

ARRÊT DU TRIBUNAL (neuvième chambre)  
25 juin 2020 (\*)

« Marque de l'Union européenne – Demande de marque de l'Union européenne figurative OFF-WHITE – Rejet partiel de la demande d'enregistrement – Motifs absolus de refus – Caractère descriptif – Absence de caractère distinctif – Nom de couleur – Article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement (UE) 2017/1001 »

Dans l'affaire T-133/19,

**Off-White LLC, établie à Springfield, Illinois (États-Unis), représentée par Me M. D, avocate,**  
partie requérante,

contre

**Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par Mme A C, MM. J. C C et H. O, en qualité d'agents,**  
partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la deuxième chambre de recours de l'EUIPO du 14 décembre 2018 (affaire R-580/2018-2), concernant une demande d'enregistrement du signe figuratif OFF-WHITE comme marque de l'Union européenne,

LE TRIBUNAL (neuvième chambre),

composé de Mme M. J. C, présidente, MM. D. G (rapporteur) et B. B, juges,  
greffier : Mme R. U, administratrice,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 28 février 2019,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 15 mai 2019,

vu la modification de la composition des chambres du Tribunal,

vu la mesure d'organisation de la procédure du 21 novembre 2019, à la suite de l'audience du 23 janvier 2020,  
rend le présent

**Arrêt**

**Antécédents du litige**

- 1 Le 17 octobre 2017, la requérante, OFF-WHITE LLC, a présenté une demande d'enregistrement de marque de l'Union européenne à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (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).
- 2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe figuratif reproduit ci-après :



- 3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 3, 9, 14 et 20 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 correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :
  - classe 3 : « Savons à usage personnel ; parfumerie ; eaux de Cologne ; eau de toilette ; parfums ; parfums à usage personnel ; lotions de soins de la peau [cosmétiques] ; anti transpirants ; déodorants à usage personnel ; cosmétiques ; lotions après-rasage ; baumes après-rasage ; nettoyants pour le corps ; préparations de bain non médicamenteuses ; préparations non médicamenteuses pour soins de la peau ; parfums d'ambiance ; pot-pourri ; huiles pour l'aromathérapie ; perles de fragrance à usage domestique ; vaporisateurs parfumés pour le linge de maison ; sachets parfumés. »
  - classe 9 : « Lunettes ; lunettes de soleil ; étuis [boîtiers] pour lunettes ; boîtiers pour lunettes de soleil ; sacs adaptés aux ordinateurs portables ; housses pour ordinateurs portables ; étuis de transport pour ordinateurs portatifs ; étuis pour téléphones mobiles ; housses pour téléphones cellulaires ; casques de protection ; montures de lunettes ; étuis et housses pour tablettes, PDA (assistants numériques personnels) et lecteurs MP3 ; kits mains libres, cordons, sangles de poignet et cordons pour le cou pour téléphones mobiles, smartphones, vidéophones, tablettes, PDA (assistants numériques personnels) et lecteurs MP3 » ;
  - classe 14 : « Bijoux ; épingles de revers [bijoux] ; boutons de manchettes ; montres ; horloges murales ; bijoux et bijoux de fantaisie en métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué, à savoir anneaux, boucles d'oreille, bracelets, broches, pendentifs, breloques, chaînes et chaînettes pour montres, colliers, médailles, médaillons ; pierres précieuses, pierres semi-précieuses ; horlogerie et instruments chronométriques, bracelets de montre,

boîtiers de montres ; porte-clés en métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué ; coffrets de présentation pour montres ; boîtes à bijoux » ;

– classe 20 : « Oreillers ; coussins ; lits ; matelas ; mobilier ».

