



Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DU TRIBUNAL (sixième chambre élargie)

29 juin 2022*

« Marque de l'Union européenne – Procédure de nullité – Marque de l'Union européenne figurative La Irlandesa 1943 – Causes de nullité absolue – Déclaration de nullité par la grande chambre de recours de l'EUIPO – Éléments de preuve présentés pour la première fois devant le Tribunal – Date pertinente pour l'examen d'une cause de nullité absolue – Marque de nature à tromper le public – Article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement (CE) n° 207/2009 [devenu article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement (UE) 2017/1001] – Mauvaise foi – Article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009 [devenu article 59, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001] »

Dans l'affaire T-306/20,

Hijos de Moisés Rodríguez González, SA, établie à Las Palmas de Gran Canaria (Espagne), représentée par M^e J. García Domínguez, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par MM. A. Folliard-Monguiral, D. Hanf et E. Markakis, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

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

Irlande,

et

l'autre partie à la procédure devant la grande chambre de recours de l'EUIPO, intervenant devant le Tribunal, étant

Ornuo Co-operative Ltd, établie à Dublin (Irlande), représentée par M^{es} E. Armijo Chávarri et A. Sanz Cerralbo, avocats,

LE TRIBUNAL (sixième chambre élargie),

* Langue de procédure : l'anglais.

composé de M^{me} A. Marcoulli, présidente, MM. S. Frimodt Nielsen, J. Schwarcz (rapporteur),
C. Iliopoulos et R. Norkus, juges,

greffier : M^{me} A. Juhász-Tóth, administratrice,

vu la phase écrite de la procédure,

à la suite de l'audience du 3 février 2022,

rend le présent

Arrêt

- 1 Par son recours fondé sur l'article 263 TFUE, la requérante, Hijos de Moisés Rodríguez González, SA, demande l'annulation de la décision de la grande chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 2 mars 2020 (affaire R 1499/2016-G) (ci-après la « décision attaquée »).

Antécédents du litige

- 2 Le 6 août 2013, la requérante a présenté à l'EUIPO une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne, en vertu du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque de l'Union européenne (JO 2009, L 78, p. 1), tel que modifié [remplacé par le 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)].
- 3 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe figuratif suivant :



- 4 Le 3 janvier 2014, la marque demandée a été enregistrée pour les produits suivants relevant de la classe 29 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 : « Viande, poisson, volaille et gibier ; extraits de viande ; fruits et légumes conservés, congelés, séchés et cuits ; gelées, confitures, compotes ; œufs ; lait et produits laitiers ; huiles et graisses comestibles ».
- 5 Le 7 janvier 2015, l'Irlande et l'intervenante, Ornuá Co-operative (dont la dénomination était précédemment Irish Dairy Board Co-operative Ltd), ont déposé une demande en nullité de la marque contestée pour tous les produits mentionnés au point 4 ci-dessus.

- 6 La demande en nullité alléguait que la marque avait un caractère trompeur au titre des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009 [devenus article 59, paragraphe 1, sous a), et article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement 2017/1001] et que son enregistrement avait été demandé de mauvaise foi au sens de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du même règlement [devenu article 59, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001].
- 7 Par décision du 15 juin 2016, la division d'annulation a rejeté la demande en nullité dans son ensemble. Elle a considéré que l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009 n'était pas applicable dans la mesure où le caractère trompeur de la marque contestée devait être établi à la date de son dépôt. En l'espèce, toute tromperie éventuelle résulterait de l'usage de cette marque après la fin de l'accord commercial conclu entre la requérante et l'intervenante, qui était en vigueur de 1967 à 2011. Or, une telle situation serait spécifiquement visée par la cause de déchéance prévue à l'article 51, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009 [devenu article 58, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001]. La division d'annulation a également rejeté l'argument soulevé au titre de l'article 52, paragraphe 1, sous b), de ce règlement, en considérant qu'aucune conclusion concernant la mauvaise foi ne pouvait être tirée du fait que la marque contestée avait été déposée après la cessation de la relation commerciale avec l'intervenante.
- 8 Le 12 août 2016, l'Irlande et l'intervenante ont formé un recours auprès de l'EUIPO contre la décision de la division d'annulation.
- 9 Par décision du 6 décembre 2017, le présidium des chambres de recours a renvoyé l'affaire devant la grande chambre de recours.
- 10 Par la décision attaquée, la grande chambre de recours de l'EUIPO a considéré que, à la date du dépôt de la demande d'enregistrement, la marque contestée était utilisée de manière trompeuse. Elle a également constaté que son enregistrement avait été demandé de mauvaise foi. Par conséquent, elle a annulé la décision de la division d'annulation et a déclaré la nullité de la marque contestée.

Conclusions des parties

- 11 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
 - annuler la décision attaquée ;
 - condamner l'EUIPO et l'intervenante aux dépens.
- 12 L'EUIPO et l'intervenante concluent à ce qu'il plaise au Tribunal :
 - rejeter le recours ;
 - condamner la requérante aux dépens.
- 13 L'Irlande n'a pas déposé de mémoire en réponse et n'a donc formulé aucune conclusion dans la présente affaire.

En droit

- 14 Compte tenu de la date d'introduction de la demande d'enregistrement en cause, à savoir le 6 août 2013, qui est déterminante aux fins de l'identification du droit matériel applicable, les faits de l'espèce sont régis par les dispositions matérielles du règlement n° 207/2009 [voir, en ce sens, arrêt du 29 septembre 2021, *Univers Agro/EUIPO – Shandong Hengfeng Rubber & Plastic (AGATE)*, T-592/20, non publié, EU:T:2021:633, point 19 et jurisprudence citée]. Par ailleurs, dans la mesure où, selon une jurisprudence constante, les règles de procédure sont généralement censées s'appliquer à la date à laquelle elles entrent en vigueur [voir, en ce sens, arrêt du 8 septembre 2021, *Qx World/EUIPO – Mandelay (EDUCTOR)*, T-84/20, non publié, EU:T:2021:555, point 17 et jurisprudence citée], le présent litige est régi par les dispositions procédurales du règlement 2017/1001.
- 15 Par suite, en l'espèce, en ce qui concerne les règles de fond, il convient d'entendre les références à l'article 59, paragraphe 1, sous a) et b), et à l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement 2017/1001 faites par la grande chambre de recours dans la décision attaquée et par les parties à l'instance comme visant l'article 52, paragraphe 1, sous a) et b), et l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009, d'une teneur identique.

