

DIRECTIVES RELATIVES À L'EXAMEN

***OFFICE DE L'UNION EUROPÉENNE POUR
LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE
(EUIPO)***

Partie A

Dispositions générales

Section 10 Éléments de preuve

Table des matières

1 Introduction.....	182
2 Comment présenter des éléments de preuve.....	186
2.1 Exigences et recommandations générales.....	186
2.1.1 Irrégularités.....	188
2.2 Exigences spécifiques dans les procédures inter partes.....	189
2.3 Confidentialité.....	190
3 Références à d'autres procédures.....	190
3.1 Référence à des documents ou à des éléments de preuve transmis dans le cadre d'autres procédures devant l'Office.....	191
3.2 Références aux décisions de juridictions et offices nationaux, et aux décisions de l'Office.....	192
4 Mesures d'instruction spécifiques.....	193
4.1 Preuves accessibles en ligne.....	193
4.1.1 Impressions de sites internet.....	196
4.1.2 Rapports d'analyse de sites internet.....	196
4.1.3 Médias sociaux.....	197
4.2 Déclarations sous serment.....	198
4.2.1 Déclarations sous serment de la partie ou de ses employés.....	199
4.2.2 Déclarations sous serment faites par des tiers.....	199
4.3 Sondages d'opinion et études de marché.....	200
4.3.1 Fournisseur de l'enquête.....	200
4.3.2 Public cible, taille de l'échantillon et représentativité des résultats.....	201
4.3.3 Méthode utilisée, formulation des questions et circonstances.....	203
4.3.4 Dates.....	205
4.4 Audit.....	206
4.5 Rapports annuels sur les résultats économiques et descriptifs de sociétés.....	206
4.6 Factures et autres documents commerciaux.....	206
4.7 Certificats, classements et prix.....	208
4.8 Matériels promotionnels et publications.....	209
4.8.1 Catalogues, publicités et campagnes de marketing.....	209
4.8.2 Publications.....	211
4.9 Audition.....	213

4.10 Commission et avis d'experts par l'Office.....	213
4.11 Inspections sur place effectuées par l'Office.....	214
5 Éléments de preuve produits tardivement dans les procédures inter partes.....	215
5.1 Distinction entre faits ou preuves nouveaux et complémentaires.....	216
5.2 Pouvoir discrétionnaire.....	217

Obsolète

1 Introduction

Articles [96](#) et [97](#) du RMUE

Articles [49 à 55](#) du RDMUE

Articles 64 et 65 du RDC

Articles 42 à 46 du REDC

Communication commune sur la pratique commune relative aux critères pour l'évaluation de la divulgation des dessins ou modèles sur l'internet, publiée le 1er avril 2020 ([PC10](#))

Communication commune sur la pratique commune relative aux éléments de preuve dans les procédures de recours en matière de marques: dépôt, structure et présentation des éléments de preuve, et traitement des éléments de preuve confidentiels du 31 mars 2021 ([PC12](#))

La présente section des directives traite des dispositions générales relatives aux moyens de preuve pour toutes les procédures devant l'Office. Le principe qui prévaut en droit de l'Union est celui de la «libre appréciation des preuves». Cela signifie que le **seul critère pertinent** pour apprécier la valeur probante des éléments régulièrement produits **réside dans leur crédibilité** [13/05/2020, [T-288/19](#), IPANEMA (fig.) / iPANEMA (fig.) et al., EU:T:2020:201, § 41].

L'établissement de la crédibilité ou de la valeur probante des éléments de preuve est fondamental dans les procédures devant l'Office. Cette partie des directives vise à aider les parties à comprendre comment la valeur probante des preuves écrites peut être renforcée et ce qu'il convient d'éviter lors de la production des preuves.

Conformément à l'[article 97 du RMUE](#), à l'[article 51 du RDMUE](#), à l'article 65 du RDC et à l'article 43 du REDC, les **mesures d'instruction** dans toutes les procédures devant l'Office comprennent:

- l'audition des parties;
- la demande de renseignements;
- la production de documents et d'éléments de preuve;
- l'audition de témoins;
- l'avis d'experts;
- les déclarations écrites faites sous serment ou solennellement, ou qui ont un effet équivalent en vertu de la législation de l'État dans lequel elles sont faites;
- l'inspection sur place par l'Office.

La mesure d'instruction la plus fréquemment utilisée est la production de documents et d'échantillons. Conformément aux [PC 10](#) et [PC 12](#), l'Office accepte, par exemple, ce qui suit:

- factures et autres documents commerciaux;
- catalogues, publicités et campagnes de marketing;
- publications;
- échantillons;
- documents officiels et publics;
- déclarations sur l'honneur;
- déclarations faites sous serment ou solennellement;
- études de marché;
- extraits des médias sociaux.

Différents types d'éléments de preuve peuvent être produits pour établir le même fait ou la même exigence et les parties sont libres de choisir les moyens de preuve qu'elles produisent [26/06/2019, [T-651/18](#), HAWKERS (fig.) / HAWKERS (fig.) et al., EU: T:2019:444, § 35). Pour apprécier la valeur probante d'un document, il faut tenir compte, notamment, de son origine, des circonstances de son élaboration, de son destinataire et se demander si ce document semble sensé et fiable (06/11/2014, [T-463/12](#), MB, EU:T:2014:935, § 53).

Pour obtenir des informations sur des aspects spécifiques des différentes procédures, il convient de consulter les règles énoncées dans les sections pertinentes des présentes directives. Le tableau suivant contient des **exemples** de revendications à prouver concernant des marques ou des dessins ou modèles.

Tableau 1 : Procédures relatives aux MUE

Revendication	Objectif des éléments de preuve	Renvois
Marque descriptive	Pour démontrer, sur le territoire pertinent, qu'une marque est composée/n'est pas composée 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, pour lesquels l'enregistrement est demandé ou pour lesquels la marque est enregistrée.	Partie B, Examen, Section 4, Motifs absolus de refus, Chapitre 4, Marques descriptives [article 7, paragraphe 1, point c), du RMUE]. Partie D, Annulation, Section 2, Dispositions matérielles, 3 Causes de nullité absolue

Marque non distinctive	Pour démontrer que la marque est/n'est pas dépourvue de caractère distinctif. Ce caractère distinctif peut être uniquement évalué, en premier lieu, par rapport aux produits ou services pour lesquels l'enregistrement est demandé ou la marque est enregistrée et, en second lieu, par rapport à la perception de ce signe par le public concerné sur le territoire pertinent.	Partie B, Examen, Section 4, Motifs absolus de refus, Chapitre 3, Marques dépourvues de caractère distinctif [article 7, paragraphe 1, point b), du RMUE]. Partie D, Annulation, Section 2, Dispositions matérielles, 3 Causes de nullité absolue
Caractère distinctif acquis	Pour démontrer qu'une marque a acquis un caractère distinctif dans la zone géographique pertinente concernant les produits ou les services pour lesquels l'enregistrement est demandé ou pour lesquels la marque est enregistrée, à la suite de l'usage qui en a été fait.	Partie B, Examen, Section 4, Motifs absolus de refus, Chapitre 14, Caractère distinctif acquis par l'usage [article 7, paragraphe 3, du RMUE]
Caractère distinctif accru	Pour démontrer qu'une marque a acquis un caractère distinctif accru, dans la zone géographique pertinente, en raison de l'usage qui en a été fait. Les éléments de preuve établissant le caractère distinctif accru acquis par l'usage devraient également faire référence aux produits et services pertinents.	Partie C, Opposition, Section 2, Double identité et risque de confusion, Chapitre 5, Caractère distinctif de la marque antérieure, 2 L'appréciation du caractère distinctif de la marque antérieure, 2.3 Examen du caractère distinctif accru Partie C, Opposition, Section 5, Marques jouissant d'une renommée (article 8, paragraphe 5, du RMUE), 3 Conditions d'application, 3.1 Marque antérieure jouissant d'une renommée

Renommée	Pour démontrer qu'une marque est connue d'une partie significative du public concerné, sur le territoire dans lequel la renommée est revendiquée, pour les produits ou services pertinents désignés par cette marque.	Partie C, Opposition, Section 5, Marques jouissant d'une renommée (article 8, paragraphe 5, du RMUE), 3 Conditions d'application , 3.1 Marque antérieure jouissant d'une renommée
Marque notoirement connue	Pour démontrer qu'une marque est notoirement connue dans le ou les États membres concernés, au sens dans lequel les mots «notoirement connue» sont employés à l'article 6 <i>bis</i> de la Convention de Paris. La marque devrait être notoirement connue dans le secteur pertinent du public pour les produits et services en cause.	Partie C, Opposition, Section 1, Procédure d'opposition, 4.2.4.1 Marques notoirement connues Partie C, Opposition, Section 5, Marques jouissant d'une renommée (article 8, paragraphe 5, du RMUE), 3 Conditions d'application , 3.1 Marque antérieure jouissant d'une renommée
Preuve de l'usage/de l'usage sérieux	Pour démontrer que, dans un délai déterminé, le titulaire a fait un usage sérieux de la marque dans le ou les États membres pour les produits ou les services pertinents pour lesquels elle est enregistrée. Les éléments de preuve doivent comporter des indications concernant le lieu, la durée, l'importance et la nature de l'usage de la marque.	Partie C, Opposition, Section 7, La preuve de l'usage

Tableau 2 : Procédures relatives aux DMC

Revendication	Objectif des éléments de preuve	Renvois
---------------	---------------------------------	---------

Divulcation	Pour démontrer qu'un dessin ou modèle antérieur qui est identique ou qui produit la même impression globale sur l'utilisateur averti que le dessin ou modèle contesté a été divulgué au public avant la date de dépôt de la demande d'enregistrement ou la date de priorité, si une priorité est revendiquée (article 7 du RDC).	Directives relatives aux dessins ou modèles, Examen des demandes en nullité de dessins ou modèles, 5.7.1 Divulcation d'un dessin ou modèle antérieur
Caractéristiques de l'apparence exclusivement imposées par la fonction technique du produit	Pour démontrer qu'aucune considération autre que la fonction technique du dessin ou modèle n'a joué de rôle dans la conception d'une caractéristique donnée ou de toutes les caractéristiques d'un dessin ou modèle (article 8, paragraphe 1, du RDC).	Directives relatives aux dessins ou modèles, Examen des demandes en nullité de dessins ou modèles, 5.5.2.2 Preuves appropriées de la fonctionnalité

2 Comment présenter des éléments de preuve

2.1 Exigences et recommandations générales

Conformément à l'[article 55, paragraphe 2, du RDMUE](#), qui concerne l'examen des **preuves écrites dans les procédures relatives aux MUE**, toute pièce ou tout autre élément de preuve doit être contenu dans les annexes du dossier. Le dossier doit également contenir un index donnant des informations détaillées concernant les éléments de preuve inclus dans les annexes, à savoir:

- le numéro de l'annexe où l'élément est contenu;
- une brève description de chaque élément de preuve;
- le nombre de pages de chaque pièce ou élément (le cas échéant);
- le numéro de page du dossier où la pièce ou l'élément est mentionné.

