ARRÊT DU TRIBUNAL (deuxième chambre)

5 décembre 2002 *

Dans l'affaire T-91/01,

BioID AG, établie à Berlin (Allemagne), en liquidation judiciaire, représentée par M^e^ A. Nordemann, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M^me^ S. Bonne et M. G. Schneider, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

* Langue de procédure: l'allemand.

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 20 février 2001 (affaire R 538/1999-2), concernant l'enregistrement d'une marque figurative contenant l'acronyme BioID,

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

composé de MM. R. M. Moura Ramos, président, J. Pirrung et A. W. H. Meij, juges,

greffier: M. J. Plingers, administrateur,

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 11 juillet 2002,

rend le présent

Arrêt

1 Le 8 juillet 1998, le requérante, agissant sous son nom antérieur, à savoir D.C.S. Dialog Communication Systems AG, a présenté une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (ci-après l'«Office») 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. Cette demande a été reçue par l'Office le 10 juillet 1998.

2 La marque dont l'enregistrement est demandé est le signe reproduit ci-après:



3 Les produits et services pour lesquels l'enregistrement du signe est demandé relèvent des classes 9, 38 et 42 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. Ils correspondent à la description suivante, figurant dans la demande de marque:

— «Logiciels, matériel informatique et ses pièces, appareils optiques, acoustiques et électroniques et leurs pièces, tous les produits précités notamment pour et en rapport avec le contrôle d'autorisations d'accès, pour la communication entre ordinateurs et pour l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques», relevant de la classe 9;

— «Services de télécommunications; services de sécurité en rapport avec la communication entre ordinateurs, l'accès à des banques de données, les paiements électroniques, la vérification d'autorisations d'accès et l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques», relevant de la classe 38;

— «Mise à disposition de logiciels via Internet et d'autres réseaux de communication, entretien en ligne de programmes informatiques, création de programmes informatiques, tous les services précités notamment pour et en rapport avec le contrôle d'autorisations d'accès, pour la communication entre ordinateurs et pour l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques; développement technique de systèmes pour le contrôle d'autorisations d'accès, pour la communication entre ordinateurs ainsi que de systèmes pour l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques», relevant de la classe 42.

4 Par décision du 25 juin 1999, l'examinateur a rejeté la demande au titre de l'article 38 du règlement n° 40/94, au motif que la marque demandée était descriptive des produits concernés et dépourvue de tout caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c) et b), du règlement n° 40/94.

5 Le 20 août 1999, la requérante a formé un recours auprès de l'Office, au titre de l'article 59 du règlement n° 40/94, contre la décision de l'examinateur.

6 Par décision du 20 février 2001, qui a été notifiée à la requérante le 23 février 2001, la deuxième chambre de recours a rejeté le recours (ci-après la «décision attaquée»). En substance, la chambre de recours a considéré que l'acronyme BioID, lu dans son ensemble, constituait une abréviation des mots «biometric identification» (identification biométrique). Dès lors, la chambre de recours a estimé que la marque demandée, désignant des caractéristiques des produits et services visés dans la demande, devait être refusée à l'enregistrement en vertu de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94. En ce qui concerne la configuration graphique de la marque demandée, la chambre de recours a considéré que les éléments graphiques étaient négligeables et, partant, n'étaient pas de nature à conférer un caractère distinctif à la marque demandée.

7 Le 13 mars 2001, le changement du nom de la requérante en «BioID AG» a été enregistré au registre du commerce tenu par l'Amtsgericht Charlottenburg.

Procédure et conclusions des parties

8 Par requête déposée au greffe du Tribunal le 25 avril 2001, la requérante a introduit le présent recours. Le 6 août 2001, l'Office a déposé un mémoire en réponse.

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

— annuler la décision attaquée;

— ordonner à l'Office d'admettre la marque demandée à la publication;

— condamner l'Office aux dépens.

10 L'Office conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

11 La requérante ayant informé le Tribunal, lors de l'audience, de sa faillite, le président l'a invitée à déclarer, au plus tard pour le 15 septembre 2002, si elle entendait poursuivre la procédure. Par lettre du 13 septembre 2002, le syndic a déclaré reprendre l'instance introduite par la partie requérante. Par la suite, le président a clos la procédure orale.