Sur les pièces présentées pour la première fois devant le Tribunal

- 16 L'EUIPO et l'intervenante invoquent l'irrecevabilité des annexes A.6 à A.8 de la requête. Ils font valoir que ces annexes contiennent des documents qui n'ont jamais été présentés dans le cadre de la procédure administrative devant l'EUIPO et qui doivent donc, selon une jurisprudence constante, être déclarés irrecevables.
- 17 Il y a lieu de constater, ainsi que le soutiennent l'EUIPO et l'intervenante, que les annexes A.6 à A.8 de la requête ont été produites pour la première fois devant le Tribunal. Les annexes A.6 et A.7 contiennent des documents relatifs à des dépenses de publicité ainsi que certaines factures et données sur les ventes annuelles sous la marque contestée. Elles visent à prouver l'ampleur de la part de marché et la notoriété de cette marque aux îles Canaries (Espagne) ainsi que le caractère distinctif acquis par celle-ci. L'annexe A.8 consiste en une déclaration sous serment de l'un des représentants de la requérante, datée du 15 mai 2020, c'est-à-dire après la décision attaquée qui a été rendue le 2 mars 2020.
- 18 Ces documents, produits pour la première fois devant le Tribunal, ne peuvent être pris en considération. En effet, le recours devant le Tribunal vise au contrôle de la légalité des décisions des chambres de recours de l'EUIPO au sens de l'article 72 du règlement 2017/1001, de sorte que la fonction du Tribunal n'est pas de réexaminer les circonstances de fait à la lumière des documents présentés pour la première fois devant lui. Il convient donc d'écarter les documents susvisés sans qu'il soit nécessaire d'examiner leur force probante [voir, en ce sens, arrêts du 24 novembre 2005, *Sadas/OHMI – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE)*, T-346/04, EU:T:2005:420, point 19 et jurisprudence citée, et du 18 mars 2016, *Karl-May-Verlag/OHMI – Constantin Film Produktion (WINNETOU)*, T-501/13, EU:T:2016:161, point 17].

Sur le fond

Observations liminaires sur les moyens soulevés par la requérante et sur la structure de la décision attaquée

- 19 La requérante invoque deux moyens, tirés, le premier, de la violation des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009, relatives aux marques de nature à tromper le public, et, le second, de la violation de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du même règlement, cette disposition concernant les demandes de marques déposées de mauvaise foi.
- 20 La décision attaquée fait reposer son raisonnement sur deux piliers, qui correspondent au premier et au second moyen.
- 21 Dès lors que le dispositif d'une décision repose sur plusieurs piliers de raisonnement dont chacun suffirait à lui seul à fonder ce dispositif, il n'y a lieu d'annuler cet acte, en principe, que si chacun de ces piliers est entaché d'illégalité. Dans cette hypothèse, une erreur ou une autre illégalité qui n'affecterait qu'un seul des piliers du raisonnement ne saurait suffire à justifier l'annulation de la décision litigieuse dès lors que cette erreur n'aurait pas pu avoir une influence déterminante quant au dispositif retenu par l'institution auteure de cette décision [arrêt du 20 janvier 2021, Jareš Procházková et Jareš/EUIPO – Elton Hodinářská (MANUFACTURE PRIM 1949), T-656/18, non publié, EU:T:2021:17, point 19 et jurisprudence citée ; voir également, en ce sens, arrêt du 29 janvier 2020, Vinos de Arganza/EUIPO – Nordbrand Nordhausen (ENCANTO), T-239/19, non publié, EU:T:2020:12, point 49 et jurisprudence citée].
- 22 Par conséquent, la décision attaquée ne saurait être annulée que si les deux piliers du raisonnement de la grande chambre de recours sont entachés d'illégalité.
- 23 En outre, il convient de constater que, avant de déterminer si la marque contestée était trompeuse et si elle avait été déposée de mauvaise foi, la grande chambre de recours a examiné ses caractéristiques intrinsèques, celles-ci ayant servi de base au raisonnement énoncé dans la décision attaquée. Il y a donc lieu de vérifier d'abord si cet examen a été correctement effectué, avant de statuer sur les deux moyens présentés par la requérante.

Sur les qualités intrinsèques de la marque contestée et sur les produits couverts par celle-ci

- 24 La grande chambre de recours a constaté que la marque contestée était un signe figuratif, composé des mots « la » et « irlandesa », en caractères blancs sur une étiquette verte encadrée de jaune et comportant, sous ces mots, un dessin également en jaune et l'inscription « 1943 » en petits caractères.
- 25 Ensuite, la grande chambre de recours a déduit du fait que les mots contenus dans la marque étaient espagnols que le public pertinent serait le consommateur moyen hispanophone auquel les produits en cause, à savoir des produits alimentaires relevant de la classe 29, étaient destinés. Selon elle, l'élément verbal de la marque contestée était l'élément dominant et signifiait clairement, pour ce consommateur, que quelqu'un (une femme) ou quelque chose était d'origine irlandaise.

- 26 La grande chambre de recours a ajouté qu'il était notoire que la couleur verte était utilisée pour représenter l'Irlande, par exemple lors de festivités internationales telles que la Saint-Patrick. Elle a noté que l'Irlande était connue sous le nom d'« île d'émeraude », en référence à la verdure de ses paysages. Elle a conclu que cette couleur confirmerait la perception du public selon laquelle les produits portant la marque contestée seraient d'origine irlandaise, et ce d'autant plus que ces produits étaient des produits alimentaires qui pouvaient être produits en Irlande et dont certains, tels que la viande, le poisson et le beurre, étaient connus pour leur qualité s'ils étaient d'origine irlandaise.
- 27 Aucun élément ne conduit à remettre en cause l'analyse de la grande chambre de recours quant aux caractéristiques intrinsèques de la marque contestée et concernant la signification de celle-ci pour le public pertinent.
- 28 En effet, de par sa taille relative et sa position centrale, l'élément verbal domine dans la marque contestée, notamment par rapport à l'inscription « 1943 » qui, elle, est en petits caractères. Il domine aussi par rapport au dessin jaune se trouvant immédiatement en dessous de lui. À cet égard, il convient de rappeler que, lorsqu'une marque est composée d'éléments verbaux et figuratifs, comme c'est le cas en l'espèce, 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 arrêts du 7 mai 2015, Cosmowell/OHMI – Haw Par (GELENKGOLD), T-599/13, EU:T:2015:262, point 48 et jurisprudence citée, et du 5 mai 2021, Grangé et Van Strydonck/EUIPO – Nema (âme), T-442/20, non publié, EU:T:2021:237, point 38].
- 29 La requérante a admis dans sa requête devant le Tribunal qu'elle s'accordait avec les demandeurs en nullité au moins sur les significations suivantes de l'élément verbal « la irlandesa » de la marque contestée : « personne originaire d'Irlande, du pays d'Irlande » ou « femme irlandaise », l'article défini féminin « la » s'ajoutant à ces mots. Elle fait observer que le dictionnaire de la langue espagnole de l'Académie royale espagnole et le dictionnaire Collins de la langue anglaise incluent tous les deux ces significations, qui sont, selon elle, celles pertinentes dans la présente affaire.
- 30 Il y a donc lieu de constater que l'élément verbal dominant de la marque contestée a une telle signification en espagnol, ce qui appuie la conclusion de la grande chambre de recours selon laquelle cet élément indique clairement, pour le consommateur moyen hispanophone, une origine irlandaise.
- 31 Quant à la couleur verte présente dans la marque contestée, il convient de rappeler que les faits notoires sont définis comme des faits qui sont susceptibles d'être connus par toute personne ou qui peuvent être connus par des sources généralement accessibles [voir arrêts du 13 décembre 2018, Monolith Frost/EUIPO – Dovgan (PLOMBIR), T-830/16, EU:T:2018:941, point 32 et jurisprudence citée, et du 10 juin 2020, Louis Vuitton Malletier/EUIPO – Wisniewski (Représentation d'un motif à damier), T-105/19, non publié, EU:T:2020:258, point 30 et jurisprudence citée].
- 32 La grande chambre de recours a constaté à bon droit qu'il était notoire que la couleur verte était utilisée pour représenter l'Irlande. Elle a expliqué de manière convaincante que cette couleur jouait ce rôle lors de la célébration de la fête irlandaise de la Saint-Patrick et que l'Irlande était connue sous le nom d'« île d'émeraude », en référence à la verdure de ses paysages.