- 4 Par décision du 31 janvier 2018, l'examinatrice a partiellement rejeté la demande d'enregistrement, en tant qu'elle visait les produits compris dans les classes 9, 14 et 20, sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement 2017/1001, lu conjointement avec l'article 7, paragraphe 2, du même règlement.
- 5 Le 28 mars 2018, la requérante a formé un recours auprès de l'EUIPO, au titre des articles 66 à 71 du règlement 2017/1001, contre la décision de l'examinatrice.
- 6 Par décision du 14 décembre 2018 (ci-après la « décision attaquée »), la deuxième chambre de recours de l'EUIPO a rejeté le recours en ce qui concerne tous les produits compris dans les classes 9 et 20, ainsi qu'en ce qui concerne les « montres ; horloges murales ; horlogerie et instruments chronométriques, bracelets de montre, boîtiers de montres ; coffrets de présentation pour montres ; boîtes à bijoux » et les « pierres précieuses, pierres semi-précieuses » compris dans la classe 14 (ci-après les « produits en cause ») (voir point 1 du dispositif de la décision attaquée), au motif que la marque demandée était descriptive pour ces produits et qu'elle était dépourvue de caractère distinctif.
- 7 En particulier, la chambre de recours, après avoir défini le public pertinent comme composé à la fois du grand public et des professionnels, a, tout d'abord, estimé que le terme « off-white » faisait référence à une couleur blanche avec une teinte grise ou jaunâtre. Ensuite, s'agissant de la question de savoir si, pour le public pertinent, il existait un rapport suffisamment direct et concret entre cet élément verbal et les produits en cause, elle a, en substance, considéré que le terme « off-white » faisait référence à une couleur qui pouvait raisonnablement être perçue comme une caractéristique importante et manifestement pertinente pour ces produits. La chambre de recours en a conclu que ce terme renvoyait à l'aspect visuel desdits produits et que, de toute évidence, il serait perçu comme une référence descriptive de la couleur de ces derniers. Par ailleurs, elle a estimé que les éléments figuratifs de la marque demandée, composés d'une forme d'étiquette simple, noire et hexagonale, sur laquelle apparaissait le terme « off-white » en caractères inclinés blancs et fins, revêtaient un caractère extrêmement simple et purement décoratif et ne sauraient détourner l'attention du public du message descriptif véhiculé par l'élément verbal.
- 8 Enfin, la chambre de recours a considéré que, du fait de son caractère descriptif, le signe composant la marque demandée était également

dépourvu de caractère distinctif à l'égard des produits en cause, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001. Elle a ajouté que, compte tenu du raisonnement exposé au sujet du caractère descriptif de ce signe, celui-ci était incapable d'exercer la fonction essentielle de la marque, à savoir celle d'identifier l'origine des produits.

- 9 En revanche, la chambre de recours a accueilli le recours de la requérante et donc a admis à l'enregistrement la marque demandée pour les « bijoux ; épingles de revers [bijoux] ; boutons de manchettes ; bijoux et bijoux de fantaisie en métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué, à savoir anneaux, boucles d'oreille, bracelets, broches, pendentifs, breloques, chaînes et chaînettes pour montres, colliers, médailles, médaillons ; porte-clés en métaux précieux et leurs alliages et produits en ces matières ou en plaqué » compris dans la classe 14 (voir point 2 du dispositif de la décision attaquée). En ce qui concerne ces produits, la chambre de recours a considéré que, de par leur nature, ces derniers n'étaient pas caractérisés par des noms de couleur « normaux », mais plutôt par les couleurs des métaux utilisés, par exemple « or », « argent » ou « or rose », et que, par conséquent, l'élément verbal « off-white » n'était pas descriptif desdits produits.

### **Conclusions des parties**

- 10 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
- annuler la décision attaquée ;
  - condamner l'EUIPO aux dépens, y compris ceux exposés devant la chambre de recours.
- 11 L'EUIPO conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :
- rejeter le recours ;
  - condamner la requérante aux dépens.

### **En droit**

#### ***Sur l'objet du recours***

- 12 À titre liminaire, il convient de relever que, telles qu'elles sont formulées dans la requête, les conclusions à fins d'annulation semblent se diriger à l'encontre de la décision attaquée dans son intégralité, y compris donc à l'encontre du point 2 du dispositif de cette décision par lequel la chambre de recours a accueilli le recours introduit devant elle en ce qui concerne les produits de la classe 14 mentionnés au point 9 ci-dessus. Toutefois, lors de l'audience, la requérante a précisé, en réponse à une question du Tribunal, qu'elle ne demandait l'annulation de la décision attaquée qu'en tant que celle-ci rejetait son recours devant la chambre de recours à l'égard des produits en cause, tels qu'énumérés au point 6 ci-dessus, ce dont il a été pris acte dans le procès-verbal d'audience. Partant, il y a lieu de

considérer que, par son recours devant le Tribunal, la requérante demande l'annulation de la décision attaquée en tant que celle-ci a rejeté son recours devant la chambre de recours à l'égard de ces produits.