12 Lors de l'audience, la requérante s'est désistée du deuxième chef de ses conclusions visant à ordonner à l'Office d'admettre la marque demandée à la publication, ce dont il a été pris acte par le Tribunal dans le procès-verbal de l'audience. Par ailleurs, elle a produit certaines pièces. L'Office ne s'est pas opposé à ce que ces pièces soient versées au dossier.

En droit

13 La requérante soulève deux moyens, tirés, respectivement, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), et de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Sur le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94

Arguments des parties

14 La requérante considère, de manière générale, qu'un faible degré de caractère distinctif suffit pour écarter le motif absolu de refus énoncé à l'article 7,

paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. Elle se réfère, à cet égard, aux points 39 et 40 de l'arrêt du Tribunal du 5 avril 2001, Bank für Arbeit und Wirtschaft/OHMI (EASYBANK) (T-87/00, Rec. p. II-1259).

15 En ce qui concerne l'acronyme BioID, la requérante considère que celui-ci n'est pas immédiatement descriptif des produits et services concernés, mais qu'il a seulement un caractère suggestif. En outre, la requérante affirme que l'acronyme en cause est un terme inventé, lequel ne figure pas dans les dictionnaires et n'est pas effectivement utilisé sauf, en tant que marque, par la seule requérante.

16 En effet, selon la requérante, même dans l'hypothèse où l'élément «ID» devrait être compris dans le sens d'«identification», l'acronyme BioID n'indiquerait pas de quelle manière cette identification s'opère. Tel est le cas, quel que soit le contenu sémantique retenu de l'élément «Bio» (exprimant, selon le cas, l'idée d'un rapport avec la vie en général ou avec la vie organique, ou celle d'un rapport avec la nature). Dans ce contexte, la requérante souligne le fait que les produits et services concernés, relevant du domaine de l'informatique, n'ont aucun rapport avec la biologie, la nature ou la vie organique.

17 Concernant la configuration graphique de la marque demandée, la requérante soutient que cette configuration revêt un caractère tellement particulier que, de ce seul fait, les milieux commerciaux visés percevront la marque demandée en tant que signe distinctif.

18 En outre, la requérante invoque le fait que l'acronyme BioID a été enregistré en Allemagne en tant que marque verbale pour les produits et services suivants: «logiciels enregistrés sur des supports de données de tout type; produits de l'imprimerie; télécommunications; création de programmes informatiques». Or,

selon la requérante, l'Office allemand des brevets et des marques applique de manière assez restrictive les motifs de refus résultant d'un défaut de caractère distinctif.

19 Enfin, la requérante se réfère à des décisions de l'Office admettant le caractère enregistrable d'autres marques verbales contenant le préfixe «bio», tels que BIOWIRE, BIOTAG, BIOWATT, BIOSELECT, BIOPLOT, BIOSPRINT, BIOTECT, BIOSLIM, BIOPRIME et BIOSTAR. Selon la requérante, ces décisions concernent des marques comparables à celle en cause en l'espèce et constituent, dès lors, des indices pour apprécier le caractère enregistrable de celle-ci.

20 L'Office considère que chacun des éléments dont l'acronyme BioID est composé est dépourvu de caractère distinctif par rapport aux produits et services visés dans la demande de marque et que la manière dont ces éléments sont combinés ne modifie pas cette appréciation. À cet égard, l'Office souligne que, le public pertinent étant un public spécialisé, anglophone ou disposant à tout le moins de connaissances de la langue anglaise, l'acronyme en cause sera perçu par ce public comme signifiant «biometric identification» (identification biométrique) et, partant, comme une indication se référant à l'espèce ou à la destination de ces produits et services. En outre, l'Office relève que l'expression «biometric identification» est effectivement utilisée, par les concurrents de la requérante, de façon générique.

