



Presse et Information

Tribunal de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 56/18

Luxembourg, le 26 avril 2018

Arrêt dans l'affaire T-554/14
Lionel Andrés Messi Cuccittini/EUIPO

Lionel Messi peut enregistrer sa marque « MESSI » pour des articles et des vêtements de sport

La renommée du joueur de football neutralise les similitudes visuelles et phonétiques entre sa marque et la marque « MASSI » d'une société espagnole

En août 2011, le footballeur Lionel Andrés Messi Cuccittini a demandé à l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) d'enregistrer la marque de l'Union européenne suivante, notamment pour des vêtements, des chaussures et des articles de gymnastique et de sport :



En novembre 2011, M. Jaime Masferrer Coma a formé opposition à l'enregistrement de la marque de M. Messi, en invoquant un risque de confusion avec les marques de l'Union verbales « MASSI » enregistrées notamment pour des vêtements, des chaussures, des casques de cyclistes, des tenues de protection et des gants (les droits de ces marques ont été transférés, en mai 2012, à la société J.M.-E.V. e hijos)¹. En 2013, l'EUIPO a accueilli l'opposition. M. Messi a formé un recours auprès de l'EUIPO contre cette décision. En avril 2014, l'EUIPO a rejeté le recours. L'EUIPO a, en substance, conclu à l'existence d'un risque de confusion entre les marques. En effet, il a estimé que les marques en cause sont similaires parce que leurs éléments dominants, constitués des termes « MASSI » et « MESSI », sont quasiment identiques sur les plans visuel et phonétique et qu'une éventuelle différenciation conceptuelle ne sera opérée, le cas échéant, que par une partie du public pertinent.

Insatisfait de la décision de l'EUIPO, M. Messi a saisi le Tribunal de l'Union européenne pour en demander l'annulation².

Par son arrêt de ce jour, **le Tribunal annule la décision de l'EUIPO.**

Le Tribunal souligne tout d'abord que les signes qui composent les marques en conflit présentent un degré de similitude moyen sur le plan visuel, l'élément dominant de la marque de M. Messi étant extrêmement analogue à l'élément verbal présent dans la marque MASSI. Ensuite, le Tribunal confirme la conclusion de l'EUIPO selon laquelle les signes en conflit sont très similaires

¹ La même société est partie requérante dans une autre affaire de marque devant le Tribunal (affaire [T-2/17](#)).

² Le joueur brésilien de football Neymar est lui aussi partie dans une affaire de marque devant cette juridiction (affaire [T-795/17](#)).

sur le plan phonétique. En revanche, le Tribunal considère que l'EUIPO a commis une erreur lors de la comparaison des signes sur le plan conceptuel. Le Tribunal estime qu'il est erroné de considérer que la renommée dont jouit M. Messi ne concerne que la partie du public qui s'intéresse au football et au sport en général. Ce footballeur est en effet un personnage public connu que l'on peut voir à la télévision et dont on parle régulièrement à la télévision ou à la radio. Par ailleurs, l'EUIPO aurait dû examiner si une partie significative du public pertinent n'était pas susceptible d'effectuer une association conceptuelle entre le terme « messi » et le nom du célèbre joueur de football. Le Tribunal souligne enfin qu'il convient de tenir compte du fait que les produits visés par les marques en conflit et pour lesquels un risque de confusion pourrait exister sont, notamment, des articles et des vêtements de sport, même s'ils ne se limitent pas au domaine du football. Or, il paraît peu vraisemblable qu'un consommateur moyen de ces produits n'associera pas directement, dans la grande majorité des cas, le terme « messi » au nom du célèbre joueur de football. Le Tribunal ajoute que, s'il est certes possible que quelques consommateurs n'aient jamais entendu parler de M. Messi ou ne s'en souviennent pas, il ne s'agira pas du cas typique du consommateur moyen qui achète des articles ou des vêtements de sport.

Le Tribunal en conclut que, même si les signes en conflit sont globalement similaires, les différences conceptuelles les séparant sont de nature à neutraliser les similitudes visuelles et phonétiques relevées. En effet, le Tribunal considère qu'une partie significative du public pertinent associera le terme « messi » au nom du célèbre joueur de football et percevra, dès lors, le terme « massi » comme étant conceptuellement différent. Le degré de similitude entre les marques n'est pas suffisamment élevé pour pouvoir considérer que le public pertinent puisse croire que les produits en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement. Par conséquent, c'est à tort que l'EUIPO a conclu que l'usage de la marque « MESSI » pour des vêtements, des articles de gymnastique ou de sport et des appareils et des instruments de protection pouvait créer un risque de confusion avec la marque « MASSI » dans l'esprit du consommateur.

RAPPEL : La marque de l'Union est valable sur l'ensemble du territoire de l'Union européenne et coexiste avec les marques nationales. Les demandes d'enregistrement d'une marque de l'Union sont adressées à l'EUIPO. Un recours contre ses décisions peut être formé devant le Tribunal.

RAPPEL : Un pourvoi, limité aux questions de droit, peut être formé devant la Cour contre la décision du Tribunal, dans un délai de deux mois à compter de sa notification.

RAPPEL : Le recours en annulation vise à faire annuler des actes des institutions de l'Union contraires au droit de l'Union. Sous certaines conditions, les États membres, les institutions européennes et les particuliers peuvent saisir la Cour de justice ou le Tribunal d'un recours en annulation. Si le recours est fondé, l'acte est annulé. L'institution concernée doit remédier à un éventuel vide juridique créé par l'annulation de l'acte.

Document non officiel à l'usage des médias, qui n'engage pas le Tribunal.

Le texte intégral de l'arrêt est publié sur le site CURIA le jour du prononcé.

Contact presse : Gilles Despeux ☎ (+352) 4303 3205.

Des images du prononcé de l'arrêt sont disponibles sur « [Europe by Satellite](#) » ☎ (+32) 2 2964106.