13 À l'appui de ce recours, la requérante invoque deux moyens. Le premier moyen est tiré d'une violation, d'une part, des principes de bonne administration, de sécurité juridique et d'égalité de traitement et, d'autre part, de l'obligation de motivation, dans la mesure où la chambre de recours n'aurait pas expliqué pourquoi elle se serait écartée de la pratique décisionnelle antérieure de l'EUIPO. Le second moyen est tiré d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement 2017/1001.

14 Il convient d'examiner, en premier lieu, le second moyen tiré d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement 2017/1001.

***Sur le second moyen, tiré d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement 2017/1001***

15 Ce moyen comporte deux branches dont la première est tirée d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001 et la seconde d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), de ce règlement.

***Sur la première branche du second moyen, tirée d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001***

16 Dans le cadre de la première branche du second moyen, la requérante conteste la conclusion de la chambre de recours selon laquelle la marque demandée présentait un caractère descriptif par rapport aux produits en cause. Elle estime, en substance, d'une part, que c'est à tort que la chambre de recours a considéré que l'élément verbal « off-white » serait naturellement compris comme désignant une nuance de couleur claire et, d'autre part, que, même dans l'hypothèse où ce terme devait être considéré comme renvoyant à une couleur spécifique, il ne serait pas descriptif d'une quelconque caractéristique essentielle des produits en cause. Elle ajoute, enfin, que les éléments figuratifs et stylisés entourant le terme « off-white » confèrent à la marque un caractère distinctif accru.

17 L'EUIPO soutient, d'une part, qu'il ne fait aucun doute que le terme « off-white » est une couleur, qui n'est pas un « blanc pur », mais un ton de blanc qui peut avoir une teinte grise ou jaunâtre, ce qui correspond parfaitement à la définition donnée aussi bien par l'examinatrice que par la chambre de recours. D'autre part, ce serait à juste titre que la chambre de recours a considéré que, en ce qui concerne les produits en cause, la couleur était un facteur qui serait pris en considération par les consommateurs, étant donné que

l'aspect esthétique des produits était important et donc essentiel pour les acheteurs. Enfin, les éléments graphiques du signe en question ne modifieraient aucunement la signification descriptive de la marque demandée.

– *Observations liminaires*

- 18 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, sont refusées à l'enregistrement les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, à désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci. En vertu de l'article 7, paragraphe 2, du même règlement, l'article 7, paragraphe 1, est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de l'Union.
- 19 En interdisant l'enregistrement en tant que marque de tels signes ou indications, l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001 poursuit un but d'intérêt général, lequel exige que les signes ou les indications descriptives des caractéristiques de produits ou de services pour lesquels l'enregistrement est demandé puissent être librement utilisés par tous. Cette disposition empêche, dès lors, que de tels signes ou indications soient réservés à une seule entreprise en raison de leur enregistrement en tant que marque (voir arrêt du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, point 31 et jurisprudence citée).
- 20 En effet, des signes ou des indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner des caractéristiques du produit ou du service pour lequel l'enregistrement est demandé sont, en vertu de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, réputés incapables d'exercer la fonction essentielle de la marque, à savoir identifier l'origine commerciale du produit ou du service afin de permettre au consommateur qui acquiert le produit ou le service que la marque désigne de faire, lors d'une acquisition ultérieure, le même choix, si l'expérience s'avère positive, ou de faire un autre choix, si elle s'avère négative [arrêts du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, point 30 ; du 27 février 2002, Ellos/OHMI (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, point 28, et du 27 février 2015, Universal Utility International/OHMI (Greenworld), T-106/14, non publié, EU:T:2015:123, point 15].
- 21 Par ailleurs, s'agissant du motif absolu de refus figurant à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, l'appréciation du caractère descriptif d'un signe ne peut être opérée que, d'une part, par rapport aux produits ou aux services concernés et, d'autre part, par rapport à la compréhension qu'en a le public pertinent [voir arrêt du 25 octobre 2005, Peek & Cloppenburg/OHMI (Cloppenburg), T-379/03, EU:T:2005:373, point 37 et jurisprudence citée].