21 Concernant la configuration graphique de la marque demandée, l'Office relève que cette configuration fait appel à une police de caractères standard largement répandue, à savoir la police Arial. En outre, l'Office expose que le fait que chacune des deux syllabes est représentée par des caractères d'épaisseur différente n'est pas de nature à modifier la perception globale du signe par le consommateur et que l'utilisation de majuscules dans la deuxième syllabe ne fait que renforcer le caractère descriptif du signe, étant donné que l'élément «ID», utilisé en général en tant qu'abréviation du mot «identification», sera directement reconnu en tant que telle. Dès lors, selon l'Office, la configuration graphique de la marque demandée n'altère pas le caractère descriptif de celle-ci et ne lui confère pas, en elle-même, un caractère distinctif.

Appréciation du Tribunal

22 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, sont refusées à l'enregistrement «les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif». En outre, l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 énonce que le «paragraphe 1 est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de la Communauté».

23 Ainsi qu'il ressort de la jurisprudence, les marques visées par l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sont, notamment, celles qui, du point de vue du public pertinent, sont communément utilisées, dans le commerce, dans le cadre de la présentation des produits ou des services concernés ou à l'égard desquelles il existe, à tout le moins, des indices concrets permettant de conclure qu'elles sont susceptibles d'être utilisées de cette manière. Par ailleurs, de telles marques ne permettent pas au public pertinent de répéter une expérience d'achat, si elle s'avère positive, ou de l'éviter, si elle s'avère négative, lors de l'acquisition ultérieure des produits ou des services en cause [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 27 février 2002, Rewe-Zentral/OHMI (LITE), T-79/00, Rec. p. II-705, point 26].

24 Partant, le caractère distinctif d'une marque ne peut être apprécié que, d'une part, par rapport aux produits ou services pour lesquels l'enregistrement est demandé et, d'autre part, par rapport à la compréhension qu'en a le public pertinent.

25 Quant au public pertinent, l'Office a exposé dans son mémoire en réponse qu'il s'agit d'un public «spécialisé et bien informé sur les produits qui existent sur le marché». La requérante, quant à elle, a contesté cette définition lors de l'audience en alléguant que les utilisateurs d'ordinateurs et du réseau internet en général font également partie du public pertinent. À la lumière de ces positions et eu égard aux gammes des produits et services concernés, le Tribunal considère que le public pertinent est en tout état de cause un public averti dans le domaine des produits et services en question.

26 Concernant la marque demandée, il convient de relever d'emblée que celle-ci ne contient pas seulement un élément verbal, à savoir l'acronyme BioID, mais également des éléments figuratifs, dépourvus, en tant que tels, de contenu sémantique, à savoir les caractéristiques typographiques que présente cet acronyme. En outre, elle contient deux éléments graphiques placés après l'acronyme BioID, à savoir un point (■) et un signe (®).

27 À cet égard, il y a lieu de relever que l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 ne fait pas de distinction entre différentes catégories de marques. Les critères d'appréciation du caractère distinctif des marques constituées par des éléments figuratifs ou par une combinaison d'éléments verbaux et figuratifs ne sont donc pas différents de ceux applicables aux autres catégories de marques. De plus, s'agissant d'une marque composée de plusieurs éléments (ci-après la «marque complexe»), il convient, aux fins de l'appréciation de son caractère distinctif, de la considérer dans son ensemble. Toutefois, cela n'est pas incompatible avec des examens successifs des différents éléments dont la marque est composée.

28 En premier lieu, concernant l'acronyme BioID, il y a lieu de relever que cet acronyme est composé de deux éléments («Bio» et «ID»). En langue anglaise, l'élément «ID» constitue une abréviation courante du substantif (identification), ainsi que la chambre de recours l'a démontré au point 16 de la décision attaquée. Quant au préfixe «Bio», celui-ci peut constituer soit l'abréviation d'un adjectif [biological (biologique), biometrical (biométrique)] soit l'abréviation d'un substantif [biology (biologie)]. Dès lors, l'acronyme BioID, étant composé d'abréviations faisant partie du lexique de la langue de référence, ne présente pas d'écart par rapport aux règles lexicales de cette langue et, partant, n'est pas inhabituel dans sa structure.

29 En outre, il y a lieu de considérer que, à la lumière des produits et services visés dans la demande de marque, le public pertinent comprend l'acronyme BioID dans le sens de «biometrical identification» (identification biométrique). À cet égard, sont dépourvues de pertinence les allégations de la requérante selon lesquelles l'élément «Bio», dans ses différentes significations, se rapporte à la notion de vie et non aux produits et services en cause.