Voici un exemple d'**index** recevable:

Annexe n°	Description	Pages	Page sur laquelle les éléments de preuve sont mentionnés
Annexe 1	Enquête 2021	1 - 30	Observations, page 1
Annexe 2	Catalogues 2022	31 - 45	Observations, page 5

Les annexes doivent être numérotées dans l'ordre et conformément à l'index. Les annexes elles-mêmes doivent comporter un titre sur la première de leurs pages et celles-ci doivent être numérotées de façon continue, d'une annexe à l'autre. Le dossier doit faire référence au numéro de l'annexe figurant dans l'index (par exemple, annexe 1), lorsque ce numéro est mentionné dans le texte.

En ce qui concerne les éléments de preuve stockés sur des **supports de données**, les spécifications techniques sont établies dans la décision [n° EX-22-7](#) du directeur exécutif de l'Office du 29 novembre 2022 concernant les spécifications techniques relatives aux annexes transmises sur des supports de données (pour de plus amples informations, voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, point 3.1.4, Supports de données](#)).

Bonne pratique: dans l'intérêt des parties, de l'Office et des instances supérieures, l'Office recommande l'approche suivante lors de la structuration des éléments de preuve et des observations afin de faciliter le traitement et la gestion des dossiers:

1. les parties doivent limiter strictement leurs observations aux éléments de preuve qui sont pertinents à l'égard de l'espèce et du motif/de l'argument en question et éviter les documents extérieurs ou superflus;
2. si des pièces sont envoyées en lots distincts, chaque lot doit être numéroté, comporter des numéros de page et indiquer le nombre total de pages du lot;
3. même si des annexes sont produites à des moments différents dans la même procédure, elles doivent être numérotées de manière consécutive afin d'éviter toute confusion due à des répétitions dans la numérotation;
4. pour les échantillons physiques (par exemple, les emballages, conditionnements, etc.), il est préférable d'envoyer une photographie, à moins que les caractéristiques pertinentes ne puissent être reproduites visuellement;
5. aucune pièce ni aucun élément original ne doit être envoyé par courrier, étant donné que l'Office ne renvoie pas d'originaux, mais les conserve dans le dossier ([article 115 du RMUE](#), article 76 du RDC);
6. pour faciliter la numérisation, les éléments envoyés par courrier postal ne doivent pas être agrafés, reliés ou placés dans des dossiers et, lorsqu'ils doivent être envoyés en double exemplaire en vue de leur transmission à l'autre partie, ils doivent comporter une mention l'indiquant clairement;
7. si plusieurs marques, produits et services ou dates sont indiqués dans un seul élément de preuve, les informations pertinentes pour la procédure en question doivent être signalées explicitement dans les observations;

8. si la couleur est pertinente pour la procédure, les éléments de preuve doivent être transmis en couleur (par exemple, un certificat d'enregistrement d'une marque en couleur ou une preuve de l'usage sérieux);
9. si l'affaire concerne une série de marques antérieures différentes, plusieurs motifs, plusieurs classes ou de longues listes de produits et services, la partie doit expliquer, dans ses observations, à quelle question se rapporte chaque élément de preuve (par exemple, les annexes A à D concernent la preuve de l'usage de la marque antérieure n° 1 pour la classe 25 ou, pour les produits relevant de la catégorie générale des vêtements compris dans la classe 25, les annexes E à F montrent la renommée/le caractère notoirement connu/le caractère distinctif accru de la marque antérieure n° 2 pour la classe 25, l'annexe G a trait à la preuve de l'usage de la marque antérieure n° 3 pour la vente au détail de vêtements comprise dans la classe 35).

Il n'existe pas de dispositions juridiques spécifiques concernant le format des pièces ou des éléments de preuve pour les **procédures relatives aux DMC**, bien que les spécifications techniques prévues pour les supports de données au titre de la décision [n° Ex-22-7](#) s'appliquent également. En tout état de cause, il est également recommandé de fournir les informations susmentionnées à l'égard des preuves produites dans le cadre de procédures relatives aux DMC (voir les Directives relatives à l'examen des demandes en nullité de dessins ou modèles, point 3.10.2, Faits, preuves et observations).

2.1.1 Irrégularités

Au cours d'une **procédure relative aux MUE**, une **irrégularité** peut être invoquée conformément à l'[article 55, paragraphe 3, du RDMUE](#) lorsque:

1. aucun index clair ne peut être identifié;
2. l'index n'indique pas le nombre d'annexes, ne contient pas de description de chaque élément de preuve ou ne précise pas le numéro de la page du dossier à laquelle l'élément de preuve est mentionné; ou
3. les éléments de preuve ne sont pas structurés en annexes numérotées dans l'ordre ou ne sont pas structurés conformément à l'index.

En outre, une pièce ou un élément ne peut être pris en considération lorsque l'Office ne peut clairement établir à quel motif ou argument il renvoie. La décision pertinente de l'Office identifiera les éléments de preuve qui n'ont pas été pris en considération en raison du non-respect des dispositions de l'[article 55 du RDMUE](#).

En ce qui concerne les annexes transmises sur des supports de données, même si l'annexe satisfait aux spécifications techniques énoncées dans les articles 3 et 4 de la décision [n° EX-22-7](#), une irrégularité peut être invoquée si les pièces sont illisibles.

Si une annexe rectifiée n'est pas transmise à nouveau, l'annexe originale est réputée ne pas avoir été déposée [voir article 5 et article 6, point b), de cette décision; pour de plus amples informations sur les supports de données, voir les Directives, [Partie A](#),

[Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, point 3.1.4, Supports de données](#)].

2.2 Exigences spécifiques dans les procédures inter partes

Dans les procédures inter partes, lorsqu'une communication comportant des annexes est transmise **par la poste ou par service de messagerie**, la partie doit présenter autant de copies des annexes qu'il y a de parties à la procédure ([article 64 du RDMUE](#)). Cela s'applique également aux procédures relatives aux dessins ou modèles (voir Examen des demandes en nullité de dessins ou modèles, 3.1 Formulaire de la demande).

Toutefois, l'Office n'exige pas de copies lorsque les annexes envoyées par la poste ou par service de messagerie sont présentées sur papier (telles que des preuves présentées sur papier libre) jusqu'au format A3 inclus. En effet, ces documents sont scannés pour être placés dans le dossier électronique et transmis à l'autre partie par des moyens de communication électroniques. Dans des cas exceptionnels, lorsque l'autre partie n'utilise pas de moyens de communication électronique, l'Office produit une copie papier ou une copie sur un support de données et l'envoie par la poste ou par service de messagerie.

Les annexes envoyées par la poste ou par service de messagerie doivent toutefois être transmises en deux exemplaires lorsque:

- l'annexe se compose de **documents présentés sur papier dans un format supérieur au format A3**; ou
- l'annexe **n'est pas présentée sur papier** (par exemple, il s'agit d'éléments de preuve physiques tels que des échantillons de produits). Cela comprend également les éléments de preuve sur des **supports de données** car, bien que le contenu du support de données soit téléversé dans le dossier électronique, une copie est néanmoins requise par mesure de précaution (pour de plus amples informations sur les supports de données, voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, point 3.1.4, Supports de données](#)).

Les annexes envoyées par **voie électronique** ne nécessitent pas la production de copie [pour plus d'informations sur les exigences techniques relatives à la communication par voie électronique, voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, point 3.1.1, \[Communications...\] Via le User Area \(par voie électronique\)](#)].

Lorsque, dans les procédures inter partes relatives aux **MUE**, des copies d'annexes sont demandées mais ne sont pas fournies, les annexes concernées ne sont pas prises en considération.

Toutefois, dans les procédures inter partes relatives aux **DMC**, la division d'annulation peut inviter la partie à déposer une copie manquante dans un délai déterminé.

La décision de l'Office ne peut être fondée que sur des éléments de preuve sur lesquels les deux parties ont pu prendre position. Par conséquent, les éléments de

preuve produits correctement sont communiqués à l'autre partie et l'Office peut fixer un délai de réponse.

2.3 Confidentialité

Une partie peut formuler une demande visant à préserver la confidentialité d'une pièce, dans sa totalité ou en partie, lors de la présentation de la pièce ou à un stade ultérieur (pour autant que celle-ci ne fasse pas l'objet d'une requête en inspection publique en suspens). Pour de plus amples informations sur la confidentialité des pièces présentées, voir les Directives:

Délais	Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, point 3.1.6, Confidentialité
Inspection publique	Partie E, Inscriptions au registre, Section 5, Inspection publique, 5.3.1 Pièces dont la partie concernée souhaite préserver la confidentialité et pour lesquelles elle a manifesté un intérêt particulier

3 Références à d'autres procédures

[Article 115, paragraphe 3, du RMUE](#)

[Article 64, paragraphe 2, du RDMUE](#)

Articles 76 du REDC

Décision [n° EX-23-12](#) du directeur exécutif de l'Office du 15 décembre 2023 concernant la conservation des dossiers et l'inspection publique des dossiers

Décision [n° EX-22-7](#) du directeur exécutif de l'Office du 29 novembre 2022 concernant les spécifications techniques relatives aux annexes transmises sur des supports de données

3.1 Référence à des documents ou à des éléments de preuve transmis dans le cadre d'autres procédures devant l'Office

Les parties peuvent fournir des éléments de preuve au cours d'une procédure devant l'Office en renvoyant à des documents ou à des éléments de preuve présentés dans le cadre **d'autres procédures**.

