ARRÊT DU TRIBUNAL (sixième chambre)

2 juillet 2009 *

Dans l'affaire T-414/07,

Européenne de traitement de l'information (Euro-Information), établie à Strasbourg (France), représentée par M[es] P. Greffe, M. Chaminade et L. Paudrat, avocats,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. O. Montalto et R. Bianchi, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la première chambre de recours de l'OHMI du 6 septembre 2007 (affaire R 290/2007-1), rejetant la demande

* Langue de procédure : le français.

d'enregistrement en tant que marque communautaire d'un signe représentant une main tenant une carte avec trois triangles,

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

composé de MM. A. W. H. Meij, président, V. Vadapalas (rapporteur) et L. Truchot, juges,

greffier : M. J. Palacio González, administrateur principal,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 19 novembre 2007,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 4 février 2008,

à la suite de l'audience du 10 octobre 2008,

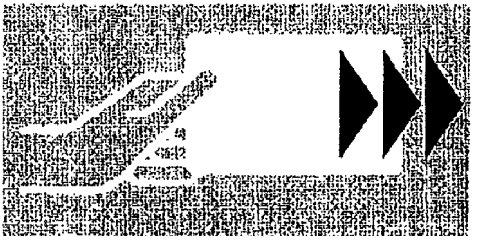
rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 10 juillet 2006, la requérante, l'Européenne de traitement de l'information (Euro-Information), 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) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil du 26 février 2009 sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1)].

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



3 Les produits et services pour lesquels l'enregistrement de la marque a été demandé relèvent des classes 9, 35 à 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, et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

— classe 9 : « Appareils pour l'enregistrement, la transmission, la reproduction du son ou des images, agendas électroniques, distributeurs automatiques, distributeurs de billets, de tickets, de relevés de comptes, d'extraits de comptes, automates de paiement, automates bancaires, caméras (appareils cinématographiques), caméras vidéo, cartes à mémoire ou à microprocesseur, cartes magnétiques, cartes magnétiques ou à microprocesseur d'identification, cartes magnétiques ou à microprocesseur de paiement, de crédit ou de débit, cassettes vidéo, cédéroms, lecteurs de code à barres, disques compacts (audio-vidéo), disques optiques compacts, détecteurs de fausse monnaie, disquettes souples, supports de données magnétiques, support de données optiques, écrans vidéo, appareils pour le traitement de l'information, appareils d'intercommunication, interfaces (informatiques), lecteurs (informatiques), logiciels (programmes enregistrés), logiciels destinés à la gestion de comptes, moniteurs (programmes d'ordinateurs), ordinateurs, périphériques d'ordinateurs, programmes d'ordinateurs enregistrés, programmes du système d'exploitation enregistrés (pour ordinateurs), postes radiotéléphoniques, récepteurs (audio, vidéo), appareils téléphoniques, téléphones portables, appareils de télévision, mécanismes à prépaiement pour appareils de télévision, appareils pour l'enregistrement de temps, transmetteurs (télécommunications), unités centrales de traitement (processeurs), programmes et matériels informatiques permettant d'offrir des services complets de banque, de société financière et d'assurance à distance, logiciels de paiement sécurisé pour réseau électronique de communication en ligne, appareils et instruments de paiement électronique, matériel informatique de paiement électronique, logiciels de transactions de paiement électronique, cartes de paiement électronique, dispositifs électriques et électroniques destinés à la gestion de transactions financières » ;

