ARRÊT DU TRIBUNAL (troisième chambre)

14 juillet 2005 *

Dans l'affaire T-312/03,

Wassen International Ltd, établie à Leatherhead (Royaume-Uni), représentée par M. M. Edenborough, barrister, et M. S. Mayer, solicitor,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par Mmes S. Laitinen et M. Capostagno, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

* Langue de procédure: l'anglais.

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI étant

Stroschein Gesundkost GmbH, établie à Hambourg (Allemagne),

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'OHMI du 18 juin 2003 (affaire R 121/2002-4), relative à une procédure d'opposition entre Wassen International Ltd et Stroschein Gesundkost GmbH,

LE TRIBUNAL DE PREMIÈRE INSTANCE
DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES (troisième chambre),

composé de M. M. Jaeger, président, Mme V. Tiili et M. O. Czúcz, juges,

greffier: Mme B. Pastor, greffier adjoint,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 12 septembre 2003,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 18 décembre 2003,

à la suite de l'audience du 14 mars 2005,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 16 février 1999, Wassen International Ltd a présenté une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié.

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est la marque verbale SELENIUM-ACE.

3 Les produits et les services pour lesquels l'enregistrement de la marque a été demandé relèvent des classes 3 («cosmétiques; crèmes pour le visage; savons; crèmes et lotions contre le vieillissement»), 5 («compléments nutritionnels; vitamines et minéraux»), et 42 («salons de beauté») au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié.

4 La demande a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 81/99, du 11 octobre 1999.

5 Le 16 décembre 1999, Stroschein Gesundkost GmbH (ci-après l'«opposante») a formé une opposition, au titre de l'article 42 du règlement n° 40/94, à l'encontre de l'enregistrement de la marque demandée en se fondant sur l'enregistrement allemand n° 39 519 649, du 27 septembre 1995, de la marque figurative suivante:



6 Cette marque a été enregistrée pour les produits suivants, relevant aussi bien de la classe 5 que de la classe 30:

«Préparations non médicales et non pharmaceutiques à base d'amidon, de sels de calcium, de stéarate de magnésium et de levure, ou des combinaisons de ces éléments en tant que compléments alimentaires».

7 L'opposition était fondée sur tous les produits pour lesquels la marque antérieure était enregistrée et était dirigée contre les produits compris dans les classes 3 et 5 revendiqués dans la demande de marque communautaire. Le motif invoqué à l'appui de cette opposition était le risque de confusion visé par l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

8 Par décision du 30 novembre 2001, la division d'opposition a accueilli l'opposition et, par conséquent, a refusé l'enregistrement de la marque demandée. Elle a

considéré, en substance, que les signes en cause étaient visuellement très similaires et phonétiquement similaires ou même identiques. Vu l'identité des produits compris dans la classe 5 et certaines similitudes entre les produits compris dans la classe 3 revendiqués dans la demande de marque communautaire, d'une part, et les produits couverts par la marque antérieure, d'autre part, la division d'opposition a conclu qu'il existait un risque de confusion.

9 Le 30 janvier 2002, la requérante a introduit un recours auprès de l'OHMI à l'encontre de la décision de la division d'opposition.

10 Par décision du 18 juin 2003 (ci-après la «décision attaquée»), la quatrième chambre de recours a rejeté le recours. En substance, elle a considéré que les éléments verbaux étaient les éléments dominants de la marque antérieure et, plus particulièrement, que le terme «selenium» constituait l'élément le plus distinctif, que la séparation des lettres«a», «c» et «e», par des traits d'union n'altérait pas leur perception et que le terme «spezial» était perçu par les consommateurs comme une indication descriptive d'une ligne particulière de produits. Elle a conclu que la division d'opposition avait correctement estimé que les signes étaient similaires, que les produits étaient, selon les cas, identiques ou similaires, et avait conclu, à bon droit, à l'existence d'un risque de confusion pour tous les produits concernés.

Conclusions des parties

11 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— faire droit au recours;

— renvoyer le traitement de la demande de marque communautaire devant l'OHMI afin de permettre son enregistrement;

— annuler la décision de la division d'opposition;

— annuler la décision attaquée;

— condamner l'opposante aux dépens exposés par la requérante dans le cadre du présent recours, du recours devant la chambre de recours et de l'opposition devant la division d'opposition.

12 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

Sur la recevabilité de la demande tendant à ce que l'affaire soit renvoyée devant l'OHMI afin de permettre l'enregistrement

13 La requérante demande au Tribunal de renvoyer l'affaire devant l'OHMI et de lui adresser injonction d'enregistrer la marque communautaire en cause.