De telles références sont acceptables lorsque la partie identifie clairement les documents auxquels elle fait référence. Ils doivent indiquer ce qui suit:

1. le type et, le cas échéant, le numéro de la procédure (par exemple, opposition, procédure d'annulation, recours, transferts, etc.);
2. le titre du document et, le cas échéant, le numéro de l'annexe contenant le document;
3. le nombre de pages du document;
4. la date à laquelle le document a été envoyé à l'Office.

Exemple de référence acceptable: «la déclaration solennelle transmise à l'Office le 12/12/2020 en tant qu'annexe I dans le cadre de la procédure d'opposition B 123 456, avec les pièces 1 à 8, se composant de 200 pages».

Bonne pratique: les références aux observations et aux éléments de preuve présentés dans le cadre d'autres affaires doivent être effectuées au moyen d'un **document distinct ou d'une section distincte placée au début des observations**. Cela garantit la visibilité et évite de retarder inutilement les procédures. Si cette recommandation est ignorée, la partie court le risque que la référence ne soit pas prise en considération. Cela peut entraîner la réouverture et un retard dans la procédure.

Lorsque la partie se borne à faire une référence générale à des documents ou à des éléments de preuve présentés dans le cadre d'autres procédures, l'Office l'invite à fournir, dans un délai donné, une indication claire et précise des documents ou des éléments de preuve auxquels elle fait allusion. Si la partie ne transmet pas les informations demandées, la référence générale **ne sera pas prise en considération**.

Une partie est en droit de faire référence à l'ensemble ou à une partie des annexes fournies précédemment sur un support de données. Dans ce cas, elle doit toutefois également présenter une copie des annexes avec le même contenu sur un support de données conforme aux spécifications techniques **actuelles**, telles que détaillées dans la décision [n° EX-22-7](#).

Les éléments produits dans le cadre d'autres procédures et qui n'ont pas été conservés au format électronique peuvent avoir été détruits, conformément à l'[article 115, paragraphe 3, du RMUE](#) et à la décision [n° EX-23-12](#). Dans ce cas, la partie faisant référence à ces éléments de preuve est invitée à les présenter à nouveau, accompagnés de copies au besoin (voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 10, Éléments de preuve, point 2.2, Exigences spécifiques dans les procédures inter partes](#)). Si un support de données est utilisé pour transmettre à nouveau ces éléments de preuve, celui-ci doit être conforme à la décision [n° EX-22-7](#).

Lorsque ladite présentation des éléments de preuve est effectuée via le User Area, il convient de se conformer à la décision [n° EX-23-13](#) du directeur exécutif de l'Office du 15 décembre 2023 relative à la communication par voie électronique.

S'il est fait référence à une procédure dans une autre langue, une traduction peut être nécessaire si le contenu des éléments de preuve n'est pas parlant (pour de plus amples informations sur la traduction des éléments de preuve dans les procédures inter partes, voir les Directives, [Partie C, Opposition, Section 1, Procédure d'opposition, point 4.3.3, Traduction de documents à l'appui, autres que les observations](#), et les Directives relatives aux dessins ou modèles, Examen des demandes en nullité de dessins ou modèles, point 3.10.2, Faits, preuves et observations).

3.2 Références aux décisions de juridictions et offices nationaux, et aux décisions de l'Office

Les parties peuvent se référer à des conclusions de décisions antérieures de juridictions et offices nationaux, ou à des décisions antérieures de l'Office.

Lorsqu'une partie fait référence à des **décisions de juridictions et offices nationaux**, l'Office n'est pas lié par celles-ci. Néanmoins, les juridictions nationales ont une connaissance approfondie des spécificités de leur État membre, notamment quant à la réalité du marché sur lequel les produits et services sont commercialisés et concernant la perception que les consommateurs ont des signes, et cela peut s'avérer pertinent aux fins de l'appréciation réalisée par l'Office. Afin d'exploiter au mieux la pertinence de ces décisions devant l'Office, il convient de présenter des informations suffisantes, notamment à l'égard des faits et des éléments de preuve sur lesquels la décision était fondée ainsi qu'une explication des raisons pour lesquelles la partie estime que la décision nationale est pertinente pour l'issue de l'affaire.

Lorsque la partie fait référence à des **décisions de l'Office (EUIPO)**, elle doit expliquer en détail pourquoi elle estime que les affaires sont comparables et en quoi la décision antérieure pourrait influencer l'issue de l'espèce (par exemple, même question juridique, signes identiques ou comparables, mêmes parties). En tout état de cause, l'Office n'est pas tenu de parvenir à une conclusion identique à celle de la décision antérieure. Il doit examiner chaque affaire en fonction de ses caractéristiques propres. En ce qui concerne les obligations de motivation, voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 2, Principes généraux à respecter dans les procédures, point 1, Motivation adéquate](#). Pour plus d'informations sur les références aux décisions nationales ou aux décisions de l'Office, voir:

Principes généraux du droit de l'Union européenne	Partie A, Dispositions générales, Section 2, Principes généraux à respecter dans les procédures, point 3, Autres principes généraux du droit de l'Union européenne
Caractère distinctif acquis	Partie B, Examen, Section 4, Motifs absolus de refus, Chapitre 14, Caractère distinctif acquis par l'usage [article 7, paragraphe 3, du RMUE], point 8.1.5, Enregistrements antérieurs sur le caractère distinctif acquis
Risque de confusion	Partie C, Opposition, Section 2, Double identité et risque de confusion, Chapitre 6, Autres facteurs, point 5, Décisions antérieures d'autorités de l'UE ou nationales concernant des conflits entre des marques identiques (ou similaires)
Renommée	Partie C, Opposition, Section 5, Marques jouissant d'une renommée (article 8, paragraphe 5, du RMUE), point 3.1.4.4, Les moyens de preuve

4 Mesures d'instruction spécifiques

4.1 Preuves accessibles en ligne

Compte tenu du développement des technologies de l'information et de l'importance croissante du commerce électronique, des médias sociaux et d'autres plateformes en ligne dans le monde des affaires, les éléments de preuve provenant de l'internet sont acceptés comme des moyens de preuve valables.

Lorsque des éléments de preuve provenant de l'internet sont produits dans le cadre de procédures relatives aux MUE, la plupart des revendications exigent de la partie qu'elle démontrer une interaction en ligne plutôt qu'une simple présence sur l'internet. Pour ce faire, des données relatives à la répartition géographique des visiteurs du site web, aux pages consultées lors des visites, à la durée des visites et aux transactions effectuées peuvent être fournies.

Simple mention d'un site internet

La nature de l'internet peut rendre difficile la détermination du contenu qui y est disponible et l'établissement de la date ou de la période à laquelle ce contenu a été mis à la disposition du public, et ce, pour les raisons suivantes:

- toutes les pages internet ne mentionnent pas le moment où elles ont été publiées;

- lorsqu'elles sont mises à jour, ces pages ne disposent pas d'archives du matériel publié antérieurement ni d'un registre indiquant avec précision ce qui a été publié à une date donnée;
- les pages internet peuvent être en ligne quand les éléments de preuve sont produits, mais être hors ligne à une date ultérieure, lorsque l'Office doit s'y référer.

Par conséquent, la simple mention d'un site internet (même au moyen d'un hyperlien direct) **n'est pas valable**. Toutefois, dans les procédures inter partes en matière de marques, l'Office accepte les références à une base de données reconnue par l'Office à des fins de justification (voir [Partie C, Opposition, Section 1, Procédure d'opposition, point 4.2, Validation par des faits, preuves et observations](#)).

Date des éléments de preuve accessibles en ligne

La **date des informations** doit être indiquée, par exemple, la date à laquelle elles ont été publiées sur les réseaux sociaux ou la date d'impression des éléments de preuve.

L'Office peut établir la date des éléments de preuve provenant de l'internet dans les cas suivants:

- le site internet propose des informations horodatées sur l'historique des modifications apportées à un fichier ou à une page internet (par exemple, comme disponibles pour Wikipédia ou automatiquement jointes au contenu, par exemple les messages sur les forums ou les blogs); ou
- une saisie d'écran d'une page internet porte une date spécifique (20/10/2021, [T-823/19](#), Bobby pins, EU:T:2021:718, § 26, 32 et 42); ou
- des informations concernant les mises à jour d'une page internet sont disponibles auprès d'un service d'archivage d'internet, comme la Wayback Machine (19/11/2014, [T-344/13](#), FUNNY BANDS / FUNNY BANDS, EU:T:2014:974), mais il est recommandé que les impressions d'archives soient corroborées par d'autres éléments de preuve provenant de sources différentes.

Exemple:

Affaire	Commentaire
---------	-------------

19/10/2022, T-275/21, DEVICE OF A CHEQUERBOARD PATTERN (fig), EU:T:2022:654, § 80 et 82-84	La preuve de la présence et de la promotion d'une marque sur l'internet est susceptible de jouer un rôle dans l'appréciation du caractère distinctif acquis par l'usage d'une marque. Dans cette affaire, le titulaire de la marque en cause doit démontrer que les sites internet en cause et, en particulier, les pages internet sur lesquelles ladite marque a été affichée, promue ou commercialisée, ciblent ou sont consultés par une partie significative du public pertinent dans les États membres dans lesquels la marque est dépourvue ab initio de caractère distinctif intrinsèque. Pour prouver l'intensité de l'utilisation de la marque sur de tels sites, le titulaire de celle-ci doit démontrer, par exemple par la présentation d'un rapport d'analyse du trafic sur ce site pendant la période pertinente, qu'un nombre important d'internautes de l'État membre concerné a consulté ou interagi avec le contenu du site Internet en cause. Peuvent ainsi être prises en considération, à titre d'exemples, les données relatives au nombre de visites sur ledit site Internet, de commentaires ou d'autres formes d'interactions des internautes de l'État membre concerné. En outre, des preuves montrant que les algorithmes des moteurs de recherche et des réseaux sociaux affichent des résultats de recherche non-sponsorisés renvoyant systématiquement, pour des termes de recherches décrivant la marque en cause, aux produits du titulaire de celle-ci, peuvent aussi revêtir une pertinence. En revanche, le simple fait qu'un site Internet sur lequel la marque en cause a été promue soit accessible dans certains États membres ne suffit pas pour démontrer qu'une partie significative du public pertinent de ces États membres a été exposée à ladite marque.
---	--

4.1.1 Impressions de sites internet

En principe, les extraits de **sites internet modifiables**, tels que l'encyclopédie en ligne Wikipédia, ou de sources similaires, ne sauraient être considérés comme probants en tant que tels. En effet, leur contenu est modifiable à tout moment et, dans certains cas, par tout visiteur, même anonyme [23/09/2020, [T-738/19](#), Wi-Fi Powered by The Cloud (fig.), EU:T:2020:441, § 38-39; 16/10/2018, [T-548/17](#), ANOKHI (fig.)/Kipling (fig.) et al., EU:T:2018:686, § 131, et jurisprudence citée].