— classe 35 : « Services d'abonnement à des journaux (pour des tiers), aide à la direction des affaires, conseils en organisation et direction des affaires, consultation professionnelle d'affaires, expertises en affaires, informations d'affaires, rensei-

gnement d'affaires, estimation en affaires commerciales, analyse du prix de revient, diffusion d'annonces publicitaires, transcription de communications, comptabilité, consultation pour les questions du personnel, courrier publicitaire, courrier électronique publicitaire, diffusion de publicité sur un réseau électronique de communication en ligne, services d'information, d'assistance et de conseil administratifs et commerciaux pour la mise en œuvre de paiements sécurisés pour le commerce en ligne sur le réseau Internet, établissement de déclarations fiscales, démonstrations de produits, diffusion de matériel publicitaire (tracts, prospectus, imprimés, échantillons), études de marché, organisation d'expositions à buts commerciaux ou de publicité, recueil de données dans un fichier central, systématisation de données dans un fichier central, gestion de fichiers informatiques, tenue de livres, tenue de livres de comptes, recherche de marché, prévisions économiques, projets (aide à la direction des affaires), publication de textes publicitaires, publicité par correspondance, publicité radiophonique, publicité télévisée, établissement de relevés de comptes, services de réponse téléphonique (pour abonnés absents), services de secrétariat, information statistique, traitement de texte, vérification de comptes, organisation de concours (publicité ou promotion des ventes), opérations promotionnelles et publicitaires en vue de fidéliser la clientèle et le personnel, passation et réception de commandes de produits et de services par réseau Internet, Intranet et Extranet, gestion administrative de distributeurs automatiques, d'automates de paiement et d'automates bancaires » ;

— classe 36 : « Affaires immobilières, assurances, assurance contre les accidents, affacturage, affaires bancaires, affaires financières, affaires monétaires, agences de crédit, agences de recouvrement de créances, analyse bancaire, analyse financière, analyse monétaire, crédit-bail, évaluation (estimation) de biens immobiliers, émission de bons de valeur, caisse de prévoyance, constitution, investissement et placement de capitaux, services de cartes de crédit, services de cartes de débit, cautions (garanties), opérations de change, vérification des chèques, émissions de chèques de voyage, collecte de valeurs, opérations de change, collecte de valeurs, opérations de compensation (change), consultation en matière bancaire, consultation en matière financière, courtages en assurances, courtage en biens immobiliers, courtage en bourse, crédit, dépôt de valeurs, épargne, estimations et expertises financières (assurances, banques, immobilier), services fiduciaires, services de financement, informations financières, estimations fiscales, expertises fiscales, constitution, investissement et placement de fonds, transfert électronique de fonds, informations financières et bancaires, recouvrement de loyers, assurance maladie, assurance maritime, prêt sur nantissement, opérations financières, opérations monétaires, parrainage financier, prêt (finances), transactions financières, assurance sur la vie, gestion de comptes de valeurs, gestion de patrimoine, services

d'informations financières et bancaires en ligne, services d'informations financières et bancaires interactifs informatiques, services de paiement électronique, services de transfert électronique de valeurs, de fonds, de capitaux, d'actions, de devises et de tout autre titre financier, services de paiement en ligne sur un réseau électronique de communication, courtage et transactions sur un réseau électronique de communication en ligne » ;

— classe 37 : « Services d'installation, de maintenance et de réparation » ;

— classe 38 : « Télécommunications, agences d'informations (nouvelles) notamment dans le secteur bancaire, communications par terminaux d'ordinateurs, communications radiophoniques, communications téléphoniques, communications télévisuelles, expédition de dépêches, transmission de dépêches, diffusion de programmes de télévision, émissions radiophoniques, émissions télévisées, informations en matière de télécommunications, location d'appareils pour la transmission de messages, location de téléphones, messagerie électronique, transmission de messages, transmission de messages et d'images assistée par ordinateur, radiotéléphonie mobile, transmission par satellite, services téléphoniques, transmission d'informations par réseaux Internet, Intranet et Extranet, services de transmission d'informations interactifs informatiques, transmission d'informations provenant d'une banque de données informatique, services internationaux de transmission de données entre systèmes informatiques mis en réseau, transmissions d'informations en ligne, transmission et réception d'informations, de messages, d'images et de sons via téléphones fixes, mobiles, ordinateurs, micro-ordinateurs ou systèmes vidéo, services de télécommunication par courrier électronique et par vidéotexte, services de télécommunication offrant l'accès à des services complets de banque, de société de financement et d'assurance à distance, fourniture d'accès en ligne à une base de données financière, location de temps d'accès à un centre serveur de base de données (services informatiques), location de temps d'accès à un ordinateur pour la manipulation de données » ;