14 En vertu de l'article 63, paragraphe 6, du règlement n° 40/94, l'OHMI est tenu de prendre les mesures que comporte l'exécution de l'arrêt du juge communautaire. Dès lors, il n'appartient pas au Tribunal d'adresser d'injonction à l'OHMI. Il incombe, en effet, à ce dernier de tirer les conséquences du dispositif et des motifs du présent arrêt [arrêt du Tribunal du 27 février 2002, Streamserve/OHMI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec. p. II-723, point 18]. La présente demande est donc irrecevable.

Sur le fond

15 La requérante invoque un moyen unique à l'appui de son recours, tiré d'une violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Arguments des parties

16 La requérante fait valoir que la division d'opposition et la chambre de recours ont toutes deux commis des erreurs dans l'appréciation des deux marques en cause. Elle souligne qu'il y a lieu de procéder à une appréciation globale de la marque antérieure et de la marque communautaire, en prenant en considération les marques dans leur ensemble, y compris leurs éventuels éléments figuratifs. Il ne serait pas possible de limiter l'analyse à des éléments spécifiques de la marque, particulièrement lorsqu'il n'est produit aucun indice de nature à prouver que le public visé se fierait à certains éléments et que les marques en question sont composées de certains éléments qui n'ont isolément qu'un faible caractère distinctif, de sorte que le caractère distinctif des marques ne peut résulter que de leur appréciation globale.

17 La requérante estime qu'il était erroné d'ignorer les effets du terme «spezial», les traits d'union séparant les lettres «a», «c» et «e», ainsi que l'élément figuratif de la marque antérieure, car même si chacun de ces éléments pris isolément peut n'avoir qu'un effet limité, leur effet cumulé n'est pas négligeable dans le cadre d'une appréciation globale.

18 La requérante fait valoir que c'est à tort que la chambre de recours a considéré le terme «selenium» comme l'élément le plus distinctif au sein de la marque antérieure. Tant la division d'opposition que la chambre de recours auraient ignoré ou n'auraient pas pris suffisamment en considération le fait que l'achat des produits en question n'était pas fortuit, mais au contraire ne se faisait qu'après un examen minutieux des ingrédients composant les différents produits relevant des marques en question. Le public visé par ces produits ne s'intéresserait en outre qu'aux produits contenant du sélénium, sans accorder d'importance, voire en ignorant le fait que le terme «selenium» pouvait être le nom étranger ou le nom scientifique du produit désiré. Par conséquent, le terme «selenium» ne saurait être considéré par le public visé comme «suffisamment distinctif».

19 La requérante fait observer que, en l'absence d'espace ou de trait d'union entre les lettres «a», «c» et «e», il est naturel que le consommateur les prononce comme un mot, même si le terme ainsi formé ne fait pas partie de la langue maternelle du consommateur concerné. Partant, la marque antérieure serait composée du groupe de lettres «ace», prononcées séparément, tandis que la marque demandée contiendrait le terme «ace» prononcé comme un mot.

20 La requérante estime que, par conséquent, il y a lieu de comparer les marques en conflit se présentant de la manière suivante: SELENIUM-ACE, s'agissant de la marque demandée, et l'élément verbal «Selenium Spezial A-C-E» associé à un élément figuratif, pour ce qui concerne la marque antérieure. Même s'ils n'étaient que faiblement distinctifs, le terme «spezial» et l'élément figuratif devraient être pris en compte. De plus, le terme «selenium» serait également faiblement distinctif pour un consommateur désirant acheter un produit contenant du sélénium. En ce qui

concerne le terme «ace» et le groupe de lettres «ace» séparées par des traits d'union, la requérante estime que le premier est une invention, qui n'a probablement aucun sens pour le consommateur allemand moyen, et que le second est clairement constitué de simples lettres de l'alphabet.

21 La requérante en déduit que les éléments verbaux composant les marques en cause sont différents sur le plan phonétique, puisque la marque demandée comprend un terme scindé par un trait d'union et la marque antérieure deux termes associés à trois lettres séparées. Sur le plan visuel, les marques seraient également différentes, la marque antérieure comportant un élément figuratif et des lettres séparées et non le terme étranger ou inventé «ace». Sur le plan conceptuel, la marque proposée n'aurait pas d'autre sens que celui qui ressort du terme «selenium», qui serait l'élément recherché par le public visé, tandis que la marque antérieure aurait une signification supplémentaire liée au groupe de lettres «ace».

22 La requérante signale que l'Office allemand des marques et brevets a abouti à la même conclusion dans une décision du 21 août 2002. La division d'opposition et la chambre de recours auraient dû suivre cette décision selon laquelle les marques pouvaient être distinguées, même en cas d'identité des produits concernés.