Ces éléments de preuve doivent être corroborés par des informations tirées d'autres sources, comme des études scientifiques, des extraits d'ouvrages techniques, des articles de presse ou des déclarations de professionnels, de commerçants et de consommateurs (voir 01/02/2023, [T-319/22](#), aquamation, EU:T:2023:30, § 28 et jurisprudence citée).

En fonction de ce qui doit être prouvé, les impressions ou les captures d'écran de **sites internet non modifiables** devront également être étayées par des éléments de preuve concordants dans des situations particulières. Par exemple, lorsque l'exactitude des éléments de preuve est contestée par l'autre partie, lorsque des données pertinentes font défaut, ou lorsque les éléments de preuve sont tirés de sites internet non modifiables appartenant à la partie intéressée ou ne semblent pas fiables pour d'autres motifs.

Toutefois, lorsque les extraits de sites internet sont utilisés pour prouver la divulgation de dessins ou modèles, ils peuvent suffire s'ils montrent la date de publication du contenu et attestent que celui-ci a été mis à la disposition du public.

4.1.2 Rapports d'analyse de sites internet

Les rapports d'analyse de sites internet montrant le trafic sur ce site peuvent être un moyen utile de montrer que le site internet a fait l'objet de visites et par qui il a été visité [voir 19/10/2022, [T-275/21](#), DEVICE OF A CHEQUERBOARD PATTERN (fig.), EU:T:2022:654, § 80, 82]. Les rapports d'analyse peuvent contenir des informations telles que le nombre de fois qu'une page a été vue, les accès à la page, la durée des visites sur la page et la région géographique de l'internaute. Ces informations peuvent être pertinentes, par exemple, pour prouver l'usage sérieux, le caractère distinctif acquis ou la renommée.

Exemples:

Affaire	Commentaire
---------	-------------

14/12/2017, T-304/16 , BET365, EU:T:2017:912, § 66	Un rang élevé en ce qui concerne la fréquentation peut contribuer à établir qu'une marque, qui est reprise dans le nom du site internet de la partie (ou qui apparaît de manière proéminente sur ce site web), a acquis un caractère distinctif par l'usage dans les pays concernés.
19/11/2014, T-344/13 , FUNNY BANDS / FUNNY BANDS, EU:T:2014:974, § 29	L'intensité de la prétendue utilisation des droits invoqués peut être démontrée notamment par un certain nombre de connexions sur le site, des courriels reçus à travers le site ou le volume d'affaires générées.

4.1.3 Médias sociaux

On entend par médias sociaux les sites web et les applications qui facilitent le réseautage social. Les éléments de preuve provenant de médias sociaux peuvent être utilisés pour démontrer la reconnaissance de la marque par le public pertinent ou son usage, ou pour démontrer la divulgation d'un dessin ou modèle.

Les médias sociaux peuvent constituer une source indépendante d'éléments de preuve pour ce qui est des informations générées par les plateformes elles-mêmes (par exemple, la date de création du compte ou des informations sur la modification du nom du compte/de la page), qui ne peuvent être contrôlées ou modifiées par le titulaire d'une page/d'un compte [24/10/2017, [T-202/16](#), coffee inn (fig.) / coffee in (fig.) et al., EU:T:2017:750, § 51].

Le contenu créé par les utilisateurs peut toutefois être modifié, et il est recommandé de:

- présenter une impression ou une capture d'écran;
- s'assurer que les éléments de preuve font référence à la marque et aux produits et services pertinents ou qu'ils montrent une image claire du dessin ou modèle, et qu'ils indiquent la date et la source pertinentes de la divulgation;
- veiller à ce que la date de publication et l'adresse URL du post soient indiquées;
- inclure des rapports analytiques sur les fichiers (voir [point 4.1.2](#));
- fournir des informations sur la finalité et les principales caractéristiques du site web de médias sociaux.

En ce qui concerne les références aux opérations de marketing réalisées par des influenceurs, il est recommandé de présenter:

- des informations sur l'influenceur/influenceuse et les followers (par exemple, la localisation géographique de l'influenceur/influenceuse/des followers et les dépenses publicitaires y afférentes); ou

- les résultats d'une campagne axée sur les abonnés (par exemple, le volume de ventes pays par pays réalisé à l'aide d'une adresse URL ou d'un code spécifiquement lié à l'influenceur ou à l'influenceuse).

En ce qui concerne la publicité en ligne, consultez le [point 4.8.1](#).

4.2 Déclarations sous serment

Aperçu

Les déclarations écrites faites sous serment ou solennellement ou qui ont un effet équivalent d'après le droit de l'État membre dans lequel elles sont faites (déclarations sous serment) sont admissibles en tant que preuves [[article 97, paragraphe 1, point f\), du RMUE](#), article 65, paragraphe 1, point f), du RDC].

Devant l'Office, leur force probante est analysée à la lumière du droit de l'UE, et non de la législation d'un État membre (28/03/2012, [T-214/08](#), Outburst, EU:T:2012:161, § 33; 09/12/2014, [T-278/12](#), PROFLEX, EU:T:2014:1045, § 53).

L'Office apprécie la valeur probante des informations contenues dans la déclaration sous serment, ainsi que tout autre élément de preuve à l'appui, en tenant compte des éléments suivants:

- l'origine du document, y compris la capacité de la personne qui fournit les pièces (voir points [4.2.1](#) et [4.2.2](#));
- les circonstances de son élaboration;
- son destinataire;
- si le contenu a du sens et semble fiable;
- la pertinence du contenu de la déclaration pour le cas d'espèce.

(07/06/2005, [T-303/03](#), Salvita, EU:T:2005:200, § 42; 09/12/2014, [T-278/12](#), PROFLEX, EU:T:2014:1045, § 50; 18/11/2015, [T-813/14](#), Cases for portable computers, EU:T:2015:868, § 26).

Les déclarations sous serment contenant des informations spécifiques et détaillées et qui sont étayées par d'autres preuves sont pourvues d'une plus grande force probante que les déclarations générales et rédigées de manière abstraite.

L'Office établit une distinction entre les déclarations sous serment émanant de la partie ou de sa sphère d'influence (par exemple, les employés) et celles provenant d'une source indépendante. Cela étant, une déclaration sous serment doit être examinée dans le contexte des circonstances de l'espèce et sa fiabilité ne saurait être automatiquement niée, même si elle a été rédigée par les parties intéressées ou leurs employés (16/12/2020, [T-3/20](#), Canoleum / Marmoleum, EU:T:2020:606, § 51-52; 28/03/2012, [T-214/08](#), Outburst, EU:T:2012:161, § 30; 05/10/2022, [T-429/21](#), ALDIANO, EU:T:2022:601, §52).

Le fait que les déclarations sous serment émanant de différentes sources soient élaborées à partir d'un **modèle préparé par la partie intéressée** n'affecte pas à lui seul leur valeur probante (16/09/2013, [T-200/10](#), Avery Dennison, EU:T:2013:467, § 73).

La pertinence du contenu de la déclaration sous serment pour le cas d'espèce contribue à sa valeur probante. Par exemple, la déclaration sous serment sera moins efficace si elle ne fait généralement référence qu'aux «marques de la partie», plutôt qu'à la ou aux marques spécifiques en cause (voir, concernant le caractère distinctif acquis, 13/09/2012, [T-72/11](#), Espetec, EU:T:2012:424, § 83-84; 04/05/1999, [C-108/97](#) et [C-109/97](#), Chiemsee, EU:C:1999:230).

4.2.1 Déclarations sous serment de la partie ou de ses employés

Les déclarations sous serment provenant de la sphère de la partie intéressée se voient généralement accorder une valeur moindre étant donné que la perception d'une partie concernée par l'affaire peut être influencée par des intérêts personnels en l'espèce.

Par conséquent, ces éléments de preuve doivent être considérés comme un indice nécessitant d'être corroboré par d'autres éléments probants (21/11/2012, [T-338/11](#), PHOTOS.COM, EU:T:2012:614, § 51; 28/05/2020, [T-615/18](#), D (fig.) / D (fig.) et al., EU:T:2020:223, § 61; 09/12/2014, [T-278/12](#), PROFLEX, EU:T:2014:1045, § 51; 18/11/2015, [T-813/14](#), Cases for portable computers, EU:T:2015:868, § 29).

Il convient dès lors de déterminer si le contenu des déclarations sous serment est suffisamment étayé par les autres éléments de preuve (ou inversement).

4.2.2 Déclarations sous serment faites par des tiers

Les déclarations sous serment provenant de **tiers indépendants** ont une valeur probante supérieure à celles émanant d'entités ayant des liens avec la partie intéressée [19/01/2011, [R 1595/2008-2](#), FINCONSUM ESTABLECIMIENTO FINANCIERO DE CREDITO / FINCONSUMO (fig.), § 31].

Les éléments de preuve provenant de fournisseurs ou de distributeurs de la partie concernée ont généralement un poids moindre, mais leur degré d'indépendance vis-à-vis de cette dernière influence fortement la valeur probante (28/10/2009, [T-137/08](#), Green and Yellow colours per se, EU:T:2009:417, § 54-56).