- 33 Ce rôle de représentation de l'Irlande joué par la couleur verte, s'il n'est pas nécessairement susceptible d'être connu par toute personne, peut néanmoins l'être par des sources généralement accessibles.
- 34 À cet égard, dans la requête, la requérante renvoie à un argument qu'elle a avancé devant la division d'annulation, selon lequel la couleur verte n'était qu'un élément d'un « jeu évocateur du signe [contesté] avec la fraîcheur (prairies vertes) et le soleil (jaune) ». Cet argument ne saurait toutefois prospérer, car, à supposer même que la couleur verte joue un tel rôle, il ne contredirait pas le fait notoire constaté par la grande chambre de recours selon lequel cette couleur représentait l'Irlande. Au demeurant, la requérante n'a présenté aucun élément de preuve devant le Tribunal afin de contester l'exactitude de ce fait notoire.
- 35 Par ailleurs, sans qu'il y ait lieu de se prononcer sur la question de la qualité générale des produits provenant d'Irlande, il convient de relever que la requérante n'a pas non plus contesté que ce pays produisait de la viande, du poisson et des produits laitiers, ces trois types de produits étant couverts par la marque contestée.
- 36 Par conséquent, eu égard à l'élément verbal dominant « la irlandesa » et à sa signification pour le public pertinent, confirmée par la couleur verte qui l'entoure, la grande chambre de recours a conclu à juste titre que, lorsque la marque contestée était apposée sur les produits qu'elle visait, sans autre indication, les consommateurs hispanophones établiraient à première vue et sans autre réflexion un lien direct entre la signification de cet élément verbal et une qualité de ces produits, à savoir leur provenance géographique, et que, en voyant la marque apposée sur ces produits, ils croiraient donc que ces derniers provenaient d'Irlande.

Sur le premier moyen, tiré de la violation des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009

- 37 Le premier moyen se subdivise en trois branches. D'abord, au titre de la première branche, la requérante reproche à la grande chambre de recours d'avoir appliqué à une procédure de nullité les conditions applicables aux causes de déchéance. Ensuite, par la deuxième branche, elle soutient que la décision attaquée a fait une application erronée de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009. Enfin, s'agissant de la troisième branche du premier moyen, elle estime que la grande chambre de recours aurait dû tenir compte du caractère distinctif acquis de la marque contestée.
- 38 Il y a lieu d'examiner tout d'abord la troisième branche du premier moyen, puis de considérer ensemble les première et deuxième branches de celui-ci.

– Sur la troisième branche du premier moyen, tirée de ce que la grande chambre de recours aurait dû tenir compte du caractère distinctif acquis de la marque contestée

- 39 La requérante reproche à la grande chambre de recours de ne pas avoir pris en considération certains éléments indiquant que la marque contestée avait acquis un caractère distinctif au fil du temps. À cet égard, elle invoque la durée de l'usage de la marque, sans interruption depuis 1967, le fait qu'elle serait la seule à avoir utilisé cette marque en Espagne et la part importante du marché du beurre qu'elle détiendrait depuis longtemps aux îles Canaries au titre de la même marque.
- 40 L'EUIPO et l'intervenante rejettent cette argumentation de la requérante.

41 Il y a lieu de constater, comme le relève à juste titre l'EUIPO, que les dispositions du règlement n° 207/2009 qui traitent du caractère distinctif acquis par une marque du fait de son usage, en tant qu'exception à certains motifs absolus de refus ou de nullité, ne s'appliquent pas aux marques considérées comme trompeuses. En effet, ni l'article 7, paragraphe 3, ni l'article 52, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 (devenus article 7, paragraphe 3, et article 59, paragraphe 2, du règlement 2017/1001) ne font référence à l'article 7, paragraphe 1, sous g), du même règlement. Ces deux dispositions se réfèrent uniquement aux motifs prévus à l'article 7, paragraphe 1, sous b) à d), de ce règlement [devenu article 7, paragraphe 1, sous b) à d), du règlement 2017/1001].

42 Partant, il convient de rejeter la troisième branche du premier moyen comme étant inopérante.

– Sur la première branche du premier moyen, tirée de ce que la grande chambre de recours n'aurait pas dû appliquer à une procédure de nullité les conditions applicables aux causes de déchéance, et sur la deuxième branche du premier moyen, tirée d'une application erronée de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009

43 Au titre de la première branche du premier moyen, la requérante note que la législation de l'Union européenne en matière de marques distingue entre causes de nullité et causes de déchéance. Or, en l'espèce, la grande chambre de recours aurait à tort appliqué à une procédure de nullité les règles relatives à la déchéance, ce qui créerait une situation d'insécurité juridique.

44 La requérante relève qu'une procédure de nullité appelle une analyse à la date de dépôt de la marque, portant notamment sur sa nature, les éléments qui la composent et les produits qu'elle désigne, tandis qu'une procédure de déchéance implique d'examiner l'usage de la marque par son titulaire après l'enregistrement de celle-ci. La grande chambre de recours aurait commis l'erreur de justifier la nullité de la marque contestée au regard de l'usage postérieur à son enregistrement, au lieu de se placer à la date de dépôt.

45 Selon la requérante, la division d'annulation a considéré à juste titre que les demandeurs en nullité avaient cherché à établir le caractère trompeur de la marque contestée en se fondant sur des actes bien postérieurs à son dépôt auprès de l'EUIPO, que ces actes auraient pu être pertinents dans une procédure de déchéance, mais non dans une procédure de nullité, et que, à la date pertinente du dépôt de la demande d'enregistrement, il n'existait pas de contradiction manifeste entre la marque contestée et les produits qu'elle désignait, ce qui excluait tout caractère trompeur.