— classe 42 : « Services juridiques, analyse pour l'implantation de systèmes d'ordinateur, services d'arbitrage, reconstitution de bases de données, services de

contentieux, études de projets techniques, expertises (travaux d'ingénieurs), location de logiciels informatiques, location d'ordinateurs, élaboration (conception) de logiciels, mise à jour de logiciels, maintenance de logiciels d'ordinateurs, programmation pour ordinateurs, assistance légale (tutelles), gérance de droit de propriété industrielle, dépôt et gestion de marques, de dessins et de modèles, services de réservation et d'enregistrement de noms de domaine, services de gestion de noms de domaine, services d'informations juridiques en ligne, services d'informations juridiques interactifs informatiques, services d'élaboration et de développement de systèmes de paiement électronique et de sécurité de transactions financières sur le réseau Internet ou sur tout autre réseau informatique, services de programmation informatique d'accès à un système de gestion de distributeurs automatiques, d'automates de paiement et d'automates bancaires ».

4 Par décision du 18 décembre 2006, l'examinateur a rejeté cette demande d'enregistrement sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009], uniquement pour les produits et les services suivants (ci-après les « produits et services concernés ») :

— classe 9 : « Distributeurs automatiques, distributeurs de billets, de tickets, de relevés de comptes, d'extraits de comptes, automates de paiement, automates bancaires, cartes à mémoire ou à microprocesseur, cartes magnétiques, cartes magnétiques ou à microprocesseur d'identification, cartes magnétiques ou à microprocesseur de paiement, de crédit ou de débit, supports de données magnétiques, appareils pour le traitement de l'information, appareils d'intercommunication, interfaces (informatiques), lecteurs (informatiques), logiciels (programmes enregistrés), logiciels destinés à la gestion de comptes, moniteurs (programmes d'ordinateurs), ordinateurs, périphériques d'ordinateurs, programmes d'ordinateurs enregistrés, programmes du système d'exploitation enregistrés (pour ordinateurs), unités centrales de traitement (processeurs), programmes et matériels informatiques permettant d'offrir des services complets de banque, de société financière et d'assurance à distance, logiciels de paiement sécurisé pour réseau électronique de communication en ligne, appareils et instruments de paiement électronique, matériel informatique de paiement électronique, logiciels de transactions de paiement électronique, cartes de paiement électronique, dispositifs électriques et électroniques destinés à la gestion de transactions financières » ;

— classe 35 : « Gestion administrative de distributeurs automatiques, d'automates de paiement et d'automates bancaires » ;

— classe 36 : « Affaires bancaires, affaires financières, affaires monétaires, agences de crédit, caisse de prévoyance, services de cartes de crédit, services de cartes de débit, opérations de change, collecte de valeurs, opérations de compensation (change), consultation en matière bancaire, consultation en matière financière, crédit, dépôt de valeurs, épargne, informations financières, constitution, investissement et placement de fonds, transfert électronique de fonds, informations financières et bancaires, opérations financières, opérations monétaires, prêt (finances), transactions financières, gestion de comptes de valeurs, gestion de patrimoine, services d'informations financières et bancaires en ligne, services d'informations financières et bancaires interactifs informatiques, services de paiement électronique, services de transfert électronique de valeurs, de fonds, de capitaux, d'actions, de devises et de tout autre titre financier, services de paiement en ligne sur un réseau électronique de communication, courtage et transactions sur un réseau électronique de communication en ligne » ;