23 Enfin, la requérante fait valoir que tant la division d'opposition que la chambre de recours ont indûment fait peser sur la requérante la charge de la preuve de l'absence de risque de confusion. Ce serait à l'opposante qu'il appartiendrait d'alléguer l'existence de ce risque et d'en apporter la preuve. Dans la présente affaire, l'opposante n'aurait produit aucun élément de nature à étayer son allégation selon laquelle il existait effectivement une confusion sur le marché allemand. Par conséquent, en l'absence de preuve dans un sens ou dans l'autre, la question aurait dû être résolue sur la base d'une comparaison hypothétique entre les marques en conflit.

24 L'OHMI soutient que la chambre de recours a considéré à juste titre qu'il y avait un risque de confusion en raison de la similitude des signes en cause, appréciés globalement, ainsi que de l'identité et de la similitude entre les produits visés.

Appréciation du Tribunal

25 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsqu'en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire sur lequel la marque antérieure est protégée. Par ailleurs, en vertu de l'article 8, paragraphe 2, sous a), ii), du règlement n° 40/94, il convient d'entendre par marques antérieures les marques enregistrées dans un État membre dont la date de dépôt est antérieure à celle de la demande de marque communautaire.

26 Selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant, d'entreprises liées économiquement.

27 Selon cette même jurisprudence, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou des services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment de l'interdépendance entre la similitude des signes et celle des produits ou des services désignés [voir arrêt du Tribunal du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec. p. II-2821, points 31 à 33, et la jurisprudence citée].

28 En l'espèce, la marque antérieure sur laquelle se fonde l'opposition est enregistrée en Allemagne. Par ailleurs, les produits en cause sont des produits de consommation courante. Partant, le public ciblé par rapport auquel il faut apprécier le risque de confusion est constitué des consommateurs moyens en Allemagne.

29 En outre, même si l'article 8 du règlement nº 40/94 ne contient pas de disposition semblable à celle de l'article 7, paragraphe 2, selon laquelle il suffit, pour refuser l'enregistrement d'une marque, qu'un motif absolu de refus n'existe que dans une partie de la Communauté, il y a lieu de considérer que la même solution doit être appliquée en l'espèce. Il s'ensuit que l'enregistrement doit également être refusé, même si le motif relatif de refus n'existe que dans une partie de la Communauté [arrêt du Tribunal du 3 mars 2004, Mülhens/OHMI – Zirh International (ZIRH), T-355/02, Rec. II-791, point 36].

30 C'est à la lumière de ces considérations qu'il y a lieu d'examiner la comparaison réalisée par la chambre de recours en ce qui concerne, d'une part, les produits concernés et, d'autre part, les signes en conflit.

Quant à la comparaison des produits

31 Tout d'abord, il convient d'observer que la requérante n'avance aucun argument concernant l'appréciation de la chambre de recours à cet égard. Par ailleurs, à la suite d'une question du Tribunal, la requérante a clarifié lors de l'audience, qu'elle n'a pas introduit de demande de limitation de sa demande de marque. Ensuite, il convient de rappeler que l'opposition était fondée sur tous les produits pour lesquels la marque antérieure était enregistrée et était dirigée contre les produits compris dans les classes 3 et 5 revendiqués dans la demande de marque. La chambre de

recours a considéré que les produits désignés par la marque demandée sont partiellement identiques aux produits désignés par la marque antérieure, et partiellement similaires. Dans ces conditions, il y a lieu de conclure que les produits revendiqués dans la demande de marque sont partiellement identiques aux produits désignés par la marque antérieure, et partiellement similaires.

Quant à la comparaison des signes

32 Ainsi qu'il ressort d'une jurisprudence constante, l'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants [voir arrêt du Tribunal du 14 octobre 2003, Phillips-Van Heusen/OHMI — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Rec. p. II-4335, point 47, et la jurisprudence citée].

33 Quant aux allégations de la requérante relatives à l'absence d'appréciation globale des marques en cause par la chambre de recours, il y a lieu de considérer que cette dernière a procédé à une évaluation analytique de chacun des éléments spécifiques des signes en cause et, ensuite, a interprété correctement les résultats obtenus au moyen d'une appréciation globale fondée sur une synthèse de toutes ces données.

34 À cet égard, il convient d'observer, premièrement, que, contrairement aux allégations de la requérante, la chambre de recours n'a ignoré ni les effets du terme «spezial», ni la séparation des lettres «a», «c» et «e» par des traits d'union, ni l'élément figuratif de la marque antérieure.