46 La requérante fait observer que l'usage honnête de la marque contestée devrait être présumé, sauf preuve du contraire, laquelle devrait correspondre à la date du dépôt de la demande d'enregistrement de la marque et non au seul usage qui en a été fait ultérieurement par le titulaire.

47 En réponse à la première branche du premier moyen soulevé par la requérante, l'EUIPO fait valoir que, conformément au droit applicable, la grande chambre de recours a examiné la demande en nullité en se plaçant à la date du dépôt de la demande de marque contestée. Selon l'EUIPO, cette marque est intrinsèquement trompeuse, eu égard notamment à ses couleurs, à ses éléments figuratifs et à la renommée de l'Irlande pour les produits agricoles couverts par la marque contestée. En l'absence de limitation explicite de la liste de ces produits à ceux d'origine irlandaise, la marque contestée induirait le public pertinent en erreur en ce qui concerne leur provenance géographique. Les éléments de preuve postérieurs à la demande de marque, comme le catalogue de 2014, ne feraient que confirmer l'évaluation que la grande chambre de recours a effectuée en se plaçant, comme elle le devait, à la date de dépôt de la marque contestée.

- 48 En ce qui concerne la première branche du premier moyen, les arguments de l'intervenante rejoignent, en substance, ceux de l'EUIPO.
- 49 Au titre de la deuxième branche du premier moyen, la requérante fait observer que le lien de la marque contestée avec l'Irlande ne suffit pas en soi pour induire le consommateur en erreur quant à la nature des produits ou à leur provenance géographique, puisque le signe serait perçu comme évocateur, notamment du fait qu'il comporte des éléments numériques et figuratifs. Le signe serait ainsi perçu comme une marque et non comme l'indication d'une origine géographique.
- 50 Par ailleurs, la requérante critique la décision attaquée en ce qu'elle se fonde sur des décisions antérieures de l'Oficina Española de Patentes y Marcas (Office des brevets et des marques espagnol) ayant rejeté des demandes de marques comportant l'élément « la irlandesa » similaires déposées par la requérante, ainsi que sur une décision de la division d'annulation de l'EUIPO déclarant la nullité d'une telle marque. Selon la requérante, ces décisions concernent des marques qui sont différentes et qui désignaient précisément le beurre, dans certains cas aussi des produits laitiers, alors que la marque contestée dans la présente affaire désigne les produits relevant de la classe 29 dans son ensemble.
- 51 En réponse à la deuxième branche du premier moyen, l'EUIPO estime que l'argument de la requérante tiré d'un prétendu caractère évocateur de la marque contestée ne convainc pas. S'agissant des décisions antérieures citées dans la décision attaquée, l'EUIPO rétorque à la requérante qu'elles étaient pertinentes en ce qui concerne la perception du public pertinent et que la grande chambre de recours pouvait légitimement s'y référer pour confirmer ses propres conclusions.
- 52 Quant à l'intervenante, elle partage pour l'essentiel les arguments de l'EUIPO sur la deuxième branche du premier moyen.
- 53 Il convient de rappeler que, en vertu des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009, la nullité de la marque est déclarée lorsqu'elle a été enregistrée alors qu'elle est de nature à tromper le public, par exemple sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit ou du service.
- 54 Selon une jurisprudence constante, la seule date pertinente aux fins de l'examen d'une demande en nullité est celle du dépôt de la demande de marque contestée (ordonnances du 24 septembre 2009, *Bateaux mouches/OHMI*, C-78/09 P, non publiée, EU:C:2009:584, point 18, et du 23 avril 2010, *OHMI/Frosch Touristik*, C-332/09 P, non publiée, EU:C:2010:225, point 41). Toutefois, la jurisprudence admet la prise en compte d'éléments postérieurs à cette date, à condition que ceux-ci concernent la situation à la date du dépôt de la demande de marque [arrêt du 3 juin 2009, *Frosch Touristik/OHMI – DSR touristik (FLUGBÖRSE)*, T-189/07, EU:T:2009:172, points 19 et 28].
- 55 Les cas visés à l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009 supposent que l'existence d'une tromperie effective ou d'un risque suffisamment grave de tromperie du consommateur puisse être retenue [voir arrêt du 26 octobre 2017, *Alpirsbacher Klosterbräu Glauner/EUIPO (Klosterstoff)*, T-844/16, EU:T:2017:759, point 42 et jurisprudence citée].

- 56 L'appréciation du motif mentionné à l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009 ne peut être portée que, d'une part, par rapport aux produits ou aux services en cause et, d'autre part, par rapport à la perception de la marque par le public pertinent [voir arrêt du 22 mars 2018, *Safe Skies/EUIPO – Travel Sentry (TSA LOCK)*, T-60/17, non publié, EU:T:2018:164, point 63 et jurisprudence citée].
- 57 En outre, l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009 implique une désignation suffisamment spécifique des caractéristiques potentielles des produits et des services couverts par la marque. Ce n'est que lorsque le consommateur visé est amené à croire que les produits et les services possèdent certaines caractéristiques, qu'ils ne possèdent pas en réalité, qu'il est trompé par la marque [voir arrêt du 29 novembre 2018, *Khadi and Village Industries Commission/EUIPO – BNP Best Natural Products (Khadi Ayurveda)*, T-683/17, non publié, EU:T:2018:860, point 53 et jurisprudence citée].
- 58 En vertu de l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 207/2009 (devenu article 7, paragraphe 2, du règlement 2017/1001), l'article 7, paragraphe 1, du même règlement est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de l'Union.
- 59 En l'espèce, la grande chambre de recours a d'abord examiné les caractéristiques intrinsèques de la marque contestée, pour établir son sens pour le public pertinent, compte tenu des produits désignés dans la demande de marque. Elle a considéré que, en voyant la marque contestée apposée sur les produits en cause, les consommateurs hispanophones croiraient qu'ils provenaient d'Irlande.
- 60 La grande chambre de recours a déduit de cette analyse de la marque contestée que, « déjà au moment de son dépôt », celle-ci était trompeuse pour le public pertinent. Pour « confirmer » cette conclusion, elle a pris en considération les preuves présentées par les demandeurs en nullité, notamment une décision de la division d'annulation de l'EUIPO du 25 septembre 2002, qui avait déclaré la nullité d'une marque comportant l'élément « la irlandesa » similaire à la marque contestée. Les preuves étaient également constituées des éléments suivants, postérieurs à la date de dépôt de la demande de marque :
- le catalogue en ligne de la requérante, datant de 2014 ;
 - des photographies de produits alimentaires portant la marque contestée, fabriqués en 2016 et achetés en Espagne la même année.
- 61 Selon la grande chambre de recours, il ressortait de ces éléments de preuve, en particulier des informations sur les emballages des produits et leurs étiquettes, en très petits caractères ou sous la forme de codes de pays ou de numéros liés à leur salubrité, que ces produits avaient été fabriqués dans d'autres pays que l'Irlande. La requérante aurait d'ailleurs admis dans ses observations devant la grande chambre de recours que la marque contestée « n'[était] pas limitée aux seuls produits provenant d'Irlande ».
- 62 La grande chambre de recours a également invoqué des décisions judiciaires espagnoles et une décision de l'Office des brevets et des marques espagnol, toutes antérieures à la date de dépôt de la marque contestée, pour « confirmer » le caractère trompeur de celle-ci.