— classe 38 : « Télécommunications, communications par terminaux d'ordinateurs, messagerie électronique, transmission de messages, transmission de messages et d'images assistée par ordinateur, transmission d'informations par réseaux Internet, Intranet et Extranet, services de transmission d'informations interactifs informatiques, transmission d'informations provenant d'une banque de données informatique, services internationaux de transmission de données entre systèmes informatiques mis en réseau, transmissions d'informations en ligne, transmission et réception d'informations, de messages, d'images et de sons via ordinateurs, micro-ordinateurs ou systèmes vidéo, services de télécommunication par courrier électronique et par vidéotexte, services de télécommunication offrant l'accès à des services complets de banque, de société de financement et d'assurance à distance, fourniture d'accès en ligne à une base de données financière, location de temps d'accès à un centre serveur de base de données (services informatiques), location de temps d'accès à un ordinateur pour la manipulation de données » ;

— classe 42 : « Services d'élaboration et de développement de systèmes de paiement électronique et de sécurité de transactions financières sur le réseau Internet ou sur tout autre réseau informatique, services de programmation informatique d'accès à un système de gestion de distributeurs automatiques, d'automates de paiement et d'automates bancaires ».

5 Le 15 février 2007, la requérante a formé, conformément aux articles 57 à 62 du règlement nº 40/94 [devenus articles 58 à 64 du règlement nº 207/2009], un recours auprès de l'OHMI contre la décision de l'examinateur.

6 Par décision du 6 septembre 2007 (ci-après la « décision attaquée »), la première chambre de recours de l'OHMI a rejeté ce recours sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009], au motif que le signe demandé ne présentait pas de caractère distinctif s'agissant des produits et des services concernés. Selon la chambre de recours, cette marque sera perçue par le public pertinent comme une indication utilitaire, une marche à suivre ou une manière de procéder pour effectuer une transaction impliquant l'utilisation d'une carte bancaire ou autre.

Conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée ;

— ordonner à l'OHMI de faire procéder à l'enregistrement de la marque demandée.

8 Lors de l'audience, la requérante a complété ses conclusions en demandant que l'OHMI soit condamné aux dépens.

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

— rejeter le recours ;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

Sur la recevabilité du deuxième chef de conclusions de la requérante

10 Par son deuxième chef de conclusions, la requérante demande au Tribunal d'enjoindre à l'OHMI de procéder à l'enregistrement de la marque demandée. À cet égard, il

convient de rappeler que, conformément à l'article 63, paragraphe 6, du règlement nº 40/94 [devenu article 65, paragraphe 6, du règlement nº 207/2009], 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 à l'OHMI une injonction. Il incombe à celui-ci de tirer les conséquences du dispositif et des motifs du présent arrêt [voir, en ce sens, arrêts du Tribunal du 31 janvier 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OHMI (Giroform), T-331/99, Rec. p. II-433, point 33, et du 27 février 2002, Eurocool Logistik/OHMI (EUROCOOL), T-34/00, Rec. p. II-683, point 12]. Le deuxième chef de conclusions de la requérante est donc irrecevable.

Sur le fond

11 À l'appui de son recours, la requérante invoque un moyen unique, tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009].

Arguments des parties

12 La requérante fait valoir qu'aucun des éléments de la marque dont l'enregistrement a été demandé, c'est-à-dire la représentation stylisée d'une main, la figure rectangulaire de couleur blanche tenue par la main et la succession de trois triangles, pris isolément ou en combinaison, ne permet de déduire que cette marque constituerait l'indication d'une « marche à suivre » ou d'une « manière de procéder » pour effectuer « une transaction impliquant l'utilisation d'une carte bancaire », ainsi que la chambre de recours l'a affirmé dans la décision attaquée.

13 Premièrement, la requérante conteste l'exactitude de l'appréciation de la chambre de recours, selon laquelle la figure rectangulaire de couleur claire tenue par la main figurant sur le signe en cause serait une carte bancaire.