Exemple:

Affaire	Commentaire
---------	-------------

19/10/2022, T-275/21 , Device of a chequerboard pattern (fig), EU:T:2022:654, § 99	«il convient de rappeler que les déclarations sous serment notamment de chambres de commerce et d'industrie, d'autres associations professionnelles ou organismes indépendants, ou d'autorités publiques, portant sur la perception d'une marque par le public pertinent, constituent des preuves "directes" de l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage, en particulier lorsqu'elles émanent de sources indépendantes et leur contenu est sensé et fiable [voir, en ce sens, arrêts du 7 juin 2005, Lidl Stiftung/OHMI - REWE-Zentral (Salvita), T-303/03 , EU:T:2005:200, point 42; du 28 octobre 2009, BCS/OHMI – Deere (Combinaison des couleurs verte et jaune), T-137/08 , EU:T:2009:417, points 54 à 56; et du 29 janvier 2013, Carrelette manuelle, T-25/11 , non publié, EU:T:2013:40, points 74 et 75).»
--	---

4.3 Sondages d'opinion et études de marché

Les sondages d'opinion et les études de marché (les «enquêtes») constituent des éléments de preuve principaux pour démontrer le degré de reconnaissance d'une marque parmi les consommateurs. Ils sont notamment utilisés dans le cadre de procédures concernant le caractère distinctif acquis, le caractère distinctif accru ou la renommée d'une marque.

Lors de l'évaluation de la valeur probante des enquêtes, l'Office prend en considération:

- le fournisseur de l'enquête;
- le public cible, la taille de l'échantillon et la représentativité des résultats;
- la méthode utilisée, la liste des questions et les circonstances dans lesquelles l'enquête a été réalisée;
- les dates

4.3.1 Fournisseur de l'enquête

La partie doit présenter des informations qui permettent à l'Office de déterminer l'expertise et l'impartialité du fournisseur, étant donné que celles-ci ont une incidence sur la valeur probante.

Le choix du fournisseur de l'enquête incombe aux parties, mais l'Office **recommande** de faire appel à des instituts de recherche, à des entreprises ou à d'autres experts indépendants possédant les connaissances et l'expérience appropriées pour

comprendre correctement la finalité de l'enquête, structurer et mener celle-ci de manière fiable, et interpréter les résultats.

Exemple:

Affaire	Commentaire
27/03/2014, R0540/2013-2 , Shape of a bottle (3D) § 49	Des doutes sérieux ont été émis quant à la source, à la fiabilité et à l'indépendance des enquêtes en raison de l'utilisation du logo de la société notoirement connue GfK. Comme la partie demanderesse l'a fait valoir, il semblait que les sondages n'avaient pas été réalisés par la société, mais par une personne, qui, selon ses dires, était seulement «un ancien directeur de GfK». La manière dont un ancien employé de GfK a pu être autorisé à apposer le logo de cet institut sur chacune des pages des sondages alors qu'il est à présent «consultant indépendant en études de marché» n'apparaissait pas clairement.

4.3.2 Public cible, taille de l'échantillon et représentativité des résultats

Le public cible ou la taille de l'échantillon doit être représentatif de l'ensemble du public pertinent et doit être sélectionné de façon aléatoire (29/01/2013, [T-25/11](#), Cortadora de cerámica, EU:T:2013:40, § 88). Par conséquent, les critères appliqués pour sélectionner l'échantillon sont déterminants pour établir s'il est représentatif et si l'enquête est valable.

La partie doit présenter des informations permettant à l'Office d'apprécier si l'échantillon choisi était représentatif [09/09/2020, [T-187/19](#), Colour Purple -2587C (col), EU:T:2020:405, § 101]. Le nombre de personnes contenues dans l'échantillon et leur profil (sexe, âge, profession et formation) doivent être fournis, afin de permettre à l'Office d'évaluer si les résultats de l'enquête sont représentatifs des consommateurs pertinents des produits en cause (grand public, groupes spécifiques de consommateurs au sein du grand public, ou professionnels).

Une enquête n'aura pas de valeur probante en l'absence de vérifications concernant les personnes qui ont répondu aux questions [16/08/2018, [R 1852/2017-4](#), V V-WHEELS (fig.) / VOLVO (fig.) et al., § 49]. Dans un tel cas, le profil réel de l'échantillon ne peut être déterminé. En outre, les résultats de l'enquête doivent indiquer si les pourcentages apparaissant dans les résultats correspondent au nombre total de personnes interrogées ou uniquement à celles qui ont répondu.

Un échantillon représentatif n'exige pas nécessairement qu'un grand nombre de personnes aient été interrogées. Cela dépend du type de consommateur pertinent concerné [01/06/2011, [R 1345/2010-1](#), Fukato Fukato (FIG. MARK) / DEVICE OF A

SQUARE (FIG. MARK) et al., § 58]. L'enquête devrait exposer la manière dont la taille de l'échantillon a été choisie pour le consommateur pertinent. Il existe un risque particulier que de petits échantillons puissent ne pas être fiables pour ce qui est des produits à usage général ciblant le grand public [09/09/2020, [T-187/19](#), Colour Purple -2587C (col), EU:T:2020:405, § 100-101]. Toutefois, de petits échantillons pourraient être représentatifs pour ce qui est de certains groupes de professionnels ou de produits et services plus spécialisés.

Exemples:

Affaire	Commentaire
15/03/2011, R 1191/2010-4 , Más Kolombiana...y qué más!! / COLOMBIANA LA NUESTRA (fig), § 23.	Une enquête a été produite en vue de démontrer que le signe antérieur était bien connu du public espagnol pour des eaux gazeuses. Toutefois, les personnes interrogées ont été soigneusement sélectionnées sur la base de leur origine, à savoir des Colombiens résidant en Espagne. Ceux-ci ne représentent qu'une faible proportion de la population habitant en Espagne et les informations n'étaient pas concluantes.
01/06/2011, R1345/2010-1 , Fukato Fukato (fig.) / DEVICE OF A SQUARE (fig.) et al., § 58.	En principe, un sondage réalisé auprès de 1 000 à 2 000 personnes est suffisant, à condition que ces personnes soient représentatives de la catégorie de consommateurs concernée. Le sondage d'opinion de l'opposant était fondé sur un échantillon de 500 personnes interrogées. Cela a été jugé insuffisant au regard des services pour lesquels la renommée était revendiquée (notamment les services scientifiques et technologiques).

09/09/2020, T-187/19 , Colour Purple -2587C (col), EU:T:2020:405, § 100-101.	Les enquêtes portant sur les patients n'ont été réalisées que dans 10 États membres de l'UE en ce qui concerne les préparations pharmaceutiques et les inhalateurs. Seuls 50 à 200 patients ont été interrogés dans chacun des États membres. Compte tenu des parts de marché détenues par la requérante dans chaque État membre, le nombre de patients interrogés apparaissait comme bien trop faible pour être fiable. Le même constat s'impose également à l'égard du public professionnel, étant donné que moins de 0,1 % des médecins généralistes dans les États membres ont participé aux enquêtes.
---	--

4.3.3 Méthode utilisée, formulation des questions et circonstances

La méthode de l'enquête et les circonstances dans lesquelles elle a été réalisée (par exemple, en face à face, par téléphone, sur l'internet) ont une incidence sur sa valeur probante (12/07/2006, [T-277/04](#), Vitacoat, EU:T:2006:202, § 38).

La valeur probante des enquêtes dépend aussi fortement de la façon dont les questions sont formulées [24/10/2018, [T-261/17](#), SALOSPIR 500 mg (fig.) / Aspirin et al., EU:T:2018:710, § 68]. Les questions doivent être formulées correctement, de manière ouverte et non assistée, de sorte qu'elles soient neutres et représentatives. Elles ne doivent pas induire le participant à donner une certaine réponse (13/09/2012, [T-72/11](#), Espetec, EU:T:2012:424, § 79).

La partie doit soumettre la liste complète des questions figurant dans le questionnaire afin de permettre à l'Office de déterminer si elles étaient ouvertes et non assistées [08/04/2011, [R 0925/2010-2](#), 1 CLEAN ! 2 FRESH! 3 STRONG! (fig.) / FRESH & CLEAN et al. § 27]. La partie doit également montrer comment les questions ont été posées et ordonnées.

L'enquête doit être effectuée d'une manière qui tienne compte des conditions objectives dans lesquelles les marques en conflit se présentent, ou se présenteraient, sur le marché [24/10/2018, [T-261/17](#), SALOSPIR 500 mg (fig.) / Aspirin et al. EU:T:2018:710, § 63-64). L'objectif est de montrer l'association opérée spontanément par le public cible concernant la marque en cause ou le fait qu'il la reconnaisse directement, comme le montrent les exemples ci-dessous.

La valeur probante de l'enquête sera moindre lorsqu'il ne peut être exclu qu'une formulation non objective de questions facilite, dans l'esprit des personnes interrogées, l'association de cette marque avec une entreprise déterminée [19/06/2019, [T-307/17](#), DEVICE OF THREE PARALLEL STRIPES (fig.), EU:T:2019:427, § 131] ou lorsque l'ordre dans lequel les questions sont posées conduit à des spéculations inhabituelles

en ce qui concerne la question centrale [02/03/2022, [T-125/21](#), Eurobic / BANCO BiG BANCO DE INVESTIMENTO GLOBAL (fig.) et al., EU:T:2022:102, § 42-45].

Pour plus d'orientations sur la structuration des études et la formulation des questions, voir la pratique commune relative aux éléments de preuve dans les procédures de recours en matière de marques: dépôt, structure et présentation des éléments de preuve, et traitement des éléments de preuve confidentiels ([PC12](#)) (pages 36 à 38). La PC 12 recommande un test en trois étapes pour déterminer la capacité des répondants à reconnaître spontanément un objet test comme provenant d'une seule source commerciale spécifique.

Exemples:

Affaire	Commentaire
02/03/2022, T-125/21 , Eurobic / BANCO BiG BANCO DE INVESTIMENTO GLOBAL (fig.) et al., EU:T:2022:102, § 42-45.	Les personnes interrogées étaient informées dans les questions précédentes que la banque «Banco Bic» avait changé sa marque en «EuroBic» et, en réaction à cette information, il leur était demandé de choisir parmi trois options. Cette question ainsi que les sept suivantes posaient, de manière pour le moins orientée, la question du lien entre les marques. Ce n'est que plus loin dans l'enquête que les personnes interrogées étaient appelées à s'exprimer pour la première fois sur le lien entre les marques «Banco BiG» et «EUROBIC». Il a été considéré que lesdits participants avaient pu être nettement influencés par les huit questions qui précédaient et par l'approche visant à appuyer, dans un premier temps, le lien entre EuroBic et Banco BIC pour ensuite orienter les réponses aux questions relatives à la comparaison des signes «EUROBIC» et «BANCO BiG».

