

## Affaire T-7/04

**Shaker di L. Laudato & C. Sas**

**contre**

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

«*Marque communautaire — Demande de marque communautaire figurative  
Limoncello della Costiera Amalfitana shaker — Marque nationale verbale  
antérieure LIMONCHELO — Risque de confusion —  
Article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94*»

Arrêt du Tribunal (troisième chambre) du 15 juin 2005 . . . . . II - 2309

### Sommaire de l'arrêt

- 1. 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 — Similitude entre les marques concernées — Critères d'appréciation — Marque complexe [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 — Similitude entre les marques concernées — Critères d'appréciation — Marque complexe — Détermination du ou des composant(s) dominant(s) — Marque complexe à caractère visuel [Règlement du Conseil n° 40/94, art. 8, § 1, b)]*
3. *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 Limoncello della Costiera Amalfitana shaker et marque verbale LIMONCHELO [Règlement du Conseil n° 40/94, art. 8, § 1, b)]*

1. Si, dans le cadre de l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, l'appréciation de la similitude entre une marque complexe et une autre marque ne revient pas à prendre en considération uniquement un composant de la marque complexe et à le comparer avec l'autre marque et s'il y a lieu, au contraire, d'opérer une comparaison entre les marques en cause en les examinant, considérées chacune dans leur ensemble, cela n'exclut pas que l'impression d'ensemble produite dans la mémoire du public pertinent par une marque complexe puisse dans certaines circonstances être dominée par un ou plusieurs de ses composants.
2. Dans le cadre de l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, il convient de prendre en compte, lors de l'appréciation du caractère dominant d'un ou de plusieurs composants déterminés d'une marque complexe, notamment les qualités intrinsèques de chacun de ces composants en les comparant à celles des autres composants. En outre et de manière accessoire, peut être prise en compte la position relative des différents composants dans la configuration de la marque complexe.

(cf. point 51)

Concrètement, cela implique qu'il s'agit d'examiner quel composant de la marque demandée est susceptible, de

par ses caractéristiques visuelles, phonétiques ou conceptuelles, de donner à lui seul une impression de cette marque que le public pertinent garde en mémoire, de telle sorte que les autres composants de celle-ci apparaissent négligeables à cet égard. Cet examen peut aboutir à ce que plusieurs composants doivent être considérés comme dominants.

Toutefois, si la marque demandée est une marque complexe à caractère visuel, l'appréciation de l'impression d'ensemble de cette marque ainsi que la détermination d'un éventuel élément dominant de celle-ci doivent intervenir sur la base d'une analyse visuelle. Partant, dans une telle hypothèse, ce n'est que dans la mesure où un éventuel élément dominant comporterait des aspects sémantiques non visuels qu'il y aurait lieu, le cas échéant, de procéder à la comparaison entre cet élément, d'une part, et la marque antérieure, d'autre part, en prenant également en compte ces autres aspects sémantiques, comme par exemple des aspects phonétiques ou des concepts abstraits pertinents.

(cf. points 52-54)

3. N'existe pas, pour les consommateurs moyens espagnols, de risque de confu-

sion entre, d'une part, le signe figuratif correspondant, à partir d'une appréhension visuelle, à la description:

«Les composants du signe sont le terme 'limoncello' inscrit en lettres blanches et en grands caractères, les termes 'della costiera amalfitana' inscrits en lettres jaunes et en plus petits caractères, le terme 'shaker' repris en plus petits caractères bleus dans un encadré à fond blanc dont la lettre 'k' représente un verre et, enfin, la représentation figurative d'un grand plat rond dont le centre est blanc et le bord orné, d'une part, de dessins représentant des citrons jaunes sur un fond sombre et, d'autre part, d'une bande discontinue turquoise et blanche. L'ensemble de ces composants de la marque est placé sur un fond bleu foncé»,

signe dont l'enregistrement en tant que marque communautaire est demandé pour la «liqueur de citrons provenant de la côte amalfitaine», relevant de la classe 33 au sens de l'arrangement de Nice, et, d'autre part, la marque verbale LIMONCHELO, enregistrée antérieurement en Espagne pour les produits relevant de la même classe, dès lors que la représentation figurative d'un plat rond orné de citrons est le composant

dominant de la marque demandée, n'ayant aucun point commun avec la marque antérieure qui est une marque purement verbale, et que la dominance de ladite représentation figurative par rapport aux autres éléments de la marque demandée empêche tout risque de confusion fondé sur l'existence de similitudes visuelles, phonétiques ou

conceptuelles des termes «limonchelo» et «limoncello» figurant dans les marques en cause.

(cf. points 65, 66, 69)