- 63 Il convient de noter que les articles 52 à 54 du règlement n° 207/2009 (les articles 53 et 54 étant devenus les articles 60 et 61 du règlement 2017/1001) régissent les causes de nullité d'une marque de l'Union européenne, alors qu'une disposition distincte, l'article 51 dudit règlement, concerne les causes de déchéance.
- 64 De plus, il y a lieu de relever que le caractère trompeur d'une marque constitue une cause de nullité absolue de celle-ci en vertu des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009 et, par ailleurs, une cause de déchéance au titre de l'article 51, paragraphe 1, sous c), dudit règlement.
- 65 Or, l'article 51, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009 dispose explicitement que le caractère trompeur d'une marque enregistrée, qui justifie que son titulaire soit déclaré déchu de ses droits, découle de l'usage qui en est fait, tandis que les dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), dudit règlement, qui frappent de nullité la marque qui a été enregistrée en dépit de son caractère trompeur, ne contiennent pas de référence à un tel usage.
- 66 Il résulte de ce qui précède que, en principe, l'examen d'une demande en déchéance au sens de l'article 51, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 207/2009 appelle la prise en considération de l'usage effectif de la marque, donc d'éléments postérieurs au dépôt de celle-ci, alors que tel n'est pas le cas aux fins de l'examen d'une demande en nullité introduite en vertu des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009. En effet, l'examen d'une telle demande en nullité exige d'établir que le signe déposé aux fins de l'enregistrement en tant que marque était en lui-même de nature à tromper le consommateur au moment du dépôt de la demande d'enregistrement, la gestion ultérieure dudit signe étant dépourvue de pertinence (voir, en ce sens, arrêt du 8 juin 2017, *W. F. Gözze Frottierweberei et Gözze*, C-689/15, EU:C:2017:434, points 55 et 56).
- 67 Ce principe est confirmé par la jurisprudence selon laquelle la seule date pertinente aux fins de l'examen d'une demande en nullité est celle du dépôt de la demande de marque contestée (ordonnances du 24 septembre 2009, *Bateaux mouches/OHMI*, C-78/09 P, non publiée, EU:C:2009:584, point 18, et du 23 avril 2010, *OHMI/Frosch Touristik*, C-332/09 P, non publiée, EU:C:2010:225, point 41) et selon laquelle des éléments postérieurs à la date de la demande de marque ne peuvent être pris en compte qu'à la condition qu'ils concernent la situation à cette date (arrêt du 3 juin 2009, *FLUGBÖRSE*, T-189/07, EU:T:2009:172, points 19 et 28).
- 68 En d'autres termes, en matière de nullité, la question qui se pose est de savoir si la marque n'aurait pas dû être enregistrée, *ab initio*, pour des motifs existant déjà à la date de la demande de marque, la prise en compte d'éléments postérieurs ne pouvant servir qu'à éclairer les circonstances telles qu'elles se présentaient à cette date.
- 69 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient de déterminer si la grande chambre de recours a décidé à juste titre de déclarer la nullité de la marque contestée au motif que celle-ci était de nature à tromper le public sur la provenance géographique des produits en cause.
- 70 Comme cela a été constaté au point 36 ci-dessus, la grande chambre de recours a correctement considéré que le public pertinent percevrait la marque contestée comme indiquant que les produits couverts par celle-ci avaient une origine irlandaise.

- 71 En revanche, comme le fait observer à bon droit la requérante, aux fins de l'application de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009, la grande chambre de recours devait vérifier si, à la date de la demande d'enregistrement, il n'existait pas de contradiction entre l'information que la marque contestée véhiculait et les caractéristiques des produits désignés dans ladite demande [voir, en ce sens, arrêts du 27 octobre 2016, Caffè Nero Group/EUIPO (CAFFÈ NERO), T-29/16, non publié, EU:T:2016:635, points 45 à 50, et du 13 mai 2020, SolNova/EUIPO – Canina Pharma (BIO-INSECT Shocker), T-86/19, EU:T:2020:199, points 70 à 87]. Or, il convient de relever que la liste des produits couverts par la marque contestée ne comportait aucune indication de leur provenance géographique et qu'elle pouvait donc couvrir des produits provenant d'Irlande. Partant, à la différence des circonstances sur lesquelles le Tribunal s'est prononcé dans les affaires CAFFÈ NERO (T-29/16, non publié, EU:T:2016:635) et BIO-INSECT Shocker (T-86/19, EU:T:2020:199), précitées, il n'existait pas en l'espèce, à la date de dépôt de la marque contestée, de contradiction entre celle-ci et les produits désignés, de telle sorte qu'il était exclu de constater qu'une telle marque revêtait un caractère trompeur à cette date.
- 72 Dès lors que, à la date de la demande d'enregistrement, il n'existait pas de contradiction entre la marque contestée et les produits couverts par celle-ci, c'est à tort que la grande chambre de recours a reproché à la requérante de ne pas avoir limité la liste de ces produits à ceux provenant d'Irlande. En effet, l'insertion d'une telle limitation dans celle-ci n'était pas requise par l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009, qui vise à empêcher l'enregistrement de marques de nature à tromper le public.
- 73 En outre, la marque contestée ne pouvant être considérée comme trompeuse à la date de la demande d'enregistrement, en 2013, les preuves ultérieures datant de 2014 et de 2016 prises en considération par la grande chambre de recours ne pouvaient pas confirmer un tel caractère trompeur. Au vu du dossier de l'affaire, il n'a pas été établi que ces preuves ultérieures concernaient la situation à la date du dépôt de la demande de marque et, par conséquent, la jurisprudence illustrée dans l'arrêt du 3 juin 2009, FLUGBÖRSE (T-189/07, EU:T:2009:172), qui aurait pu autoriser la prise en compte de telles preuves, ne trouvait pas à s'appliquer en l'espèce.
- 74 Par ailleurs, la grande chambre de recours a relevé qu'« il a[vait] été établi – et [la requérante] ne l'a pas nié – que la marque était déjà utilisée avant sa date de dépôt ». Cependant, elle n'explique pas comment cet usage de la marque contestée, antérieur au dépôt, « a été établi » et comment un tel usage antérieur démontrerait la nature trompeuse de cette marque.
- 75 S'agissant de la décision de la division d'annulation de l'EUIPO du 25 septembre 2002, ainsi que des décisions judiciaires espagnoles et d'une décision de l'Office des brevets et des marques espagnol mentionnées dans la décision attaquée et antérieures à la date de dépôt de la marque contestée, il convient de rappeler que ni la pratique décisionnelle de l'EUIPO ni les décisions d'autorités nationales ne sauraient lier le Tribunal [voir, en ce sens, arrêts du 9 mars 2012, Ella Valley Vineyards/OHMI – HFP (ELLA VALLEY VINEYARDS), T-32/10, EU:T:2012:118, point 54 et jurisprudence citée, et du 28 octobre 2020, Electrolux Home Products/EUIPO – D. Consult (FRIGIDAIRE), T-583/19, non publié, EU:T:2020:511, point 31 et jurisprudence citée]. Ces décisions ne permettent pas de passer outre au cadre d'analyse établi par la législation de l'Union et requis pour l'examen d'une demande en nullité, comme celle en cause en l'espèce, ce cadre n'étant pas le même que celui applicable à l'examen d'une demande en déchéance.