35 En effet, il convient de relever, d'abord, que la chambre de recours a considéré, à juste titre, que le terme «spezial» correspond à un adjectif allemand qui signifie «spécial» et qui est susceptible d'être perçu par les consommateurs du territoire de référence comme une indication descriptive d'une ligne particulière de produits.

36 Ensuite, il y a lieu d'indiquer que la chambre de recours a aussi examiné l'influence du groupe de lettres «ace». Elle a considéré que le public ciblé comprendrait probablement ces lettres comme une référence à d'autres substances contenues habituellement dans des compléments nutritionnels, telles que par exemple les vitamines. Par ailleurs, elle a estimé que la circonstance que ces lettres sont représentées avec ou sans traits d'union ne porte pas à conséquence, l'absence de signe de séparation n'étant pas susceptible, dans les circonstances de l'espèce, de changer de manière significative la perception que le consommateur pourrait avoir de ces trois lettres placées dans le même ordre.

37 Enfin, en ce qui concerne l'élément figuratif, la chambre de recours a observé, dans la décision attaquée, que, lorsqu'une marque est composée d'éléments verbaux et figuratifs, les premiers devraient, en principe, être considérés comme plus distinctifs que les seconds, car le consommateur moyen fera plus facilement référence au produit en cause en citant le nom qu'en décrivant l'élément figuratif de la marque. Elle considère à juste titre que ce raisonnement général pourrait s'appliquer raisonnablement en l'espèce. Selon la chambre de recours, il est raisonnable de considérer que le consommateur moyen percevra l'élément verbal comme la marque et l'élément figuratif comme un élément décoratif. Il peut aussi être relevé que l'élément figuratif se trouve en dessous des éléments verbaux, c'est-à-dire, dans une position moins visible.

38 Il s'ensuit que les arguments de la requérante tirés de ce que la chambre de recours n'aurait pas pris en considération les éléments autres que le terme «selenium» doivent être rejetés.

39 Il importe de relever, deuxièmement, que, dans la décision attaquée, la chambre de recours a considéré à juste titre que le terme «selenium» constituait l'élément dominant de la marque antérieure.

40 En effet, la marque antérieure étant composée d'éléments verbaux (les termes «selenium», «spezial» et le groupe de lettres «ace») et d'un élément figuratif, il convient de rappeler que la chambre de recours a estimé, à bon droit, que la partie verbale est plus distinctive que la partie figurative. Il convient d'ajouter que le terme «selenium» est un terme anglais correspondant au nom allemand «Selen», qui désigne un élément chimique. À cet égard, il y a lieu d'observer que, si les consommateurs de référence ne sont pas capables de comprendre que le terme «selenium» désigne un composant du produit qu'ils souhaitent acheter, ce terme sera particulièrement distinctif, puisqu'il sera perçu comme le nom du produit et non pas comme une indication décrivant son contenu. Par ailleurs, même si, comme l'observe la chambre de recours, il est possible que les consommateurs puissent identifier cet élément comme un composant des produits commercialisés sous la marque antérieure, il n'en demeure pas moins que, en vertu de sa position dans la marque antérieure, et comparé aux autres éléments du signe antérieur, le terme «selenium» joue un rôle prépondérant, lorsque le public pertinent identifie le signe et s'en souvient.

41 En effet, il y a lieu d'indiquer à cet égard que le terme «selenium» joue un rôle important dans l'appréciation visuelle et phonétique de la marque antérieure, compte tenu de sa position initiale, c'est-à-dire, à l'endroit le plus visible. Il est, pour cette raison, le premier à être perçu. Il importe en outre de rappeler que le terme «spezial» signifie «spécial» en allemand. Partant, la chambre de recours a pu, à juste titre, considérer que le public ciblé le percevrait comme un élément purement élogieux et descriptif. Enfin, la combinaison de lettres «ace» peut être perçue par les consommateurs comme faisant référence à certaines substances normalement contenues dans des compléments nutritionnels, tels que des vitamines.

42 Il s'ensuit que l'argument de la requérante tiré de l'erreur de la chambre de recours, en ce qu'elle a considéré le terme «selenium» comme l'élément le plus distinctif de la marque antérieure, doit être rejeté.

43 Il convient de relever, troisièmement, que la chambre de recours a procédé à une appréciation globale fondée sur une synthèse de toutes les données résultant de ses évaluations. Elle a pu ainsi considérer à juste titre que le signe demandé et le signe antérieur étaient très similaires, en ce que le premier reproduit presque intégralement l'élément verbal du dernier.