30 En ce qui concerne, d'abord, les produits relevant des catégories dénommées «logiciels, matériel informatique et ses pièces, appareils optiques, acoustiques et électroniques et leurs pièces, tous les produits précités notamment pour et en rapport avec le contrôle d'autorisations d'accès, pour la communication entre ordinateurs et pour l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques» (classe 9), il convient de relever que l'identification biométrique d'êtres vivants implique, voire requiert, leur utilisation. Plus particulièrement, l'identification biométrique constitue une fonctionnalité technique de ces produits, certes parmi d'autres, et non seulement un domaine d'application. Par ailleurs, la demande de marque vise expressément, bien qu'à titre indicatif, l'utilisation de ces produits dans le contexte de méthodes basées sur l'identification biométrique. Dès lors, dans la perspective du public pertinent, l'acronyme BioID est perçu comme étant susceptible d'être communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation de ces produits.

31 Ensuite, quant aux services relevant de la catégorie dénommée «services de sécurité en rapport avec la communication entre ordinateurs, l'accès à des banques de données, les paiements électroniques, la vérification d'autorisations d'accès et l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques» (classe 38) et «développement technique de systèmes pour le contrôle d'autorisations d'accès, pour la communication entre ordinateurs, ainsi que de systèmes pour l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques» (classe 42), il convient de signaler que, dans la mesure où ces services sont effectués moyennant une identification biométrique ou visent le développement de systèmes pour de telles identifications, l'acronyme BioID se rapporte directement à une de leurs qualités, qui peut entrer en ligne de compte lors du choix de tels services opéré par le public pertinent. Partant, dans la perspective de ce public, l'acronyme BioID est également perçu comme étant susceptible d'être communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation de ces services.

32 Concernant, finalement, les services relevant des catégories dénommées «services de télécommunication» (classe 38) et «mise à disposition de logiciels via internet et d'autres réseaux de communication, entretien en ligne de programmes

informatiques, création de programmes informatiques, tous les services précités notamment pour et en rapport avec le contrôle d'autorisations d'accès, pour la communication entre ordinateurs et pour l'identification et/ou la vérification d'êtres vivants assistée par ordinateur et se basant sur un ou plusieurs signes biométriques spécifiques» (classe 42), il y a lieu de relever que ces services présentent un lien fonctionnel étroit avec les produits et services mentionnés aux points 30 et 31 ci-dessus. En outre, concernant les catégories de services relevant de la classe 42, la demande de marque indique expressément, bien qu'à titre indicatif, que ces services sont fournis dans le contexte de méthodes basées sur l'identification biométrique. Dans ces conditions, il y a lieu de considérer que l'acronyme BioID est également susceptible d'être communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation de ces services.

33 Par ailleurs, à supposer que l'acronyme BioID ne soit pas susceptible d'être communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation de tous les produits ou services relevant des catégories visées dans la demande de marque, il convient de relever que la requérante a demandé l'enregistrement de l'acronyme en cause pour l'ensemble de ces catégories sans faire de distinction entre les différents produits et services qui en relèvent. Dès lors, il y a lieu de confirmer l'appréciation de la chambre de recours en ce qu'elle porte sur ces catégories de produits et de services dans leur ensemble [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 7 juin 2001, DKV/OHMI (EuroHealth), T-359/99, Rec. p. II-1645, point 33].

34 Il s'ensuit que l'acronyme BioID, étant susceptible, dans la perspective du public pertinent, d'être communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation des produits et services relevant des catégories visées dans la demande de marque, est dépourvu de caractère distinctif en ce qui concerne ces catégories de produits et de services.

35 En second lieu, quant au signe figuratif constitué par les caractéristiques typographiques que présente l'acronyme BioID (caractères en police Arial, différence d'épaisseur des caractères pour chacune des deux syllabes Bio et ID), il ressort implicitement du point 21 de la décision attaquée que la chambre de

recours a considéré qu'une marque complexe est dépourvue de caractère distinctif, dès lors que l'élément verbal est descriptif pour les produits ou services concernés et que le poids relatif des éléments figuratifs est «négligeable» par rapport à celui de cet élément verbal.