22 Il en résulte que, pour qu'un signe tombe sous le coup de l'interdiction énoncée par cette disposition, il faut qu'il présente avec les produits ou les services en cause un rapport suffisamment direct et concret de nature à permettre au public pertinent de percevoir immédiatement, et sans autre réflexion, une description des produits et des services en cause ou d'une de leurs caractéristiques [voir arrêt du 22 juin 2005, *Metso Paper Automation/OHMI (PAPERLAB)*, T-19/04, EU:T:2005:247, point 25 et jurisprudence citée ; arrêt du 21 janvier 2015, *Grundig Multimedia/OHMI (GentleCare)*, T-188/14, non publié, EU:T:2015:34, point 19].

23 Il convient également de rappeler que, pour que l'EUIPO oppose un refus d'enregistrement sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, il n'est pas nécessaire que les signes et indications composant la marque visés à cet article soient effectivement utilisés, au moment de la demande d'enregistrement, à des fins descriptives de produits ou de services tels que ceux pour lesquels la demande est présentée ou des caractéristiques de ces produits ou de ces services. Il suffit, comme l'indique la lettre même de cette disposition, que ces signes et ces indications puissent être utilisés à de telles fins. Un signe verbal doit ainsi se voir opposer un refus d'enregistrement si, en au moins une de ses significations potentielles, il désigne une caractéristique des produits ou des services concernés [arrêt du 23 octobre 2003, *OHMI/Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, point 32 ; voir, également, arrêt du 16 octobre 2014, *Larrañaga Otaño/OHMI (GRAPHENE)*, T-458/13, EU:T:2014:891, point 20 et jurisprudence citée].

24 C'est à la lumière de ces considérations qu'il convient d'examiner, au vu de l'appréciation exposée par la chambre de recours dans la décision attaquée, l'argumentation de la requérante.

– *Sur la signification de l'élément verbal « off-white »*

25 Il convient de relever d'emblée que la marque demandée se compose du terme anglais « off-white » représenté en fines lettres majuscules, légèrement inclinées vers la droite, sur fond d'un cadre hexagonal noir et allongé.

26 Il y a lieu d'indiquer également, ce qui est, par ailleurs, constant entre les parties, que, du fait de l'utilisation de ce terme anglais, le public pertinent à prendre en considération est celui situé sur le territoire anglophone de l'Union, c'est-à-dire au moins le Royaume-Uni, l'Irlande et Malte, ainsi qu'il a été indiqué au point 17 de la décision attaquée. Il importe aussi de relever que, ainsi qu'il résulte du point 15 de cette décision, les produits en cause sont des produits de consommation courante et s'adressent à la fois au grand public et aux professionnels, ce que la requérante ne conteste, d'ailleurs, pas.

27 En revanche, la requérante soutient que la couleur à laquelle renvoie le terme utilisé, à savoir le blanc cassé, n'est pas une couleur déterminée. Au contraire, il existerait différentes variantes de blanc cassé qui pourraient être constituées par n'importe quelle couleur mais dans une nuance très claire. De même, le terme « off-white » revêtirait plusieurs significations, notamment celle qui peut renvoyer à un concept flou, avant-gardiste ou « branché » et artistique.

28 L'EUIPO conteste l'argumentation de la requérante.

29 À cet égard, il convient de constater que la chambre de recours, en s'appuyant sur l'entrée correspondante de l'*Oxford English Dictionary*, a défini le terme « off-white », au point 19 de la décision attaquée, comme faisant référence à une couleur très proche du blanc, ayant fréquemment une teinte grise ou jaune, presque blanche. En outre, au point 23 de la décision attaquée, elle a indiqué que ce terme désignait une nuance de couleur très claire, telle que représentée dans les motifs du recours de la requérante devant la chambre de recours. Or, dans ce recours la requérante invoquait précisément un tableau représentant quatre nuances de blanc cassé avec une teinte grise ou jaunâtre. Il s'ensuit que la définition du terme « off-white » retenue par la chambre de recours ne diffère pas de la conception dont s'était prévalu la requérante.