14 Ainsi, il ne serait pas correct d'affirmer que la marque demandée est dénuée de caractère distinctif à l'égard d'une partie des produits et des services relevant des classes 9, 35 et 42, dans la mesure où ces produits et services seraient nécessairement liés à l'utilisation de cartes de paiement électronique et à la réalisation de transactions par le biais de ces cartes, ainsi qu'à l'égard des services relevant des classes 36 et 38, parce que ladite marque véhiculerait le message selon lequel les consommateurs pourraient réaliser ces opérations par le biais de cartes électroniques ou magnétiques.

15 Deuxièmement, la requérante fait valoir que la combinaison consistant en une main tenant une figure rectangulaire de couleur claire constitue un élément distinctif au regard de certains produits et services concernés, du fait de la représentation stylisée, de la disposition et de l'ordonnancement de la main et de la figure rectangulaire.

16 Or, selon la requérante, la chambre de recours va au-delà des éléments constituant la marque demandée et de l'énoncé des produits et des services concernés afin de tenter d'établir un lien entre certains éléments de la marque demandée et les produits et services concernés. De plus, elle ignorerait l'existence de la combinaison des trois triangles, qui constituerait un des éléments distinctifs et dominants de la marque demandée. Or, cet élément serait inhabituel et arbitraire pour les produits et services concernés et permettrait d'identifier ceux de la requérante par rapport à ceux de ses concurrents.

17 D'une part, selon la requérante, les éléments de la marque demandée, pris isolément ou ensemble, sont totalement distinctifs à l'égard des produits et des services suivants :

— classe 9 : « Supports de données magnétiques, appareils pour le traitement de l'information, appareils d'intercommunication, interfaces (informatiques), lecteurs (informatiques), logiciels (programmes enregistrés), moniteurs (programmes d'ordinateurs), ordinateurs, périphériques d'ordinateurs, programmes d'ordinateurs enregistrés, programmes du système d'exploitation enregistrés (pour ordinateurs), unités centrales de traitement (processeurs), logiciels de paiement sécurisé pour réseau électronique de communication en ligne, appareils et instruments de paiement électronique, matériel informatique de paiement électronique, logiciels de transactions de paiement électronique » ;

— classe 36 : « Agences de crédit, caisse de prévoyance, crédit, épargne, constitution, investissement et placement de fonds, prêt (finances), gestion de comptes de valeurs, gestion de patrimoine, services de paiement électronique, services de paiement en ligne sur un réseau électronique de communication » ;

— classe 38 : « Télécommunications, communications par terminaux d'ordinateurs, messagerie électronique, transmission de messages, transmission de messages et d'images assistée par ordinateur, transmission d'informations par réseaux Internet, Intranet et Extranet, services de transmission d'informations interactifs informatiques, transmission d'informations provenant d'une banque de données informatique, services internationaux de transmission de données entre systèmes informatiques mis en réseau, transmissions d'informations en ligne, transmission et réception d'informations, de messages, d'images et de sons via ordinateurs, micro-ordinateurs ou systèmes vidéo, services de télécommunication par courrier électronique et par vidéotexte, location de temps d'accès à un centre serveur de base de données (services informatiques), location de temps d'accès à un ordinateur pour la manipulation de données » ;

— classe 42 : « Services d'élaboration et de développement de systèmes de paiement électronique et de sécurité de transactions financières sur le réseau Internet ou sur tout autre réseau informatique ».

18 Pris isolément, les éléments représentant une main stylisée, une figure rectangulaire de couleur claire tenue par la main et la succession de trois triangles, qui, dans leur ensemble, constitueraient également une combinaison distinctive et arbitraire, seraient distinctifs au regard des produits et des services susmentionnés, ce qui permettrait de constater qu'il n'existerait aucun impératif de disponibilité de la combinaison de ces éléments pour ces produits et services.

19 Rien ne permettrait, ainsi, de conclure que la marque en cause serait communément utilisée dans le commerce en rapport avec de tels produits et services.