08/04/2011, R 925/2010-2, 1 CLEAN! 2 FRESH! 3 STRONG! (fig.) / FRESH & CLEAN et al., § 27.	Cette affaire montre que les niveaux de notoriété assistée et de notoriété spontanée chez les participants au sondage varient. Selon les extraits du sondage mené en 2001 en Italie, même si le niveau de «notoriété assistée» était de 86 %, le taux de «notoriété spontanée» ne s'élevait qu'à 56 %. Ce sondage a échoué pour d'autres motifs, étant donné qu'il n'y avait aucune indication des questions posées au public cible. Il était par conséquent impossible de déterminer si les questions étaient ou non réellement ouvertes et non assistées. Enfin, le sondage ne précisait pas pour quels produits la marque était connue.
28/05/2020, T-677/18, GULLÓN TWINS COOKIE SANDWICH (fig.) / OREO et al., EU:T:2020:229, § 92-93.	L'enquête utilisait une représentation tridimensionnelle du biscuit dans lequel l'élément verbal «Oreo», qui figure généralement au centre du biscuit, avait été retiré. Le Tribunal a estimé que la suppression du nom aux fins de l'enquête était précisément la raison pour laquelle les résultats de l'enquête étaient plus fiables dans l'optique de prouver la connaissance de la forme tridimensionnelle. Selon la Cour, il était opportun que l'enquête n'indique pas que la forme tridimensionnelle était une marque, afin précisément de vérifier si, en voyant cette image, le public identifiait une origine commerciale donnée et la reconnaissait donc comme marque.

4.3.4 Dates

L'enquête doit indiquer la période au cours de laquelle elle a été réalisée. Ce délai doit être pertinent aux fins de la procédure. Par exemple, si l'enquête vise à démontrer le caractère distinctif acquis par l'usage à la date de dépôt de la demande de MUE, la valeur probante est susceptible de varier en fonction de la proximité avec la date de dépôt ou la date de priorité en cause (12/07/2006, [T-277/04](#), Vitacoat, EU:T:2006:202, § 38-39).

4.4 Audit

Les audits de l'entreprise d'une partie incluent généralement des données sur les résultats financiers, les volumes de ventes, le chiffre d'affaires et les bénéfices. Ils peuvent fournir des informations utiles sur l'intensité de l'usage d'une marque. Toutefois, les éléments de preuve de ce type ne sont pertinents que s'ils font expressément référence aux produits ou services commercialisés sous la marque en cause, et non aux activités de la partie en général.

Les audits peuvent être réalisés à l'initiative de la partie elle-même ou être exigés en vertu du droit des sociétés ou des règlements financiers. Dans le premier cas, les mêmes règles que pour les enquêtes s'appliquent. Pour déterminer la crédibilité de l'audit, le statut de l'entité qui le réalise et la fiabilité de la méthode appliquée seront déterminants. En règle générale, la valeur probante des audits et des contrôles officiels est bien plus grande, car ceux-ci sont généralement conduits par une instance publique ou par un organisme d'audit attitré, sur la base des normes et des règles généralement admises.

4.5 Rapports annuels sur les résultats économiques et descriptifs de sociétés

Ce type de preuve comprend toutes sortes de publications internes contenant diverses informations sur l'historique, les activités et les perspectives de l'entreprise de la partie, ou des chiffres plus détaillés concernant le chiffre d'affaires, les ventes et la publicité.

En général, les éléments de preuve provenant de la partie concernée sont principalement destinés à promouvoir son image. Par conséquent, les informations pertinentes doivent être traitées avec prudence, en particulier si elles se composent principalement d'estimations et d'évaluations subjectives.

Toutefois, la valeur probante peut être renforcée lorsque les publications sont diffusées auprès de clients et d'autres parties intéressées et qu'elles contiennent des informations objectivement vérifiables. C'est par exemple le cas lorsqu'elles ont été compilées ou révisées par des auditeurs indépendants (comme cela arrive souvent avec les rapports annuels).

4.6 Factures et autres documents commerciaux

Toutes sortes de documents commerciaux peuvent figurer sous cette rubrique, notamment les factures, les bons de commande, les bons de livraison, les contrats de distribution et de parrainage, les extraits de correspondance avec les clients, les fournisseurs ou les associés. Ce type de documents peut fournir un large éventail d'informations sur l'usage d'une marque (comme l'intensité de l'usage, l'étendue géographique et la durée de l'usage). Ces pièces peuvent constituer des preuves

primaires (par exemple, pour établir qu'une marque fait l'objet d'un usage sérieux) ou secondaires (par exemple, une indication du degré de reconnaissance d'une marque).

Si ces documents incluent des informations commerciales sensibles, la partie peut soit expurger certaines données du document, soit demander la confidentialité de l'ensemble du document au moyen d'une requête motivée (pour de plus amples informations sur la confidentialité, voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, 3.1.6 Confidentialité](#)).

Les factures constituent l'un des moyens de preuve les plus courants dans les procédures relatives aux MUE concernant la preuve de l'usage (pour de plus amples informations sur l'usage des marques, voir les Directives, [Partie C, Opposition, Section 7, La preuve de l'usage, 6.1 Usage en tant que marque](#), et pour des considérations générales sur l'usage, voir la [Partie C, Opposition, Section 7, La preuve de l'usage](#)).

Elles doivent faire l'objet d'une évaluation minutieuse, conjointement avec les éléments de preuve dans leur ensemble. Pour avoir une valeur probante, les factures doivent faire référence aux éléments pertinents pour la procédure (par exemple, la personne qui a émis la facture, à qui elle était adressée, les produits ou services concernés, la représentation de la marque en cause et la date d'émission).

Codes utilisés sur les factures

Les factures doivent permettre d'établir un lien avec le signe utilisé sur les produits ou services facturés. Les factures peuvent ne pas énumérer explicitement les produits ou services ou contenir clairement la représentation de la marque, mais elles peuvent permettre de les déduire en comportant des numéros ou des codes de produit. La partie doit expliquer ces codes et ces numéros. Sur les factures, le renvoi à des catalogues ou à d'autres représentations des produits, tels que l'emballage, peut permettre d'établir un lien clair avec le signe en cause [27/04/2022, [T-181/21](#), SmartThinQ (fig.) / SMARTTHING (fig.), EU:T:2022:247, § 91; 22/03/2023, [T-408/22](#), SEVEN SEVEN 7 (fig.) / Seven, EU:T:2023:157, § 29-31, 33].

Ces éléments de preuve, appréciés conjointement, permettent de tirer des conclusions, par exemple concernant les produits ou services vendus sous une marque donnée, les quantités concernées et la date.

Bonne pratique: lorsqu'elles présentent des factures à titre de preuve, les parties doivent mettre en évidence les produits et services qui sont pertinents pour la procédure afin de s'assurer qu'ils peuvent être correctement identifiés. Cela revêt une importance particulière lorsque les factures sont susceptibles d'inclure d'autres marques ou des produits et services qui ne sont pas pertinents pour la procédure.

Caractère exemplaire - extrapolation

Les factures se rapportent à des transactions distinctes, mais l'intégralité du contexte est à prendre en considération. Bien qu'une sélection de factures ne reflète pas l'ensemble des ventes d'une société, elle peut toutefois indiquer que davantage de ventes ont eu lieu au cours de la période pertinente (07/12/2022, [T-747/21](#), Fohlenelf, EU:T:2022:773, § 43). Par exemple, si la numérotation de la série de factures fournie

indique que certaines sont manquantes, cela démontre que d'autres factures ont été émises, ce qui pourrait contribuer à corroborer les déclarations d'une partie, ou à étayer d'autres informations comptables, en ce qui concerne les volumes ou la continuité des ventes.

Destinataire

Une série de factures datées de la période pertinente aide à définir la durée et la fréquence des ventes et, conjuguée aux informations concernant le destinataire, apporte des indications importantes sur l'étendue géographique de l'usage. Lorsqu'elle expurge des informations, une partie doit s'assurer que les données relatives au destinataire indiquent toujours clairement le territoire pertinent (un pays, une région ou une ville, etc.).

Dénomination sociale et représentation de la marque

Sur certaines factures, l'usage de la marque en cause peut apparaître explicitement, tandis que sur d'autres, c'est le nom de la société qui est utilisé, ou les deux à la fois. Par exemple, lorsque la marque est systématiquement placée dans l'en-tête des factures comme premier élément au-dessus de la dénomination sociale, l'usage du signe va au-delà de la seule identification de la société et indique l'origine commerciale des services fournis. La configuration des factures est donc de nature à permettre l'établissement d'un lien étroit entre le signe et les services facturés [03/10/2019, [T-666/18](#), ad pepper (fig.), EU:T:2019:720, § 82]. L'usage d'un signe en tant que dénomination sociale n'exclut pas son usage en tant que marque [26/04/2023, [T-546/21](#), R.T.S. ROCHEM Technical Services (fig.) / ROCHEM MARINE (fig.), EU:T:2023:221, § 61].

4.7 Certificats, classements et prix

Les certificats attestant de la qualité ou d'autres caractéristiques, les classements et les prix décernés par des autorités publiques ou des institutions officielles – telles que des chambres de commerce et d'industrie, des associations et groupements professionnels, sportifs ou culturels et des associations de consommateurs – peuvent servir de preuves.

Ces sources spécialisées sont généralement indépendantes des parties. Elles attestent de faits dans l'exercice de leurs fonctions officielles. Par conséquent, la fiabilité de ces éléments de preuve est généralement élevée.

En revanche, il convient d'attribuer une importance moindre aux prix et récompenses offerts par des entités inconnues, ou sur la base de critères subjectifs ou non précisés.

La valeur probante dépend également du contenu des documents.

Exemples:

le fait qu'une partie détienne un certificat de qualité ISO 9001 ou un titre de fournisseur royal ne signifie pas nécessairement que le signe est connu du public. Cela signifie

seulement que les produits de la partie répondent à certaines normes techniques ou de qualité ou qu'elle est le fournisseur d'une famille royale.