- 76 Il résulte de ce qui précède que le premier moyen n'est pas fondé en sa troisième branche, mais qu'il est fondé en ses première et deuxième branches examinées conjointement, la grande chambre de recours ayant commis une erreur dans l'application des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009.
- 77 Cette erreur affecte la légalité du premier pilier de la décision attaquée. Néanmoins, elle ne saurait conduire à l'annulation de la décision attaquée que si le second pilier de celle-ci était, lui aussi, entaché d'illégalité.

Sur le second moyen, tiré de la violation de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009

- 78 La requérante soutient que la grande chambre de recours n'a pas démontré qu'elle était de mauvaise foi lorsqu'elle a déposé sa demande d'enregistrement de la marque contestée. Elle fait observer qu'elle a utilisé pendant plus de 40 ans des marques similaires comprenant l'élément « la irlandesa », qui sont toujours valides, et que sa mauvaise foi ne peut être déduite de la fin de sa relation commerciale avec l'intervenante en 2011. La grande chambre de recours se serait indument concentrée sur des exemples de litiges ou d'enregistrements refusés en ce qui concerne des marques similaires comprenant l'élément « la irlandesa » et aurait erronément considéré comme des indices de la mauvaise foi de la requérante certaines caractéristiques de la marque contestée, notamment les éléments figuratifs de celle-ci, sa couleur et le fait qu'elle évoquait une origine géographique.
- 79 L'EUIPO et l'intervenante contestent les arguments de la requérante.
- 80 Il convient de noter que, aux termes de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, la nullité de la marque est déclarée lorsque le demandeur était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande de marque.
- 81 Il découle de cette même disposition que le moment pertinent aux fins de l'appréciation de l'existence de la mauvaise foi du demandeur est celui du dépôt, par l'intéressé, de la demande d'enregistrement (arrêt du 11 juin 2009, *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, point 35). Cependant, l'usage de la marque contestée peut constituer un élément à prendre en compte pour caractériser l'intention qui présidait à la demande d'enregistrement, y compris un usage postérieur à la date de cette demande [voir, en ce sens, arrêts du 1^{er} février 2012, *Carrols/OHMI – Gambettola (Pollo Tropical CHICKEN ON THE GRILL)*, T-291/09, EU:T:2012:39, point 76 ; du 8 mai 2014, *Simca Europe/OHMI – PSA Peugeot Citroën (Simca)*, T-327/12, EU:T:2014:240, point 48, et du 23 mai 2019, *Holzer y Cia/EUIPO – Annco (ANN TAYLOR et AT ANN TAYLOR)*, T-3/18 et T-4/18, EU:T:2019:357, point 126].
- 82 La notion de mauvaise foi, visée à l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, n'est ni définie, ni délimitée, ni même décrite d'une quelconque manière dans la législation [voir arrêts du 11 juillet 2013, *SA.PAR./OHMI – Salini Costruttori (GRUPPO SALINI)*, T-321/10, EU:T:2013:372, point 19 et jurisprudence citée, et du 8 mars 2017, *Biernacka-Hoba/EUIPO – Formata Bogusław Hoba (Formata)*, T-23/16, non publié, EU:T:2017:149, point 41 et jurisprudence citée]. Selon la jurisprudence, cette notion ne peut pas être cantonnée à une catégorie limitée de faits particuliers. En effet, l'objectif d'intérêt général de cette disposition, qui consiste à faire échec aux enregistrements de marque abusifs ou contraires aux usages honnêtes en matière industrielle et commerciale, serait compromis si la mauvaise foi ne pouvait être

démontrée que dans des circonstances limitativement énumérées [voir arrêt du 21 avril 2021, Hasbro/EUIPO – Kreativni Dogadaji (MONOPOLY), T-663/19, EU:T:2021:211, point 37 et jurisprudence citée].

- 83 Toute allégation de mauvaise foi doit être appréciée globalement, en tenant compte de l'ensemble des circonstances factuelles pertinentes du cas d'espèce (arrêt du 12 septembre 2019, Koton Mağazacilik Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO, C-104/18 P, EU:C:2019:724, point 47).
- 84 Ainsi, il est de jurisprudence constante que, dans le cadre de l'analyse globale opérée au titre de l'article 52, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009, il peut être tenu compte de l'origine du signe contesté et de son usage depuis sa création, de la logique commerciale dans laquelle s'est inscrit le dépôt de la demande d'enregistrement du signe en tant que marque de l'Union européenne ainsi que de la chronologie des événements ayant caractérisé la survenance dudit dépôt (voir arrêt du 21 avril 2021, MONOPOLY, T-663/19, EU:T:2021:211, point 38 et jurisprudence citée).
- 85 En outre, il convient de prendre en considération l'intention du demandeur au moment du dépôt de la demande d'enregistrement, élément subjectif qui doit être déterminé par référence aux circonstances objectives du cas d'espèce (arrêts du 11 juin 2009, Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli, C-529/07, EU:C:2009:361, points 41 et 42, et du 8 mars 2017, Formata, T-23/16, non publié, EU:T:2017:149, point 44). À cet égard, il importe d'examiner l'intention du demandeur de marque telle qu'elle peut être déduite des circonstances objectives et de ses actions concrètes, de son rôle ou de sa position, de la connaissance dont il disposait au regard de l'usage du signe antérieur, des liens de nature contractuelle, précontractuelle ou post-contractuelle qu'il entretenait avec le demandeur en nullité, de l'existence de devoirs ou d'obligations réciproques et, de façon plus générale, de toutes les situations objectives de conflit d'intérêts dans lesquelles le demandeur de marque a opéré (arrêt du 11 juillet 2013, GRUPPO SALINI, T-321/10, EU:T:2013:372, point 28).
- 86 Il incombe au demandeur en nullité qui entend se fonder sur ce motif d'établir les circonstances qui permettent de conclure que le titulaire d'une marque de l'Union européenne était de mauvaise foi lors du dépôt de la demande d'enregistrement de cette dernière [voir arrêt du 26 février 2015, Pangyrus/OHMI – RSVP Design (COLOURBLIND), T-257/11, non publié, EU:T:2015:115, point 63 et jurisprudence citée].
- 87 La bonne foi est présumée jusqu'à preuve du contraire (voir arrêt du 8 mars 2017, Formata, T-23/16, non publié, EU:T:2017:149, point 45 et jurisprudence citée).
- 88 En l'espèce, la grande chambre de recours énumère plusieurs éléments qui, selon elle, permettent de conclure que la requérante était de mauvaise foi lorsqu'elle a demandé l'enregistrement de la marque contestée.
- 89 Premièrement, la grande chambre de recours réitère son constat selon lequel la marque contestée induit le consommateur hispanophone en erreur en établissant un lien géographique clair avec l'Irlande alors que les produits en cause ne proviennent pas de ce pays.
- 90 Deuxièmement, la grande chambre de recours fait observer que, du fait de ce caractère trompeur, des marques comportant l'élément « la irlandesa » similaires à celle en cause en l'espèce et couvrant des listes de produits plus spécifiques ont été annulées ou refusées par l'EUIPO et par les autorités judiciaires et administratives espagnoles et que, ces décisions défavorables à la

