

## Affaire T-317/01

**M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung  
und  
Informationssysteme mbH**

**contre**

**Office de l'harmonisation dans le marché intérieur  
(marques, dessins et modèles) (OHMI)**

«*Marque communautaire — Procédure d'opposition — Demande de marque communautaire verbale M+M EURODATA — Marque verbale antérieure EURODATA TV — Motif relatif de refus — Risque de confusion — Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94*»

Arrêt du Tribunal (deuxième chambre) du 30 juin 2004 . . . . . II - 1820

### Sommaire de l'arrêt

- 1. Marque communautaire — Observations des tiers et opposition — Examen de l'opposition — Portée — Similitude entre les produits et services concernés — Analyse à effectuer par rapport à la totalité des produits et services résultant de l'enregistrement [Règlement du Conseil n° 40/94, art. 8, § 1, b)]*

2. *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 — Marques verbales «M+M EUROdATA» et «EURODATA TV»*  
 [Règlement du Conseil n° 40/94, art. 8, § 1, b)]

1. Dans le cadre d'une procédure d'opposition formée, sur le fondement de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, par le titulaire d'une marque antérieure, l'examen d'une éventuelle similitude entre les produits et services concernés doit être opéré en se référant à la liste des produits et services enregistrés au titre de chaque signe en cause. À cet égard, l'utilisation envisagée, dans un secteur ou sur un marché déterminé, d'une marque dont l'enregistrement est demandé ne saurait être prise en compte dès lors que cet enregistrement n'est pas susceptible de comporter une limitation en ce sens.

(cf. point 58)

en tant que marque communautaire est demandé pour les services «recherche de marché, analyse de marché et recherches commerciales, services de conseil aux entreprises dans le domaine du marketing et de la distribution» et «séminaires et autres manifestations de formation continue en marketing et en distribution», relevant des classes 35 et 41 au sens de l'arrangement de Nice, et la marque «EURODATA TV», enregistrée antérieurement en France et en tant que marque internationale pour les services «compilation et fourniture d'informations commerciales, et plus particulièrement enquêtes et sondages d'opinion dans le domaine audiovisuel», relevant de la classe 35, et en Irlande pour les services «compilation et fourniture d'informations commerciales; enquêtes commerciales; services de publicité; conseil et assistance auprès d'entreprises industrielles ou commerciales; préparation et fourniture de statistiques commerciales; études de marketing; recherche et analyse de marché», relevant également de la classe 35 au sens de l'arrangement de Nice.

2. N'existe pas, pour le public ciblé composé de professionnels susceptibles d'être particulièrement intéressés et attentifs aux signes en cause, de risque de confusion entre le signe verbal «M+M EUROdATA», dont l'enregistrement

En effet, s'il existe une identité entre les services visés par la demande de marque

relevant de la classe 35 et ceux protégés par la marque antérieure relevant de cette même classe ainsi qu'une similarité entre les services visés par la demande de marque relevant de la classe 41 et les services protégés par la marque antérieure relevant de la classe 35, les différences visuelles, phonétiques et conceptuelles entre les signes en cause

constituent des motifs suffisants pour écarter l'existence d'un risque de confusion dans la perception du public ciblé.

(cf. points 52, 57, 60, 63, 74, 80, 85)