Affaire	Commentaire
25/01/2011, R 0907/2009-2 , O2PLS / O2 et al.	Les nombreuses récompenses remportées par cette marque, alliées à d'énormes investissements publicitaires et au nombre d'articles publiés dans différentes publications, ont été considérées comme un élément important parmi les preuves visant à établir la renommée [point 9, iii) et paragraphe 27].
18/01/2023, R 0218/2020-4 , Aalto / Aalto ps et al.	Il ne fait aucun doute que, d'après les éléments de preuve produits, l'opposante profite d'un excellent classement et a reçu des éloges dans le monde entier en ce qui concerne ses vins. Par exemple, le vin «AALTO PS 2013» figurait parmi les 5 meilleurs crus issus des <i>grandes pagos de España</i> en 2015 (paragraphe 75). Toutefois, le fait que les vins «AALTO» aient reçu des éloges très positifs de la part des professionnels du secteur et puissent même figurer parmi les premiers vins du monde sur le plan de la qualité ne signifie pas nécessairement que les marques antérieures ont acquis une reconnaissance auprès d'une partie significative du ... public (paragraphe 76).

4.8 Matériels promotionnels et publications

4.8.1 Catalogues, publicités et campagnes de marketing

Une partie peut produire du matériel promotionnel, notamment:

- des listes et offres de prix;
- des audiences et dépenses publicitaires;
- des éléments relatifs aux boutiques en ligne;
- des promotions sur des sites web d'entreprises;
- des archives de sites web;
- des spots télévisés et fichiers vidéo/audio;
- de la correspondance commerciale et des cartes de visite;
- des matériels provenant de foires et de conférences.

Le matériel publicitaire étaye souvent des faits attestés par d'autres éléments de preuve.

Il est important de disposer d'informations concernant l'incidence de la publicité. Celle-ci peut être démontrée en indiquant les dépenses promotionnelles, la nature de la stratégie promotionnelle et les médias utilisés.

Par exemple, pour établir la reconnaissance d'un signe, la publicité diffusée sur une chaîne de télévision nationale ou dans un périodique célèbre devrait se voir accorder plus de poids que les campagnes menées aux niveaux régional ou local. Des chiffres élevés concernant le public ou la diffusion permettent d'illustrer la renommée de la marque. De même, le parrainage d'événements sportifs ou culturels prestigieux peut être une indication supplémentaire de la promotion intensive dont la marque a fait l'objet. En effet, l'investissement considérable qu'une telle opération implique est principalement dû à la taille ou à la nature du public touché.

Exemple:

Affaire	Commentaire
19/10/2022, T-275/21 , DEVICE OF A CHEQUERBOARD PATTERN (fig.), EU:T:2022:654, § 64	Les éléments de preuve portant sur des campagnes promotionnelles d'une marque dans la presse, à la radio ou à la télévision, ainsi que des extraits de catalogues et de brochures contenant des images de produits portant ladite marque, sont susceptibles de constituer des indices allant dans le sens de l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage de celle-ci (voir 14/12/2017, T-304/16 , BET365, EU:T:2017:912, § 71).

En ce qui concerne les efforts publicitaires engagés en ligne, ils peuvent également être mis à profit comme éléments de preuve, en fournissant des données concernant la «recherche payante» et la «publicité sociale payante». On entend par ces termes la pratique consistant à payer pour bénéficier d'un espace publicitaire dans des moteurs de recherche ou sur des plateformes de médias sociaux.

Pour de plus amples informations sur les éléments de preuve publicitaires, voir:

Caractère distinctif acquis	Partie B, Examen, Section 4, Motifs absolus de refus, Chapitre 14, Caractère distinctif acquis par l'usage (article 7, paragraphe 3, du RMUE), 8.1.2 Part de marché et 8.1.3 Dépenses de publicité et chiffre d'affaires
-----------------------------	--

Renommée	Partie C, Opposition, Section 5, Marques jouissant d'une renommée (article 8, paragraphe 5, du RMUE), 3.1.3.6 Les opérations publicitaires
Preuve de l'usage	Partie C, Opposition, Section 7, La preuve de l'usage, 6.1.2.5 L'utilisation dans les publicités

4.8.2 Publications

Une partie peut présenter des publications, notamment:

- des communiqués de presse;
- des journaux;
- des magazines;
- des imprimés;
- des extraits de guides, de livres, d'encyclopédies, de dictionnaires ou d'articles scientifiques.

Dans les procédures relatives aux MUE, la valeur probante des publications visant à attester du succès de la marque en cause dépend principalement de la question de savoir si ces publications sont simplement promotionnelles ou sont le fruit de recherches indépendantes et objectives. Si les articles apparaissent dans des publications prestigieuses ayant des normes de qualité rigoureuses ou s'ils sont rédigés par des professionnels indépendants, leur valeur probante est susceptible d'être élevée.

Affaire	Commentaire
16/12/2010, T-345/08 et T-357/08 , Botolist / Botocyl, confirmed 10/05/2012, C-100/11 P , § 54	L'existence même d'articles dans une publication scientifique ou dans la presse généraliste constitue un facteur pertinent pour établir la renommée des produits commercialisés sous la marque BOTOX auprès du grand public indépendamment du contenu positif ou négatif de ces articles.

10/03/2011, R 0555/2009-2 , BACI MILANO (fig.) / BACI & ABBRACCI, § 35	La renommée de la marque antérieure en Italie a été prouvée au moyen des nombreux documents soumis par l'opposante. Ceux-ci comprenaient, entre autres, un article d' <i>Economy</i> , qui révèle qu'en 2005 la marque «BACI & ABBRACCI» était l'une des 15 marques de mode les plus contrefaites au monde; un article publié dans <i>Il Tempo</i> le 05/08/2005, dans lequel la marque «BACI & ABBRACCI» est mentionnée parmi d'autres, dont Dolce & Gabbana, Armani, Lacoste et Puma, comme étant la cible de contrefaçons; un article publié dans <i>Fashion</i> le 15/06/2006, dans lequel la marque est qualifiée de «véritable phénomène de marché»; des campagnes promotionnelles entre 2004 et 2007, avec des témoignages de célébrités du monde du divertissement et des sports; et une étude de marché menée par l'agence indépendante et réputée Doxa en septembre 2007, dans laquelle il apparaît que la marque est la première à venir à l'esprit pour 0,6 % du public italien lorsqu'il est question du secteur de la mode.
08/07/2020, T-533/19 , sflooring (fig.) / T-flooring, EU:T:2020:323, § 51	L'apposition d'une marque sur un magazine, un périodique, une revue, un journal ou un catalogue est en principe susceptible de constituer un «usage valable du signe», en tant que marque, pour les produits et les services désignés par celle-ci, si la teneur de ces publications confirme l'usage du signe pour les produits et les services couverts par ladite marque (05/02/2020, T-44/19 , TC Touring Club (fig.) / TOURING CLUB ITALIANO et al., EU:T:2020:31, § 67).

Lorsque l'usage sérieux est démontré et que l'importance de l'usage n'est pas fondamentale, des critères différents peuvent s'appliquer et des publications encore moins célèbres ou prestigieuses peuvent avoir une utilité. De même, dans les procédures de nullité de dessins ou modèles, presque tous les types de publications conviennent pour prouver la divulgation d'un dessin ou modèle antérieur (voir les Directives relatives aux dessins ou modèles, Examen des demandes en nullité de dessins ou modèles, Section 5, Les différents motifs de nullité, point 5.7.1.2, Établissement de la divulgation).

4.9 Audition

L'audition désigne le recueil d'éléments de preuve lors d'une procédure orale, telle que l'audition d'une partie, d'un témoin ou d'un expert. Pour de plus amples informations sur la procédure orale, voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 2, Principes généraux à respecter dans la procédure, 4 Procédure orale](#).

Ce n'est que dans des cas exceptionnels que l'Office décide d'organiser une audition. En effet, les parties n'en ont normalement pas besoin pour présenter leurs arguments juridiques et factuels de manière efficace. En outre, la lourdeur de la démarche peut allonger de manière injustifiée la procédure et augmenter significativement les frais [affaire 15/12/2022, [R 1613/2019-G](#), Iceland (fig.), au cours de laquelle l'Office a entendu des témoignages et des avis d'experts].

Lorsque l'Office décide d'entendre des témoins ou des experts, il en supporte les frais. Toutefois, lorsque les parties demandent une audition, les frais restent à leur charge.

Ni l'[article 97 du RMUE](#) et l'[article 51 du RDMUE](#), ni l'article 64 du RDC et l'article 42 du REDC n'imposent à l'Office l'obligation de convoquer des témoins à une procédure orale à la suite d'une demande formulée par l'une ou l'autre des parties (14/06/2021, [T-512/20](#), Protective covers for computer hardware, EU:T:2021:359, § 31-34).

Lorsqu'une partie demande l'organisation d'une procédure orale, c'est à la requérante qu'il appartient d'expliquer les raisons pour lesquelles les témoignages oraux seraient plus adaptés pour attester la véracité des faits allégués, ou les raisons pour lesquelles elle n'était pas en mesure de fournir ces témoignages par écrit ou sous toute autre forme (18/01/2018, [T-178/17](#), HYALSTYLE, EU:T:2018:18, § 15-24)

L'Office informe les parties de l'audition d'un témoin ou d'un expert devant ses instances, afin qu'elles puissent y assister et poser des questions au témoin ou à l'expert.

La valeur probante et la fiabilité de l'audition des témoins et des parties peuvent être appréciées globalement de la même manière que les déclarations écrites sous serment.

4.10 Commission et avis d'experts par l'Office

[Article 52 du RDMUE](#), [article 97 du RMUE](#)

Articles 43 et 44 du REDC

L'Office commissionne rarement un avis d'expert parce qu'il peut généralement statuer sur la base des éléments de preuve versés au dossier [voir, à titre exceptionnel, la décision du 21/09/2011, [R 1105/2010-5](#), FLUGBÖRSE, aux fins de laquelle l'Office a commissionné un avis d'expert en ce qui concerne la signification du mot «Flugbörse» à une certaine date dans le passé, et celle du 25/02/2021, [R 0696/2018-5](#), QUESO

Y TORTA DE LA SERENA (fig.) / Torta del Casar et al., aux fins de laquelle l'Office a commissionné un avis d'expert à propos du caractère générique du terme «Torta»]. En outre, les avis d'experts peuvent entraîner des frais importants et prolonger la procédure.

La commission d'avis d'experts par l'Office en vertu de l'[article 52 du RDMUE](#) et de l'article 44 du REDC (les «avis des experts commissionnés») diffère des avis d'experts qu'une partie peut présenter en son nom dans le cadre de procédures et des experts dont la convocation est prévue au titre de l'[article 51 du RDMUE](#) et de l'article 43 du REDC [affaire 15/12/2022, [R 1613/2019-G](#), Iceland (fig.), dans laquelle les experts ont été entendus en qualité de témoins].