20 D'autre part, la marque dont l'enregistrement a été demandé, prise dans son ensemble, serait distinctive pour les produits et services suivants :

— classe 9 : « Distributeurs automatiques, distributeurs de billets, de tickets, de relevés de comptes, d'extraits de comptes, automates de paiement, automates bancaires, cartes à mémoire ou à microprocesseur, cartes magnétiques, cartes magnétiques ou à microprocesseur d'identification, cartes magnétiques ou à microprocesseur de paiement, de crédit ou de débit, logiciels destinés à la gestion de comptes, programmes et matériels informatiques permettant d'offrir des services complets de banque, de société financière et d'assurance à distance, cartes de paiement

électronique, dispositifs électriques et électroniques destinés à la gestion de transactions financières » ;

— classe 35 : « Gestion administrative de distributeurs automatiques, d'automates de paiement et d'automates bancaires » ;

— classe 36 : « Affaires bancaires, affaires financières, affaires monétaires, services de cartes de crédit, services de cartes de débit, opérations de change, collecte de valeurs, opérations de compensation (change), consultation en matière bancaire, consultation en matière financière, dépôt de valeurs, informations financières, transfert électronique de fonds, informations financières et bancaires, opérations financières, opérations monétaires, transactions financières, services d'informations financières et bancaires en ligne, services d'informations financières et bancaires interactifs informatiques, services de transfert électronique de valeurs, de fonds, de capitaux, d'actions, de devises et de tout autre titre financier, courtage et transactions sur un réseau électronique de communication en ligne » ;

— classe 38 : « Services de télécommunication offrant l'accès à des services complets de banque, de société de financement et d'assurance à distance, fourniture d'accès en ligne à une base de données financière » ;

— classe 42 : « Services de programmation informatique d'accès à un système de gestion de distributeurs automatiques, d'automates de paiement et d'automates bancaires ».

21 La requérante fait observer que, même si certains éléments composant la marque demandée pourraient éventuellement évoquer le domaine auquel appartiennent les

produits et les services susmentionnés, force est de constater que la représentation d'une succession de trois triangles est distinctive et arbitraire au regard de l'ensemble de ces produits et services. Ainsi, il n'existerait aucun impératif de disponibilité de cet élément pour ces produits et services.

22 En outre, rien ne permettait de conclure que cet élément serait communément utilisé dans le commerce en rapport avec de tels produits et services. Dès lors, la succession de trois triangles combinée aux autres éléments composant la marque en cause serait distinctive à l'égard de ces produits et services.

23 Troisièmement, la requérante fait observer que la succession de trois triangles de couleur sombre orientés vers la droite, dont deux sont représentés en superposition sur la figure rectangulaire, constitue un des éléments distinctifs et dominants à l'égard de l'ensemble des produits et des services concernés.

24 En effet, les trois triangles de couleur noire, dont le graphisme serait inhabituel et arbitraire par rapport aux produits et aux services concernés, seraient visuellement prépondérants et confèreraient à la marque, dans son ensemble, une impression toute particulière, qui permettrait aux consommateurs de la garder en mémoire et de la distinguer des marques de ses concurrents.

25 La requérante fait valoir que rien ne permet de conclure que la marque en cause est communément utilisée dans le commerce en rapport avec les produits et services concernés. Elle permettrait au public pertinent de distinguer sans confusion possible les produits et les services du titulaire de la marque de ceux qui ont une autre provenance commerciale.

26 La requérante soutient qu'elle a démontré l'usage intensif, avant le dépôt de la demande d'enregistrement, d'un logo composé de trois triangles orientés vers la droite. En effet, elle aurait produit un exemplaire du papier à en-tête, deux factures et un extrait de son site Internet. Selon elle, le public établira nécessairement un lien entre elle et la marque demandée, qui reprend intégralement ce logo.