44 En effet, la chambre de recours a estimé à bon droit que les signes en conflit, pris dans leur ensemble, étaient similaires, leurs similitudes l'emportant sur leurs différences. Force est de constater que le signe antérieur est reproduit d'une manière quasi identique dans la demande de marque communautaire, les deux signes ne différant qu'au niveau des éléments les moins distinctifs du signe antérieur, à savoir, le terme «spezial», l'élément figuratif et les deux traits d'union séparant les trois lettres «a», «c» et «e», placées cependant selon un ordre identique dans le signe demandé. Par ailleurs, la marque demandée étant verbale, elle peut être utilisée par le demandeur avec n'importe quel caractère d'écriture, y compris celui utilisé par la marque antérieure. Il y a dès lors lieu de conclure que les signes en cause suscitent une impression d'ensemble similaire sur les plans visuel, phonétique et conceptuel.

45 Il s'ensuit que l'argument tiré de ce que la chambre de recours n'aurait pas procédé à une appréciation globale des marques en cause doit également être rejeté.

46 En ce qui concerne l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours a ignoré la décision de l'Office allemand des marques et brevets concernant les mêmes marques et les mêmes produits, en dépit du fait que la République fédérale d'Allemagne était le pays concerné par l'opposition, il suffit de rappeler que, selon la jurisprudence, le régime communautaire des marques est un système autonome, constitué d'un ensemble de règles et poursuivant des objectifs qui lui sont spécifiques, son application étant indépendante de tout système national [arrêt du Tribunal du 5 décembre 2000, Messe München/OHMI (electronica), T-32/00, Rec. p. II-3829, point 47]. Par conséquent, même si la chambre de recours peut tenir compte des décisions des autorités nationales, cette faculté ne peut pas conduire à décharger la chambre de recours de son obligation de mener sa propre appréciation sur le seul fondement de la réglementation communautaire pertinente. Dès lors, l'OHMI et, le cas échéant, le juge communautaire, ne sont pas liés par une décision intervenue au niveau d'un État membre. Il s'ensuit que l'argument de la requérante ne saurait prospérer.

47 Quant à l'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours a indûment fait peser sur elle la charge de la preuve de l'absence de risque de confusion, il convient de rappeler que, en vertu de l'article 74, paragraphe 1, in fine, du règlement nº 40/94, dans une procédure concernant des motifs relatifs de refus d'enregistrement, l'examen à effectuer par l'OHMI est limité aux moyens invoqués et aux demandes présentées par les parties. Il résulte de cette disposition que tant l'opposante que la requérante doivent présenter à l'OHMI des moyens à l'appui de leurs demandes respectives. À cet égard, il résulte de la décision de la division d'opposition que l'opposante a soutenu qu'il y avait un risque de confusion entre les marques en cause en raison de l'identité de leurs éléments distinctifs et parce que les produits couverts par la marque demandée, à savoir les produits des classes 5 et 3 sont respectivement identiques à ceux couverts par la marque antérieure et similaires. Il s'ensuit que l'opposante a présenté un moyen au soutien de son opposition, à savoir l'existence d'un risque de confusion, à l'appui duquel elle a avancé plusieurs arguments qui, par ailleurs, ont été pris en compte par l'OHMI, de sorte que ce dernier ne s'est pas fondé sur les seules allégations de la requérante. Par conséquent, l'argument de la requérante doit être rejeté.

48 Au regard des considérations qui précèdent, il convient de conclure que la chambre de recours n'a pas commis d'erreur d'appréciation lorsqu'elle a conclu qu'il existait un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, en raison, d'une part, de la similitude des signes en cause, appréciés globalement, et, d'autre part, de l'identité et de la similitude entre les produits couverts par les marques concernées. À cet égard, il convient de rappeler qu'un faible degré de similitude entre les marques peut être compensé par un degré élevé de similitude entre les produits ou services couverts, et inversement (voir arrêt de la Cour du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 19). En l'espèce, les produits sont partiellement identiques et partiellement similaires. Il résulte de cette identité et de cette similitude que les différences entre les signes en question sont atténuées dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion.

49 Dès lors, sans que le Tribunal ait à se prononcer sur la recevabilité de la demande de la requérante visant à l'annulation de la décision de la division d'opposition, il y a lieu de rejeter le moyen unique invoqué par la requérante et le recours dans son ensemble.

Sur les dépens

50 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens exposés par l'OHMI, conformément aux conclusions de celui-ci.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (troisième chambre)

déclare et arrête:

1) **Le recours est rejeté.**

2) **La requérante est condamnée aux dépens.**

Jaeger Tiili Czúcz

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 14 juillet 2005.

Le greffier

H. Jung

Le président

M. Jaeger