



Presse et Information

Tribunal de l'Union européenne
COMMUNIQUE DE PRESSE n° 41/12
Luxembourg, le 29 mars 2012

Arrêt dans l'affaire T-369/10
You-Q BV / OHMI

Apple Corps peut empêcher l'enregistrement d'une marque communautaire figurative composée du mot « BEATLE » pour des appareils roulants électriques

Il est vraisemblable que You-Q, en utilisant cette marque, tirerait un profit indu de la renommée et de l'attrait durable des marques BEATLES et THE BEATLES détenues par Apple Corps

En janvier 2004, Handicare Holding BV a adressé à l'OHMI, l'Office des marques communautaires, une demande d'enregistrement d'un signe figuratif composé du mot « BEATLE » en tant que marque communautaire pour des appareils de locomotion (appareils roulants électriques) pour les personnes à mobilité réduite.

Toutefois, Apple Corps Ltd, entreprise fondée par le groupe « The Beatles », s'est opposée à cette demande, en se fondant sur ses diverses marques communautaires et nationales antérieures, dont la marque verbale « BEATLES » et plusieurs marques figuratives composées du mot « BEATLES » ou « THE BEATLES ».

Le 31 mai 2010, l'OHMI a rejeté la demande de Handicare en estimant que, en raison de la similitude des signes, de la renommée considérable acquise de longue date par les marques antérieures de Apple Corps et du chevauchement des publics pertinents, il était vraisemblable que Handicare tirerait un profit indu de la renommée et de l'attrait durable des marques de Apple Corps en utilisant la marque demandée. Il a, dès lors, conclu qu'il existait un risque sérieux qu'une atteinte soit portée aux marques antérieures dont Apple Corps est titulaire.

Handicare – devenu You-Q BV après l'introduction de cette affaire – a demandé au Tribunal d'annuler cette décision.

Par son arrêt de ce jour, **le Tribunal confirme l'analyse de l'OHMI et rejette le recours.**

Tout d'abord, le Tribunal considère que l'OHMI pouvait conclure, sur la base des éléments produits, notamment sur les ventes des disques des Beatles, que les marques antérieures THE BEATLES et BEATLES jouissaient d'une importante renommée en ce qui concerne les enregistrements sonores, enregistrements vidéo et films et d'une renommée, bien que moindre, sur les produits dérivés tels que des jouets et des jeux.

Ensuite, selon le Tribunal, l'OHMI a considéré, à juste titre que, visuellement, phonétiquement et conceptuellement, les signes en conflit étaient très similaires.

Par ailleurs, ces marques ont un caractère distinctif de sorte que, confronté à celles-ci, le grand public, en particulier dans les États non anglophones de l'Union, pensera immédiatement au groupe éponyme et à ses produits.

De même, c'est à juste titre que l'OHMI a relevé qu'il existait un chevauchement entre les deux publics visés par les signes en conflit, dans la mesure où les personnes à mobilité réduite font également partie du grand public visé par les marques antérieures.

Par conséquent, l'OHMI pouvait correctement déduire de ces éléments que, nonobstant la différence des produits en cause, il existait un lien entre les signes en conflit.

Dès lors, en raison de l'existence de ce lien, le public pertinent, même en l'absence de risque de confusion, serait amené à transférer les valeurs des marques antérieures aux produits revêtus de la marque demandée. L'image véhiculée par les marques antérieures est, même après 50 ans d'existence, toujours synonyme de jeunesse et d'une certaine contre-culture des années 60, bénéficiant d'une image encore positive. Or, cette image positive pourrait bénéficier aux produits visés par la marque demandée, dans la mesure où le public pertinent, en raison précisément du handicap subi, serait particulièrement attiré par l'image très positive de liberté, de jeunesse et de mobilité liée aux marques BEATLES et THE BEATLES, ce d'autant plus qu'une partie du public visé par les produits de You-Q appartient à la génération des personnes qui ont connu les produits des Beatles dans les années 60 et dont certains peuvent être désormais concernés par les produits visés par la marque demandée. Ce transfert d'image permettrait donc à You-Q d'introduire sa propre marque sur le marché sans s'exposer à des risques importants et sans devoir supporter les coûts de lancement, notamment publicitaires, d'une marque nouvellement créée.

Ainsi, conclut le Tribunal, c'est sans commettre d'erreur que l'OHMI a considéré qu'il était vraisemblable que, en utilisant la marque demandée, You-Q tirerait un profit indu de la renommée et de l'attrait durable des marques d' Apple Corps ou de certaines d'entre elles.

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.

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

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: Marie-Christine Lecerf ☎ (+352) 4303 3205

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