36 À cet égard, il convient de relever que l'absence de caractère distinctif d'une marque complexe ne saurait être déterminée en fonction du poids relatif de certains des éléments qui la composent par rapport à celui de certains autres éléments de cette marque, dont l'absence de caractère distinctif est établie. En effet, une marque complexe ne saurait tomber sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 lorsqu'un seul des éléments dont elle est composée est distinctif par rapport aux produits ou services concernés. Or, tel peut être le cas, même si le seul élément distinctif de la marque complexe n'est pas dominant par rapport aux autres éléments composant cette marque. Partant, il n'est pas admissible de faire abstraction, aux fins de l'application de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, d'un élément d'une marque complexe. Par conséquent, les instances de l'Office ne sauraient se dispenser de l'examen de certains éléments d'une marque complexe au motif que leur poids serait négligeable par rapport à celui d'autres éléments. En revanche, il convient d'apprécier le caractère distinctif d'une marque complexe au vu de tous les éléments qui la composent.

37 Dès lors, il y a lieu, en l'espèce, d'examiner la question de savoir si les éléments figuratifs constitués par les caractéristiques typographiques que présente l'acronyme BioID sont dépourvus de caractère distinctif en ce qui concerne les catégories de produits et de services concernées. À cet égard, il ressort du mémoire en réponse de l'Office ainsi que des réponses que celui-ci a fournies, lors de l'audience, à des questions du Tribunal en ce sens, que les caractères en police Arial ainsi que des caractères d'une épaisseur différente sont communément utilisés, dans le commerce, pour la présentation de toutes sortes de produits et de services. Ces éléments figuratifs sont donc susceptibles d'être utilisés de cette manière également par rapport aux produits et services visés dans la présente demande de marque. Dans ces conditions, est dépourvue de pertinence l'allégation de la requérante, faite lors de l'audience, selon laquelle, du fait de

la présence de ces éléments, le public pertinent sera amené à interpréter la marque demandée en tant qu'indication d'origine. Partant, il y a lieu de considérer que les éléments figuratifs constitués par les caractéristiques typographiques que présente l'acronyme BioID sont dépourvus de caractère distinctif en ce qui concerne les produits et services en cause.

38 En ce qui concerne le point (■), la requérante, lors de l'audience, a elle-même déclaré que cet élément est communément utilisé en tant que dernier de plusieurs éléments d'une marque verbale, indiquant qu'il s'agit d'une abréviation.

39 Concernant, finalement, le signe (®) l'Office a déclaré, à juste titre, lors de l'audience, que la fonction de celui-ci se limite à indiquer qu'il s'agit d'une marque ayant été enregistrée pour un territoire déterminé et que, faute d'un tel enregistrement, l'emploi de cet élément graphique serait de nature à induire le public en erreur. Par ailleurs, il convient de constater que cet élément, en combinaison avec un ou plusieurs autres signes, est communément utilisé, dans le commerce, lors de la présentation de toutes sortes de produits et de services.

40 Dès lors, les éléments graphiques visés aux points 38 et 39 ci-dessus sont susceptibles d'être utilisés, dans le commerce, pour la présentation des produits et services visés dans la demande de marque et, partant, dépourvus de caractère distinctif en ce qui concerne ces produits et services.

41 Il s'ensuit que la marque demandée est constituée par une combinaison d'éléments dont chacun, étant susceptible d'être communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation des produits et services relevant des catégories visées dans la demande de marque, est dépourvu de caractère distinctif par rapport à ces produits et services.

42 De plus, il ressort de la jurisprudence que le fait qu'une marque complexe n'est composée que d'éléments dépourvus de caractère distinctif par rapport aux produits ou services concernés permet de conclure que cette marque, considérée dans son ensemble, est également susceptible d'être communément utilisée, dans le commerce, pour la présentation de ces produits ou services. Une telle conclusion ne saurait être infirmée que dans l'hypothèse où des indices concrets, tels que, notamment, la manière dont les différents éléments sont combinés, indiqueraient que la marque complexe, considérée dans son ensemble, représente davantage que la somme des éléments dont elle est composée (voir, dans le même sens, les conclusions du 31 janvier 2002 de l'avocat général M. Ruiz-Jarabo Colomer dans l'affaire C-363/99, Koninklijke KPN Nederland, encore pendante à la Cour, point 65).

