréciation globale d'un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001. De même, ainsi qu'il ressort de la jurisprudence citée aux points 22 et 92 ci-dessus, le risque de confusion figure parmi les facteurs pertinents à prendre en compte pour apprécier l'existence d'un lien entre lesdites marques. Il n'en demeure pas moins qu'en l'espèce, ainsi qu'il a déjà été constaté au point 22 ci-dessus, la chambre de recours n'a pas conclu à l'existence d'un risque de confusion au sens de la disposition précitée. Dans ces conditions, l'argument de la requérante ne saurait prospérer.

d) ***Sur le profit indu et l'existence d'un juste motif***

99 La requérante soutient que la conclusion de la chambre de recours selon laquelle elle tirerait un profit indu de l'enregistrement de la marque demandée n'est pas étayée par les éléments de preuve produits. La conclusion de la chambre de recours à cet égard ne serait justifiée que par la renommée de la marque antérieure et ne contiendrait pas d'appréciation globale de tous les facteurs pertinents. Les arguments de ladite chambre seraient purement hypothétiques et reposeraient sur des conclusions erronées concernant la similitude des signes en conflit.

100 De même, il n'existerait pas d'arguments permettant de conclure que l'enregistrement de la marque demandée portera atteinte ou pourra porter préjudice au caractère distinctif et à la renommée de la marque antérieure. En particulier, il ne serait pas prouvé que l'utilisation d'un prénom courant permettrait d'une manière ou d'une autre de tirer un profit indu ou que cela a été préjudiciable au caractère distinctif et à la renommée de la marque antérieure.

101 En outre, la requérante avance qu'il existe un juste motif pour l'usage du signe Pol's en son nom : il s'agirait d'une abréviation du nom de famille de son fondateur et gérant. Ce lien entre l'entreprise et son fondateur serait suffisant pour l'usage licite de la marque demandée.

102 L'EUIPO conteste les arguments de la requérante.

103 La quatrième des conditions d'application de l'article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 vise trois types de risques distincts et alternatifs, à savoir que l'usage sans juste motif de la marque demandée, premièrement, porte préjudice au caractère distinctif de la marque antérieure, deuxièmement, porte préjudice à la renommée de la marque antérieure ou, troisièmement, tire indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure. Le premier type de risque visé par cette disposition est caractérisé lorsque la marque antérieure n'est plus en mesure de susciter une association immédiate avec les produits pour lesquels elle est enregistrée et employée. Il vise la dilution de la marque antérieure à travers la dispersion de son identité et de son emprise sur l'esprit du public. Le deuxième type de risque visé est constitué lorsque les produits ou les services visés par la marque demandée peuvent être perçus par le public d'une manière telle que la force d'attraction de la marque antérieure s'en trouve diminuée. Le troisième type de risque visé est celui que l'image de la marque renommée ou les caractéristiques projetées par cette dernière soient transférées aux produits désignés par la marque demandée, de sorte que leur commercialisation puisse être facilitée par cette association avec la marque antérieure renommée. Il convient cependant de souligner que, dans aucun de ces cas, l'existence d'un risque de confusion entre les marques en conflit n'est requise, le public pertinent devant seulement pouvoir établir un lien entre elles sans toutefois devoir nécessairement les confondre (voir arrêt du 22 mars 2007, VIPS, T-215/03, EU:T:2007:93, points 36 à 42 et jurisprudence citée).

104 L’existence des atteintes constituées par le préjudice porté au caractère distinctif ou à la renommée de la marque antérieure doit être appréciée eu égard au consommateur moyen des produits ou des services pour lesquels cette marque est enregistrée, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. En revanche, l’existence de l’atteinte constituée par le profit indûment tiré du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure, dans la mesure où ce qui est prohibé est l’avantage tiré de cette marque par le titulaire de la marque postérieure, doit être appréciée eu égard au consommateur moyen des produits ou des services pour lesquels la marque postérieure est enregistrée, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (voir, par analogie, arrêt du 27 novembre 2008, Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655, points 35 et 36).

105 En l’espèce, la chambre de recours a entériné la conclusion de la division d’opposition selon laquelle la marque demandée était susceptible de tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque antérieure dans la perception du public pertinent.