Les avis des experts commissionnés peuvent être établis par écrit ou présentés oralement. Dans ce dernier cas, la pratique décrite au [point 4.9, Audition](#) s'applique.

Si une partie demande à l'Office de commissionner un avis d'expert, l'Office évalue:

- l'opportunité de commissionner ou non un avis d'expert;
- qui désigner en qualité d'expert;
- la forme que doit prendre l'avis.

L'Office ne conserve pas de liste d'experts.

Si l'Office décide de commissionner un avis d'expert, conformément à l'[article 52, paragraphe 2, du RDMUE](#) et à l'article 44, paragraphe 2, du REDC, l'invitation transmise à l'expert contient les renseignements suivants:

- une description précise de sa mission;
- le délai qui lui est imparti pour la présentation de son avis;
- les noms des parties à la procédure;
- le détail des frais que l'Office remboursera.

L'avis de l'expert commissionné doit être présenté dans la langue de la procédure ou être accompagné d'une traduction dans cette langue. Un exemplaire de l'avis écrit, et de la traduction si nécessaire, est remis aux parties.

Les parties peuvent récuser un expert commissionné au motif de son incompétence, d'un conflit d'intérêts (parce que l'expert avait précédemment participé au litige en tant que représentant de l'une des parties ou en prenant une décision à tout moment) ou en raison de sa partialité. Si les parties récusent l'expert, l'Office statue sur la récusation.

4.11 Inspections sur place effectuées par l'Office

L'Office n'est presque jamais tenu d'inspecter des éléments en dehors de ses locaux. Ce n'est que dans des circonstances très exceptionnelles que l'Office procédera à une inspection sur place en vertu de l'[article 51, paragraphe 1, du RDMUE](#) et de l'article 43, paragraphe 1, du REDC, par exemple dans les locaux d'une partie.

Si l'Office décide de procéder à une inspection, il prend une décision provisoire, indiquant les faits pertinents à prouver, la date, l'heure et le lieu de l'inspection.

La date fixée pour la descente sur les lieux doit laisser suffisamment de temps à la partie intéressée pour la préparer. Si cette inspection ne peut pas avoir lieu pour une raison quelconque, la procédure se poursuit sur la base des preuves figurant au dossier.

5 Éléments de preuve produits tardivement dans les procédures inter partes

[Article 95, paragraphe 2, du RMUE](#), [article 8, paragraphe 5, du RDMUE](#), [article 10, paragraphe 7, du RDMUE](#), [article 19, paragraphes 1 et 2, du RDMUE](#)

Article 63, paragraphe 2, du RDC

Les parties à la procédure doivent présenter leurs observations dans les délais prévus par le règlement sur la marque de l'Union européenne et le règlement sur les dessins ou modèles communautaires ou dans ceux impartis par l'Office (voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, 4 Délais impartis par l'Office](#)).

L'Office peut ne pas tenir compte des faits que les parties n'ont pas invoqués ou des preuves qu'elles n'ont pas produites en temps utile. L'Office dispose d'un large pouvoir d'appréciation à cet égard (13/03/2007, [C-29/05 P](#), ARCOL / CAPOL, EU:C:2007:162, § 43; 05/07/2017, [T-306/16](#), Door handles, EU:T:2017:466, § 16). Par conséquent, rien ne garantit que l'Office tiendra compte de faits et de preuves présentés tardivement.

Bonne pratique: si la partie sait qu'elle ne sera pas en mesure de présenter l'intégralité de ses éléments de preuve dans le délai imparté par l'Office, elle doit demander une prorogation du délai plutôt que d'envoyer une partie desdits éléments tardivement (voir les Directives, [Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, 4.3 Prorogation des délais](#)).

Des orientations concernant les différentes procédures sont disponibles ici:

Procédure d'opposition: justification	Partie C, Opposition, Section 1, Procédure d'opposition, point 4.2.6 Faits et éléments de preuve présentés après l'expiration du délai accordé pour leur production
Preuve de l'usage produite tardivement	Partie C, Section 1, Procédure d'opposition, 5.3.1. Le délai imparté pour apporter la preuve de l'usage
Procédures de nullité et de déchéance de marques	Partie D, Section 1, Procédure d'annulation, 2 Demande en annulation et 3 Phase contradictoire

Procédures de nullité de dessins ou modèles	Directives relatives aux dessins ou modèles, Examen des demandes en nullité de dessins ou modèles, Section 2, Introduction – Principes généraux s’appliquant à la procédure en nullité, 2.4 Respect des délais
---	--

La notion de «preuves déposées tardivement» requiert:

- un délai qui a été fixé et n’a pas été observé; et
- un dépôt des preuves après l’expiration de ce délai («tardivement»).

Lorsqu’aucun délai n’a été dépassé, les paragraphes [5.1-5.2](#) ne s’appliquent pas.

5.1 Distinction entre faits ou preuves nouveaux et complémentaires

Si une partie fournit des faits ou des preuves en dehors du délai imparti, une distinction est établie entre:

- **les faits ou preuves entièrement nouveaux**, ce qui signifie qu’ils n’ont aucun lien avec les faits et preuves qui ont été présentés dans les délais; et
- **les faits ou preuves complémentaires**, ce qui signifie que la partie a présenté des faits ou des preuves dans les délais et les complète ultérieurement (par exemple pour réfuter les arguments de l’autre partie, dans les procédures inter partes, ou ceux de l’Office) 19/01/2022, [T-76/21](#), Pomodoro, EU:T:2022:16, § 40.

L’Office n’accepte pas les faits ou preuves entièrement nouveaux dans les **procédures inter partes**. L’acceptation de ces preuves déposées tardivement rendrait les délais inopérants. Rien n’inciterait en effet les parties à respecter un délai (13/03/2007, [C-29/05 P](#), ARCOL / CAPOL, EU:C:2007:162, § 48; 19/01/2022, [T-76/21](#), Pomodoro, EU:T:2022:16, § 37).

Bonne pratique: si un délai n’a pas été observé au cours d’une procédure inter partes relative à une MUE et que des preuves entièrement nouvelles sont produites, la partie doit envisager de demander plutôt la poursuite de la procédure ([Partie A, Dispositions générales, Section 1, Moyens de communication, délais, 4.4 Poursuite de la procédure](#)).

Toutefois, l’Office peut accepter des faits ou des preuves complémentaires dans l’exercice de son pouvoir d’appréciation (voir [point 5.2](#)).

Bonne pratique: la partie qui présente des faits ou des preuves tardivement doit exposer les raisons pour lesquelles ces faits ou preuves ne sont que complémentaires (et non entièrement nouveaux) et peuvent donc être acceptés. Elle doit établir un lien concret en indiquant à quels faits ou preuves précédemment présentés les preuves complémentaires se rapportent, par exemple, en fournissant un tableau.

Une preuve sera considérée comme complémentaire si la partie a sérieusement tenté de fournir des preuves suffisantes à l'égard de tous les facteurs à démontrer dans le délai imparti. Par exemple, si une partie ne fait référence qu'à son propre site web à titre de preuve de l'usage d'une marque, aucune tentative sérieuse n'a été faite en vue d'apporter la preuve de la durée, du lieu et de l'importance de l'usage. Toute facture ou autre preuve produite à un stade ultérieur sera considérée comme une nouvelle preuve (04/05/2017, [T-97/16](#), GEOTEK, EU:T:2017:298, § 29).

En outre, pour que la soumission de preuves complémentaires soit possible, les faits et preuves présentés dans le délai imparti doivent couvrir tous les facteurs pertinents devant être établis. Si seuls certains des facteurs sont couverts dans le délai imparti, les preuves déposées tardivement relatives à d'autres facteurs pourraient être considérées comme irrecevables. Par exemple, si la partie n'a pas présenté de faits ou de preuves en temps utile pour prouver le **lieu de l'usage** et n'a avancé aucun argument à cet égard, les preuves déposées tardivement aux fins de démontrer le lieu de l'usage seront traitées comme des preuves totalement nouvelles.

Le fait que le nombre des éléments de preuve présentés au-delà du délai est largement supérieur aux éléments de preuve présentés en temps utile n'est pas de nature à rendre nécessairement irrecevables les éléments de preuve produits tardivement (19/01/2022, [T-76/21](#), Pomodoro, EU:T:2022:16, § 44).

5.2 Pouvoir discrétionnaire

Si les preuves sont considérées comme complémentaires dans les procédures **inter partes**, l'Office doit exercer son pouvoir discrétionnaire et décider si elles doivent être prises en considération.

Ce faisant, l'Office doit examiner:

- le stade de la procédure au cours duquel les preuves déposées tardivement ont été présentées;
- si les preuves déposées tardivement sont à première vue pertinentes, dans la mesure où elles semblent influencer l'appréciation et l'issue de l'affaire;
- s'il existe des raisons valables justifiant la présentation tardive; et
- si les circonstances qui entourent ladite présentation empêcheraient d'examiner les faits et preuves déposés tardivement.

Les facteurs précités sont indépendants.

Exemples:

Les faits ou preuves complémentaires sont plus susceptibles d'être acceptés s'ils peuvent être pertinents pour l'issue de l'affaire et s'ils sont présentés au début de la procédure, avec une justification de leur présentation à ce stade. Toutefois, plus le stade de la procédure est avancé, plus la raison invoquée à l'appui d'une présentation tardive des preuves doit être valable et plus la pertinence de ceux-ci doit être avérée.

Si les circonstances de l'espèce conduisent à la conclusion qu'une partie utilise des tactiques dilatoires en présentant des preuves en partie dans l'intention de prolonger la procédure, il est peu probable que les preuves déposées tardivement soient admises.

Les difficultés à obtenir des preuves ne constituent pas, en soi, un motif valable de présentation tardive.

L'Office doit **motiver sa décision** en démontrant qu'il a exercé son pouvoir d'appréciation (05/07/2017, [T-306/16](#), Door handles, EU:T:2017:466, § 18). Il doit:

- indiquer les raisons pour lesquelles les faits et preuves déposés tardivement sont recevables ou non;
- exposer les facteurs qu'il a pris en considération; et
- mettre en balance les intérêts en jeu.