30 Cette constatation ne saurait être remise en cause par un autre tableau reproduit par la requérante dans sa requête devant le Tribunal et extrait de catalogues d'entreprises privées. En tout état de cause, à supposer même, ainsi que le prétend la requérante, qu'il ne s'agisse pas d'une couleur spécifique, définie, par exemple, au moyen d'un code d'identification généralement reconnu, une telle circonstance ne ferait pas obstacle à ce que l'élément verbal qui s'y rapporte puisse être perçu comme une nuance ou une variante de la couleur blanche. Dans ces conditions, l'argument tiré de la nature prétendument indéterminée de la couleur en question doit être rejeté.

31 Doit également être rejeté l'argument de la requérante selon lequel le terme « off-white » aurait plusieurs significations et se référerait, notamment, à un concept flou, avant-gardiste ou « branché » et artistique. En effet, ainsi que l'a déjà rappelé la chambre de recours, au point 21 de la décision attaquée, un signe doit se voir opposer un refus d'enregistrement, au titre de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, si, en au moins une de ses significations potentielles, il désigne une caractéristique des produits ou des services concernés (arrêts du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, point 32, et du 12 février 2004, Campina Melkunie, C-265/00, EU:C:2004:87, point 38).

32 Il s'ensuit que la chambre de recours a correctement établi la perception de l'élément verbal « off-white » par le public pertinent.



– *Sur le lien entre l'élément verbal « off-white » et les produits en cause*

33 La requérante fait valoir qu'il n'existe pas de rapport suffisamment direct et concret entre l'élément verbal « off-white » et les produits en cause. Elle avance, notamment, que la couleur ne constitue « certainement » pas une caractéristique de ces produits et, à ce titre, elle reproduit un tableau qu'elle avait présenté dans son recours devant la chambre de recours, lequel décrit les qualités et les fonctions qui, selon elle, sont constitutives des « caractéristiques » des produits en cause. Par ailleurs, d'une part, la requérante considère, que tous les produits comportent une ou plusieurs couleurs, mais que cela ne signifie absolument pas que, confronté au signe « off-white », le consommateur pensera que les produits en cause sont de couleur blanc cassé. D'autre part, elle estime qu'un nom de couleur ne peut relever de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001 que s'il décrit des caractéristiques d'une catégorie de produits « en tant que telle », comme c'est notamment le cas de l'orange pour le jus d'orange ou du vert pour le thé vert, et non pas simplement de certains éléments de cette catégorie.

34 L'EUIPO conteste l'argumentation de la requérante en faisant valoir que la couleur des produits en cause peut être considérée comme étant une « autre caractéristique » de ceux-ci, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001. En effet, il serait notoirement connu que ces produits sont généralement acquis par le consommateur en fonction de leur aspect externe et visuel, lequel inclut notamment leur couleur, et ce, entre autres, pour des raisons esthétiques. La décision attaquée contiendrait une vaste explication sur la manière dont lesdits produits sont choisis par les consommateurs notamment en fonction de leur incidence visuelle. Il serait donc indéniable qu'il existe un lien suffisamment direct et spécifique entre le terme « off-white », en tant que désignation de la couleur des produits en cause, et ces derniers.

35 À cet égard, il convient de rappeler que, selon une jurisprudence constante, par l'emploi, à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, des termes « l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci », le législateur de l'Union a, d'une part, indiqué que ces termes devaient tous être considérés comme correspondant à des caractéristiques de produits ou de services et, d'autre part, précisé que cette liste n'était pas exhaustive, toute autre caractéristique de produits ou de services pouvant également être prise en compte [voir arrêt du 7 mai 2019, Fissler/EUIPO (vita), T-423/18, EU:T:2019:291, point 42 et jurisprudence citée].

36 Il en résulte que le choix, par le législateur de l'Union, du terme « caractéristique » met en exergue le fait que les signes visés par

l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, ne sont que ceux qui servent à désigner une propriété, facilement reconnaissable par les milieux intéressés, des produits ou des services pour lesquels l'enregistrement est demandé. Ainsi, un signe ne saurait être refusé à l'enregistrement sur le fondement de cette disposition que s'il est raisonnable d'envisager qu'il sera effectivement reconnu par les milieux intéressés comme une description de l'une desdites caractéristiques (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 43 et jurisprudence citée).

37 De plus, s'il est indifférent qu'une telle caractéristique soit essentielle ou accessoire sur le plan commercial, une caractéristique, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001, doit néanmoins être objective et inhérente à la nature du produit ou du service ainsi qu'intrinsèque et permanente pour ce produit ou ce service (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 44 et jurisprudence citée).