requérante ayant été rendues en 2000, 2001 et 2002, bien avant la date de dépôt de la marque contestée en 2013, la requérante en avait nécessairement connaissance à cette date. Cette connaissance serait confirmée par le fait que la requérante a obtenu ultérieurement des enregistrements espagnols de marques similaires en incluant explicitement dans la description des produits une restriction géographique relative à l'Irlande, ce qu'elle n'a pas fait en ce qui concerne la marque contestée.

- 91 Troisièmement, la grande chambre de recours constate que, pendant de longues années, la requérante était la représentante exclusive de l'intervenante et achetait du beurre irlandais en vrac à celle-ci, l'emballait et le vendait aux îles Canaries. Elle considère que la marque espagnole La Irlandesa déposée en 1967 par la requérante avait pour but de promouvoir en Espagne la vente de beurre d'origine irlandaise, que cette marque est née de la relation contractuelle entre la requérante et l'intervenante et que ladite marque était liée à l'origine irlandaise des produits que la requérante était autorisée à vendre dans le cadre de cette relation. Selon la grande chambre de recours, après la fin de cette relation commerciale en 2011, la requérante a continué de vendre des produits sous des marques comprenant les mots « la » et « irlandesa » alors qu'ils n'étaient plus d'origine irlandaise. La requérante n'aurait pas démontré de logique commerciale légitime expliquant le dépôt de la marque contestée, ni la logique économique de son utilisation après la fin de la relation commerciale avec l'intervenante en 2011. La requérante n'aurait donc cherché qu'à obtenir un avantage indu d'une relation commerciale terminée, pour continuer de profiter de l'image des produits irlandais.
- 92 Quatrièmement, la grande chambre de recours a considéré que, compte tenu de l'utilisation trompeuse de la marque contestée, des décisions antérieures de l'EUIPO et des autorités espagnoles ainsi que de la relation commerciale antérieure et désormais terminée avec l'intervenante, la requérante, lors du dépôt de la marque contestée, avait l'intention de continuer à induire en erreur le public quant à la provenance géographique des produits concernés et de tirer avantage de la bonne image des produits irlandais. La requérante aurait donc eu une intention malhonnête, en ayant délibérément déposé la marque contestée aux fins de créer une association avec l'Irlande.
- 93 Compte tenu de tous ces éléments, la grande chambre de recours a déduit la mauvaise foi de la requérante lorsqu'elle a déposé la marque contestée. Par conséquent, elle a déclaré que cette marque était frappée de nullité aussi à ce titre.
- 94 À titre liminaire, il convient de rappeler qu'il découle de la jurisprudence citée au point 81 ci-dessus que, pour trancher la question de savoir si la requérante était de mauvaise foi lorsqu'elle a demandé l'enregistrement de la marque contestée, la grande chambre de recours pouvait valablement se fonder sur des éléments de preuve postérieurs à la date du dépôt de la marque contestée, dès lors que ces éléments constituaient des indices portant sur la situation à la date pertinente, et même sur l'usage de la marque contestée postérieurement audit dépôt.
- 95 En l'espèce, en premier lieu, quant à l'utilisation trompeuse de la marque contestée, il est constant entre les parties que la requérante, pendant des décennies, a vendu du beurre d'origine irlandaise sous cette marque dans le cadre de sa relation contractuelle avec l'intervenante, que, après que cette relation a pris fin, elle a continué de vendre des produits alimentaires sous ladite marque et qu'une partie non négligeable de ceux-ci, y compris des produits laitiers et de la charcuterie, n'était pas d'origine irlandaise. En tout état de cause, la requérante n'a pas allégué que tous les produits qu'elle vendait sous la marque contestée provenaient d'Irlande.

