

## Affaire T-385/03

### **Miles Handelsgesellschaft International mbH contre Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI)**

«Marque communautaire — Procédure d'opposition — Demande de marque communautaire figurative comportant l'élément verbal 'Biker Miles' — Marque communautaire antérieure verbale MILES — Risque de confusion — Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94»

Arrêt du Tribunal (quatrième chambre) du 7 juillet 2005 . . . . . II - 2667

#### Sommaire de l'arrêt

*Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs relatifs de refus — Opposition par le titulaire d'une marque antérieure identique ou similaire enregistrée pour des produits ou services identiques ou similaires — Risque de confusion avec la marque antérieure — Marque figurative comportant l'élément verbal «Biker Miles» et marque verbale MILES*

*[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 8, § 1, b)]*

Existe, pour le consommateur moyen de l'Union européenne, un risque de confusion entre le signe figuratif composé des deux mots écrits en caractères gras, «biker» et «miles», ainsi que d'éléments figuratifs, dont notamment l'image d'une route encerclée, dont l'enregistrement en tant que marque communautaire est demandé pour «équipements et vêtements pour motocyclistes, à savoir bottes, chaussures, gants, écharpes, vêtements de pluie, vêtements résistant aux intempéries, pulls, casques, ceintures de protection pour les reins, vêtements en cuir, vêtements en cuir artificiel» relevant de la classe 25 au sens de l'arrangement de Nice, et la marque verbale MILES enregistrée antérieurement en tant que marque communautaire pour «vêtements, y compris [les] vêtements de sport» relevant de la même classe, dans la mesure où, d'une part, les

produits en cause sont identiques, ceux revendiqués étant inclus dans la catégorie des produits visés par la marque antérieure, et où, d'autre part, les signes en conflit sont similaires, les éléments figuratifs n'occupant pas, du point de vue visuel, une place équivalente à celle des éléments verbaux, et, s'agissant de ces derniers, l'élément verbal «miles», identique à la marque antérieure, devant être considéré comme l'élément dominant de la marque demandée et l'élément verbal «biker», même s'il ajoute une certaine nuance, n'ayant pas une valeur importante sur le plan conceptuel.

(cf. points 26, 37, 42, 45, 48, 53)