38 Il convient de relever que, pour parvenir à la conclusion selon laquelle le signe verbal « off-white » présentait un caractère descriptif par rapport aux produits en cause, la chambre de recours s'est, tout d'abord, livrée à une analyse de chacun des produits visés par la demande d'enregistrement.

39 Ainsi, s'agissant, premièrement, des produits compris dans la classe 9, à savoir les montures de lunettes et les lunettes de soleil, leurs boîtiers ainsi que les boîtes, les sacs, les cordons et les étuis pour divers produits électroniques, elle a relevé, au point 24 de la décision attaquée, qu'il était notoire, eu égard aux pratiques existantes en matière de commercialisation de ces produits, que la couleur constituait un critère habituel de désignation, de sorte qu'elle pouvait raisonnablement être perçue par les consommateurs comme une caractéristique importante de ceux-ci. Selon la chambre de recours, il serait impossible de nier que le blanc cassé, compte tenu de son caractère élégant et discret, présente une pertinence manifeste pour ce type de produits et joue même un rôle important dans le choix des consommateurs. Elle a, par ailleurs, souligné que même les casques de protection pourraient être considérés comme donnant une meilleure impression en blanc cassé que dans des couleurs bleue ou grise ordinaires.

40 Deuxièmement, au point 25 de la décision attaquée, la chambre de recours a dressé le même constat concernant les produits compris dans la classe 14, à savoir les montres, les horloges murales, l'horlogerie et les instruments chronométriques, les bracelets et les boîtiers de montres, les coffrets de présentation pour montres, les boîtes à bijoux, ainsi que les pierres précieuses et les pierres semi-précieuses. Plus particulièrement, elle a estimé que, ces produits constituant indéniablement des accessoires de mode, leur couleur

devrait, du point de vue des consommateurs, s'harmoniser avec celle d'une surface ou avec l'« apparence » d'une personne.

41 Enfin, troisièmement, au point 27 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré que les produits compris dans la classe 20, à savoir les oreillers, les coussins, les lits, les matelas et le mobilier, étaient assurément choisis, en dehors des caractéristiques indiquées par la requérante, en fonction de leur couleur. Dans ce contexte, elle a souligné que le blanc cassé, du fait de son élégance discrète, jouissait d'une certaine popularité dans le domaine de la décoration et de l'aménagement intérieurs.

42 Sur la base de ces considérations, la chambre de recours a conclu, au point 28 de la décision attaquée, que, l'élément verbal « off-white » faisant référence à la couleur blanc cassé, il renvoyait à l'aspect visuel des produits compris dans les classes 9, 14 et 20 et, partant, serait, de toute évidence, perçu par les consommateurs comme une information descriptive de la couleur de ces produits.

43 À cet égard, il importe de souligner que, eu égard à la jurisprudence rappelée aux points 35 et 36 ci-dessus, il ne saurait être exclu a priori que la couleur d'un produit puisse être au nombre des caractéristiques visées par l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001. Toutefois, en l'espèce, force est de constater qu'il ne ressort pas des considérations sur lesquelles la chambre de recours a fondé sa conclusion, telle qu'exposée au point 42 ci-dessus, que la couleur désignée par l'élément verbal « off-white », à savoir le blanc cassé, voire les nuances de la couleur blanche qui seraient communément comprises par le public pertinent comme correspondant à la couleur blanc cassé, constituent une caractéristique objective et inhérente à la nature des produits en cause, ainsi qu'intrinsèque et permanente pour ces produits, au sens de la jurisprudence évoquée au point 37 ci-dessus.

44 En effet, d'une part, les considérations exposées par la chambre de recours quant au caractère élégant et discret de la couleur blanc cassé ainsi qu'à l'impression visuelle améliorée que cette couleur produirait en ce qui concerne certains produits, tels les casques de protection, ne permettent pas d'établir que celle-ci constitue une caractéristique objective et inhérente à la nature des produits en cause. En revanche, ces considérations, en ce qu'elles renvoient à la valeur et à l'apport esthétiques de ladite couleur, comportent un élément d'appréciation subjective, à savoir un élément qui, par définition, est susceptible de varier fortement selon les préférences individuelles de chaque consommateur. Or, les appréciations personnelles des individus qui composent le public pertinent ne sauraient servir à déterminer la perception que peut avoir d'un signe ce public dans son ensemble [voir, en ce sens et par analogie, arrêt du 13 décembre 2018, Multifit/EUIPO (MULTIFIT), T-98/18, non publié, EU:T:2018:936, point 31].