43 En l'espèce, contrairement à ce que prétend la requérante, il n'apparaît pas qu'il existe des tels indices. En effet, la structure de la marque demandée, caractérisée, pour l'essentiel, par la combinaison d'un acronyme descriptif avec, d'une part, les caractéristiques typographiques décrites au point 37 ci-dessus et, d'autre part, les éléments graphiques indiqués aux points 38 et 39 ci-dessus, ne permet pas d'écarter la conclusion selon laquelle la marque, considérée dans son ensemble, est susceptible d'être communément utilisée, dans le commerce, pour la présentation des produits et des services relevant des catégories visées dans la demande de marque.

44 Dès lors, la marque demandée est dépourvue de caractère distinctif par rapport aux catégories de produits et services concernés.

45 La requérante a invoqué, dans sa requête, l'enregistrement de la marque verbale Bioid en Allemagne ainsi que, lors de l'audience, l'enregistrement, aux États-Unis, d'une marque figurative identique à celle en cause dans la présente affaire. À cet égard, il ressort de la jurisprudence que 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]. Dès lors, le caractère

enregistrable d'un signe en tant que marque communautaire ne doit être apprécié que sur le fondement de la réglementation communautaire pertinente. L'Office et, le cas échéant, le juge communautaire ne sont pas liés par une décision intervenue au niveau d'un État membre ou d'un pays tiers admettant le caractère enregistrable de ce même signe en tant que marque nationale. Tel est le cas même si une telle décision a été prise en application d'une législation nationale harmonisée en vertu de la directive 89/104.

46 Dès lors, les arguments de la requérante tirés de la seule existence des enregistrements effectués en Allemagne et aux États-Unis sont inopérants. Au surplus, la requérante n'a présenté aucun argument substantiel qui pourrait être dégagé de ces décisions nationales et invoqué à l'appui du moyen avancé.

47 Quant aux arguments de la requérante relatifs aux décisions des chambres de recours admettant le caractère enregistrable d'autres marques contenant l'élément «Bio», il convient d'observer que des motifs de fait ou de droit figurant dans une décision antérieure peuvent, certes, constituer des arguments à l'appui d'un moyen tiré de la violation d'une disposition du règlement n° 40/94. Néanmoins, force est de constater que, en l'espèce, la requérante n'a pas invoqué, quant à ces décisions, des motifs y figurant qui seraient susceptibles de mettre en cause l'appréciation donnée ci-dessus quant au caractère distinctif de la marque demandée.

48 Lors de l'audience, la requérante a en outre invoqué l'enregistrement, par l'Office, de la marque verbale Bioid pour les catégories de produits et de services dénommées «produits de l'imprimerie», «télécommunications» et «programmation pour ordinateurs». À cet égard, il convient de relever que, à la différence de ce que prétend apparemment la requérante, la marque figurative en cause en l'espèce et la marque verbale Bioid ne sont pas interchangeables et que, comme l'Office a souligné à juste titre, le fait, notamment, que, dans la marque verbale Bioid, les lettres «id» sont écrites en minuscules est de nature à la différencier, en ce qui concerne son contenu sémantique, de l'acronyme BioID tel qu'il figure dans la marque demandée.

49 Dès lors, le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 doit être rejeté en ce qui concerne toutes les catégories de produits et de services visées dans la demande de marque.

50 Dans ces conditions, il n'y a pas lieu d'examiner le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94. En effet, selon une jurisprudence bien établie, il suffit qu'un des motifs absolus de refus s'applique pour qu'un signe ne puisse être enregistré comme marque communautaire [arrêt du Tribunal du 31 janvier 2001, Sunrider/OHMI (VITALITE), T-24/00, Rec. p. II-449, point 28].

51 Par conséquent, il convient de rejeter le recours.

Sur les dépens

52 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure, 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'Office, conformément aux conclusions de celui-ci.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (deuxième chambre),

déclare et arrête:

1) **Le recours est rejeté.**

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

Moura Ramos Pirrung Meij

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 5 décembre 2002.

Le greffier

H. Jung

Le président

N. J. Forwood