- 96 En d'autres termes, la requérante a vendu des produits sous la marque contestée alors même qu'une partie non négligeable de ceux-ci n'était pas d'origine irlandaise et ne correspondait donc pas à la perception qu'en avait le public pertinent.
- 97 Or, si cette circonstance est dénuée de pertinence aux fins de l'examen du premier moyen, tiré des dispositions combinées de l'article 52, paragraphe 1, sous a), et de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009, elle ne l'est pas aux fins de l'examen du second moyen, tiré de la mauvaise foi de la requérante.
- 98 En effet, une fois que la requérante a étendu l'usage de la marque contestée à des produits autres que du beurre d'origine irlandaise, les consommateurs hispanophones, qui constituent le public pertinent, étaient susceptibles d'être induits en erreur quant à la provenance géographique de ces produits, puisqu'ils avaient été habitués pendant des décennies à l'apposition de la marque contestée sur du beurre provenant d'Irlande. Un tel comportement est un indice de mauvaise foi en ce qu'il révèle que, lors du dépôt de la demande de marque contestée, la requérante a indument voulu transférer l'avantage tiré de l'association avec l'Irlande à des produits n'ayant pas cette provenance géographique, notamment après la fin de sa relation commerciale avec l'intervenante qui lui fournissait du beurre irlandais.
- 99 À cet égard, les informations figurant éventuellement sur les emballages et les étiquettes des produits vendus par la requérante ne sont pas susceptibles, à elles seules, de dissiper le risque d'induire le consommateur en erreur. En effet, dès lors qu'elles sont indiquées en très petits caractères ou sous la forme de codes de pays ou de numéros liés à la salubrité, il n'est pas certain que ces informations soient systématiquement perçues par le public pertinent.
- 100 En deuxième lieu, s'agissant des affaires dans lesquelles des marques comportant l'élément « la irlandesa » similaires à celle en cause en l'espèce ont été annulées ou refusées par l'EUIPO et par les autorités judiciaires et administratives espagnoles en 2000, 2001 et 2002, il est vrai qu'elles ne sauraient lier le Tribunal et que, en tout état de cause, elles ne permettent pas de déterminer si la marque contestée est trompeuse au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous g), du règlement n° 207/2009, mais elles confirment que la marque contestée pouvait être perçue par le public pertinent comme indiquant que les produits sur laquelle celle-ci était apposée étaient d'origine irlandaise. Elles indiquent aussi que l'usage de la marque contestée pour des produits n'ayant pas une origine irlandaise faisait l'objet de controverses quant à son potentiel caractère trompeur, ce dont la requérante avait nécessairement connaissance à la date de la demande d'enregistrement de cette marque et qui est donc de nature à corroborer l'existence de sa mauvaise foi à cette date.
- 101 En troisième et dernier lieu, la grande chambre de recours a pu à bon droit se fonder sur les éléments de preuve qui lui ont été présentés, qui permettent notamment d'établir la chronologie des événements ayant caractérisé le dépôt de la demande d'enregistrement de la marque contestée, pour conclure que la requérante avait adopté une stratégie commerciale d'association avec les marques comprenant l'élément « la irlandesa » qui étaient liées à l'ancienne relation commerciale de la requérante avec l'intervenante (voir, en ce sens, arrêts du 8 mai 2014, *Simca*, T-327/12, EU:T:2014:240, point 63, et du 23 mai 2019, *ANN TAYLOR* et *AT ANN TAYLOR*, T-3/18 et T-4/18, EU:T:2019:357, point 164), afin de continuer de tirer un bénéfice de cette relation terminée et des marques qui étaient liées à celle-ci [voir, en ce sens, arrêt du 14 mai 2019, *Moreira/EUIPO – Da Silva Santos Júnior (NEYMAR)*, T-795/17, non publié, EU:T:2019:329, points 49 à 51 et 55].

- 102 Il peut être déduit des considérations qui précèdent que l'enregistrement de la marque contestée était contraire aux usages honnêtes en matière industrielle et commerciale. C'est donc à juste titre que la grande chambre de recours a conclu à la mauvaise foi de la requérante lorsque celle-ci a demandé l'enregistrement de la marque contestée.
- 103 Aucun des arguments avancés par la requérante n'est susceptible de remettre en cause cette conclusion.
- 104 S'agissant des arguments de la requérante selon lesquels elle a utilisé pendant plus de 40 ans des marques similaires enregistrées au niveau européen ou national comprenant l'élément « la irlandesa », qui seraient toujours valides, et selon lesquels la grande chambre de recours n'aurait pas dû se concentrer uniquement sur des litiges ou sur des demandes d'enregistrements refusées, il suffit de rappeler à nouveau que, dans le cadre de son contrôle de légalité, le Tribunal n'est lié ni par la pratique décisionnelle de l'EUIPO (voir, en ce sens, arrêt du 28 octobre 2020, FRIGIDAIRE, T-583/19, non publié, EU:T:2020:511, point 31 et jurisprudence citée), ni par une décision intervenue au niveau d'un État membre, admettant le caractère enregistrable d'un signe en tant que marque nationale [voir, en ce sens, arrêt du 17 novembre 2021, Jakober/EUIPO (Forme d'une tasse), T-658/20, non publié, EU:T:2021:795, point 41]. Ces arguments doivent donc être écartés.
- 105 Quant à l'argument de la requérante selon lequel sa mauvaise foi ne saurait être déduite de la fin de sa relation commerciale avec l'intervenante en 2011, il convient de le rejeter au motif que les marques comprenant l'élément « la irlandesa », comme la marque contestée, étaient liées à cette relation et que la fin de cette dernière était une circonstance pertinente aux fins de l'appréciation de l'intention de la requérante lors du dépôt de la marque contestée [voir, en ce sens, arrêt du 30 avril 2019, Kuota International/EUIPO – Sintema Sport (K), T-136/18, non publié, EU:T:2019:265, point 45]. En effet, la requérante a continué d'utiliser la marque contestée après le terme mis à cette relation, pour des produits ne provenant pas d'Irlande, alors que l'origine irlandaise des produits était un aspect fondamental de ladite relation et de l'usage initial de cette marque.
- 106 Enfin, sur le reproche fait à la grande chambre de recours d'avoir considéré comme des indices de mauvaise foi certaines caractéristiques de la marque contestée, notamment les éléments figuratifs de celle-ci, sa couleur et le fait qu'elle évoquait une origine géographique, d'une part, il convient de rappeler que, ainsi qu'il a été relevé aux points 24 à 36 ci-dessus, la grande chambre de recours a conclu à juste titre que, en voyant la marque contestée apposée sur les produits en cause, les consommateurs hispanophones étaient amenés à croire que ces produits provenaient d'Irlande, compte tenu des caractéristiques mêmes de cette marque. D'autre part, conformément à la jurisprudence rappelée au point 83 ci-dessus, la grande chambre de recours devait tenir compte de toutes les circonstances factuelles pertinentes dans le cadre d'une appréciation globale du cas d'espèce et pouvait donc valablement prendre en considération, parmi toutes ces circonstances, la perception par le public pertinent de la marque contestée en ce qui concerne les produits en cause.
- 107 Au vu de ce qui précède, le second moyen doit être rejeté.
- 108 Eu égard à l'ensemble des considérations qui précèdent, il y a lieu de conclure que le fait que le premier moyen est fondé demeure sans incidence sur la légalité de la décision attaquée, car le second moyen, dirigé contre le second pilier de celle-ci, n'est, quant à lui, pas fondé et ce second pilier est de nature à justifier, à lui seul, le dispositif de cette décision (voir arrêts du

29 janvier 2020, ENCANTO, T-239/19, non publié, EU:T:2020:12, point 49 et jurisprudence citée, et du 20 janvier 2021, MANUFACTURE PRIM 1949, T-656/18, non publié, EU:T:2021:17, point 19 et jurisprudence citée).

109 Il y a donc lieu de rejeter le recours.

Sur les dépens

110 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.

111 La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'EUIPO et de l'intervenante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (sixième chambre élargie)

déclare et arrête :

1) Le recours est rejeté.

2) Hijos de Moisés Rodríguez González, SA est condamnée aux dépens.

Marcoulli

Frimodt Nielsen

Schwarcz

Iliopoulos

Norkus

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 29 juin 2022.

Signatures