45 D'autre part, s'agissant de l'appréciation de la chambre de recours selon laquelle l'élément verbal « off-white » renvoie à l'aspect visuel des produits en cause, il importe de souligner que si le blanc cassé correspond, ainsi que le reconnaît la requérante, à une des possibles déclinaisons chromatiques que peuvent revêtir ces produits, elle n'en constitue toutefois pas la couleur unique ni même prépondérante. En effet, cette couleur ne se présente que comme un aspect purement accidentel et contingent que peut revêtir seulement une fraction desdits produits le cas échéant et, en tout état de cause, sans présenter aucun rapport direct et immédiat avec leur nature. Ainsi, le simple fait que les produits en cause soient disponibles en couleur blanc cassé, de façon plus ou moins habituelle et parmi d'autres couleurs, ne saurait avoir d'incidence, dès lors qu'il n'est pas « raisonnable », au sens de la jurisprudence rappelée au point 36 ci-dessus, d'envisager que, de ce simple fait, cette couleur sera effectivement reconnue par le public pertinent comme une description d'une caractéristique intrinsèque et inhérente à la nature de ces produits (voir, en ce sens, arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, points 45 et 46).

46 Il s'ensuit qu'en estimant, sur la base des considérations exposées aux points 39 à 42 ci-dessus, que l'élément verbal « off-white » présentait un rapport suffisamment direct et concret avec les produits en cause, si bien qu'il revêtait un caractère descriptif à leur égard, la chambre de recours a enfreint l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement 2017/1001.

47 Par conséquent et sans qu'il soit nécessaire d'examiner les autres arguments des parties, relatifs, notamment, aux éléments figuratifs entourant l'élément verbal susvisé, il convient d'accueillir la première branche du second moyen invoqué par la requérante.

*Sur la seconde branche du second moyen, tirée d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001*

48 Dans le cadre de la seconde branche du second moyen, la requérante soutient que la conclusion de la chambre de recours relative à l'absence de caractère distinctif de la marque demandée, dans la mesure où elle se fonde sur une appréciation erronée du caractère descriptif de cette dernière, doit également être écartée.

49 L'EUIPO fait, au contraire, valoir que c'est à bon droit que la chambre de recours a établi le caractère descriptif de la marque demandée par rapport aux produits en cause, raison pour laquelle cette marque serait également dépourvue de caractère distinctif.

50 À cet égard, il importe de rappeler que chacun des motifs absolus de refus d'enregistrement énumérés à l'article 7, paragraphe 1, du règlement 2017/1001 est indépendant des autres et exige un examen

séparé, même s'il existe un chevauchement évident de leurs champs d'application respectifs. En outre, il convient d'interpréter lesdits motifs de refus à la lumière de l'intérêt général qui sous-tend chacun d'entre eux (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 64 et jurisprudence citée).

51 Il s'ensuit que le fait qu'une marque ne relève pas de l'un de ces motifs absolus de refus ne permet pas de conclure qu'elle ne peut pas relever d'un autre. Il ne saurait donc être conclu, en particulier, qu'une marque n'est pas dépourvue de caractère distinctif à l'égard de certains produits ou services au seul motif qu'elle ne les décrit pas (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 65 et jurisprudence citée).

52 En effet, l'intérêt général sous-jacent à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001 concerne la protection du consommateur en permettant à celui-ci de distinguer sans confusion possible la provenance des produits ou des services désignés par la marque, conformément à sa fonction essentielle d'indication d'origine, alors que l'intérêt général sous-tendant la règle inscrite à l'article 7, paragraphe 1, sous c), se concentre sur la protection des concurrents contre tout risque de monopolisation par un seul opérateur d'indications descriptives de caractéristiques de tels produits ou services (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 66 et jurisprudence citée).

53 Ainsi, une marque non descriptive, comme en l'espèce, n'est pas pour autant distinctive. Dans un tel cas, il faut encore examiner si, intrinsèquement, elle n'est pas dépourvue de caractère distinctif, c'est-à-dire vérifier si elle est capable de remplir la fonction essentielle de la marque, qui est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer, sans confusion possible, ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 67 et jurisprudence citée).