106 La division d’opposition, quant à elle, a considéré qu’un transfert des associations positives projetées par l’image de la marque antérieure était fortement possible en l’espèce et qu’une partie substantielle des consommateurs pouvait décider de se tourner vers les produits visés par la marque demandée en considérant que la marque demandée était liée d’une manière ou d’une autre à la marque antérieure, détournant ainsi le pouvoir attractif et la valeur publicitaire de celle-ci. Cela pourrait stimuler l’augmentation des ventes des produits visés par la marque demandée d’une manière disproportionnée par rapport au montant de son investissement publicitaire, conduisant ainsi à une situation inacceptable dans laquelle la requérante serait autorisée à exploiter de manière parasitaire les investissements de la titulaire de la marque antérieure en vue de la promotion et la construction de la notoriété de sa marque. Par conséquent, la division d’opposition a considéré qu’il existait une forte probabilité que l’utilisation sans juste motif de la marque demandée pour les produits visés par celle-ci pouvait octroyer à la requérante un bénéfice immérité et aboutir à du parasitisme, c’est-à-dire, qu’elle serait susceptible de tirer indûment profit du caractère distinctif ou de la renommée de la marque de l’Union européenne antérieure.

107 Il doit être rappelé que le titulaire de la marque antérieure n’est pas tenu de démontrer l’existence d’une atteinte effective et actuelle à sa marque, comme le confirme la rédaction au conditionnel de l’article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001. En effet, lorsqu’il est prévisible qu’une telle atteinte découlera de l’usage que le titulaire de la marque postérieure peut être amené à faire de sa marque, le titulaire de la marque antérieure ne saurait être obligé d’en attendre la réalisation effective pour pouvoir faire interdire ledit usage. Toutefois, le titulaire de la marque antérieure doit établir l’existence d’éléments permettant de conclure à un risque sérieux qu’une telle atteinte se produise dans le futur ou, en d’autres termes, apporter des éléments permettant de conclure prima facie à un risque futur non hypothétique de profit indu ou de préjudice [voir arrêt du 7 décembre 2017, Coca-Cola/EUIPO – Mitico (Master), T-61/16, EU:T:2017:877, point 67 et jurisprudence citée].

108 Or, en l’espèce, la division d’opposition a clairement indiqué que la titulaire de la marque demandée était susceptible de tirer indûment profit de la renommée ou du caractère distinctif de la marque antérieure dans la mesure où un transfert des associations positives projetées par l’image de la marque antérieure était fortement possible en l’espèce et qu’une partie substantielle des consommateurs pouvait décider de se tourner vers les produits visés par la marque demandée en considérant que la marque demandée était liée d’une manière ou d’une autre à la marque antérieure, détournant ainsi le pouvoir attractif et la valeur publicitaire de celle-ci. Les allégations vagues de la requérante ne sont pas de nature à remettre en cause ce constat.

109 En outre, contrairement aux allégations de la requérante, il ne s’agirait pas d’un usage d’un prénom courant mais d’un signe qui procurerait un avantage indu au titulaire de la marque demandée en ce que, dans l’esprit du public pertinent, cet usage pourrait créer une association avec la marque antérieure renommée.

110 S’agissant du juste motif invoqué par la requérante, il suffit de constater, à l’instar de l’EUIPO, qu’elle ne l’a pas invoqué au cours de la procédure administrative. En particulier, la mention, faite par la requérante, selon laquelle le mot « pol » constitue l’abréviation du nom inclus dans la dénomination sociale de la requérante devant la division d’opposition ne saurait être considérée comme l’invocation

d’un juste motif aux fins de l’application de l’article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001. Il s’ensuit qu’il s’agit d’un argument nouveau qui doit être écarté comme étant irrecevable [voir, en ce sens, arrêt du 8 mars 2023, Sympatex Technologies/EUIPO – Liwe Española (Sympathy Inside), T-372/21, non publié, EU:T:2023:111, point 142 et jurisprudence citée].

111 Au vu de l’ensemble des considérations qui précèdent, il y a lieu de rejeter le troisième moyen tiré de la violation de l’article 8, paragraphe 5, du règlement 2017/1001, et les premiers et deuxième moyens en ce qu’ils sont relatifs à la similitude des signes en conflit ainsi qu’à leur caractère distinctif et, partant, le recours dans son ensemble, sans qu’il soit besoin de se prononcer sur la recevabilité des conclusions tendant à la réformation de la décision attaquée.

IV. **Sur les dépens**

112 Aux termes de l’article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s’il est conclu en ce sens.

113 La requérante ayant succombé et une audience ayant été organisée, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l’EUIPO.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (neuvième chambre)

déclare et arrête :

1) Le recours est rejeté.

2) Pols Erm Tarim Anonim Sirketi est condamnée aux dépens.

Kingston Zilgalvis Hettne

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 4 mars 2026.

Signatures

---

* Langue de procédure : l’anglais.