54 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001, sont refusées à l'enregistrement les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif. Selon une jurisprudence constante, les marques visées par cette disposition sont celles qui sont réputées incapables d'exercer la fonction essentielle de la marque, à savoir celle d'identifier l'origine commerciale du produit ou du service en cause afin de permettre ainsi au consommateur qui acquiert le produit ou le service que la marque désigne de faire, lors d'une acquisition ultérieure, le même choix si l'expérience s'avère positive ou de faire un autre choix si elle s'avère négative (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 68 et jurisprudence citée).

55 Ce caractère distinctif doit être apprécié, d'une part, par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement est demandé et, d'autre part, par rapport à la perception qu'en a le public pertinent, qui est constitué par le consommateur de ces produits ou services (voir arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 69 et jurisprudence citée).

56 En l'espèce, ainsi qu'il a été indiqué au point 8 ci-dessus, la chambre de recours a considéré, au point 35 de la décision attaquée, que, du fait de son caractère descriptif, le signe composant la marque demandée était également dépourvu de caractère distinctif à l'égard des produits en cause, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001. Au point 36 de cette décision, elle a ajouté que, compte tenu du raisonnement exposé au sujet du caractère descriptif de ce signe, celui-ci était incapable d'exercer la fonction essentielle de la marque, à savoir celle d'identifier l'origine des produits.

57 Or, il a été constaté, dans le cadre de l'analyse de la première branche du second moyen, que la couleur blanc cassé ne constitue pas une caractéristique intrinsèque et inhérente à la nature des produits en cause (voir point 45 ci-dessus).

58 Partant, dans la mesure où la chambre de recours s'est bornée à déduire l'absence de caractère distinctif de l'élément verbal « off-white » de son prétendu caractère descriptif, lequel n'est pas établi, force est de constater que cette déduction repose sur une prémisse erronée et s'avère donc dénuée de fondement (voir, en ce sens, arrêt du 7 mai 2019, *vita*, T-423/18, EU:T:2019:291, point 72).

59 Il s'ensuit que, en considérant que, du fait de son caractère descriptif, la marque demandée était également dépourvue de caractère distinctif à l'égard des produits en cause, la chambre de recours a enfreint l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement 2017/1001.

60 Partant, la seconde branche du second moyen doit également être accueillie.

61 Eu égard à l'ensemble des considérations qui précèdent et sans qu'il soit nécessaire de se prononcer sur le premier moyen invoqué par la requérante, il y a lieu de faire droit au recours dans son intégralité et, partant, d'annuler la décision attaquée en ce qu'elle vise les produits en cause, tels qu'énumérés au point 6 ci-dessus.

### **Sur les dépens**

62 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.

63 L'EUIPO ayant succombé, il y a lieu de le condamner aux dépens, conformément aux conclusions de la requérante.

64 En outre, la requérante a conclu à la condamnation de l'EUIPO aux dépens qu'elle a exposés devant la chambre de recours. À cet égard, il convient de rappeler que, en vertu de l'article 190, paragraphe 2, du règlement de procédure, les frais indispensables exposés par les parties aux fins de la procédure devant la chambre de recours sont considérés comme dépens récupérables. Partant, il y a également lieu de condamner l'EUIPO aux dépens indispensables exposés par la requérante aux fins de la procédure devant la chambre de recours.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (neuvième chambre)

déclare et arrête :

**1) La décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), du 14 décembre 2018 (affaire R-580/2018-2), est annulée en ce qu'elle a refusé l'enregistrement comme marque de l'Union européenne du signe figuratif OFF-WHITE pour les produits compris dans les classes 9 et 20, 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, ainsi que pour les « montres ; horloges murales ; horlogerie et instruments chronométriques, bracelets de montre, boîtiers de montres ; coffrets de présentation pour montres ; boîtes à bijoux » et les « pierres précieuses, pierres semi-précieuses » compris dans la classe 14.**

**2) L'EUIPO supportera ses propres dépens ainsi que ceux exposés par Off-White LLC, y compris les frais indispensables exposés aux fins de la procédure de recours devant la chambre de recours de l'EUIPO.**

Costeira

Gratsias

Berke

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 25 juin 2020.  
Signatures