27 La requérante fait également valoir que le caractère distinctif intrinsèque de la marque demandée est avéré, dans la mesure où cette marque a été exploitée de manière intensive avant le dépôt de la demande d'enregistrement. Des banques, auxquelles elle serait liée, en auraient fait usage sur leurs distributeurs de billets, ainsi que l'attesteraient une photographie prise en 2005 à Thionville (France) et un document intitulé « Euro Automatic Cash- Supports et déploiements sur GABs CEE-SE-IDF-SMB », de juin 2006, qu'elle a produits au cours de la procédure devant l'OHMI. Elle soutient par conséquent qu'un tel usage est de nature à conférer à la marque demandée un surplus de caractère distinctif et que la connaissance, par le public pertinent, de cette marque est susceptible de renforcer son caractère distinctif.

28 Enfin, la requérante souligne que l'OHMI a déjà accepté l'enregistrement de marques comparables à la marque demandée.

29 L'OHMI conteste le bien-fondé des arguments exposés par la requérante.

Appréciation du Tribunal

30 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009] sont refusées à l'enregistrement les « marques qui sont dépourvues de caractère distinctif ».

31 Selon une jurisprudence constante, le caractère distinctif d'une marque doit être apprécié, d'une part, par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement a été demandé et, d'autre part, par rapport à la perception qu'en a le public concerné, qui est constitué par le consommateur moyen desdits produits ou services, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (arrêts de la Cour du 29 avril 2004, Henkel/OHMI, C-456/01 P et C-457/01 P, Rec. p. I-5089, point 35, et du 22 juin 2006, Storck/OHMI, C-25/05 P, Rec. p. I-5719, point 25).

32 Il convient de rappeler que les marques visées par l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009] sont, notamment, celles qui, du point de vue du public pertinent, sont communément utilisées, dans le commerce, pour 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, les signes visés par cette disposition sont incapables d'exercer la fonction essentielle de la marque, à savoir celle d'identifier l'origine du produit ou du service, afin de permettre au consommateur qui acquiert le produit ou le service que la marque désigne de faire, lors d'une acquisition ultérieure, le même choix si l'expérience s'avère positive ou de faire un autre choix si elle s'avère négative [arrêts du Tribunal du 3 décembre 2003, Nestlé Waters France/OHMI (Forme d'une bouteille), T-305/02, Rec. p. II-5207, point 28 ; du 31 mars 2004, Fieldturf/OHMI (LOOKS LIKE GRASS… FEELS LIKE GRASS… PLAYS LIKE GRASS), T-216/02, Rec. p. II-1023, points 23 et 24, et du 24 novembre 2004, Henkel/OHMI (Forme d'un flacon blanc et transparent), T-393/02, Rec. p. II-4115, point 30].

33 La requérante ne conteste pas la conclusion de la chambre de recours quant au public pertinent. Le contrôle de l'appréciation par la chambre de recours du caractère distinctif de la marque demandée sera, par conséquent, opéré en prenant en considération le consommateur européen moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, auquel il est fait référence au point 15 de la décision attaquée.

34 La requérante ne conteste pas que la marque demandée correspond à une représentation graphique constituée par la représentation stylisée d'une main, d'une figure rectangulaire de couleur claire tenue par la main et d'une succession de trois triangles de couleur sombre, orientés vers la droite, dont deux sont représentés en superposition sur la figure rectangulaire.

35 En ce qui concerne l'appréciation du caractère distinctif de la marque demandée, allégué par la requérante du fait d'une représentation stylisée des éléments composant celle-ci, il convient d'examiner si, au regard de l'impression d'ensemble produite par la combinaison de sa forme, de ses couleurs et de ses dessins, la marque demandée peut être perçue par le public pertinent comme une indication de son origine commerciale.

36 À cet égard, il convient de rejeter, tout d'abord, l'argument de la requérante tendant à dissocier les différents éléments composant la marque demandée et à apprécier leur caractère distinctif de manière isolée. En effet, l'examen du caractère distinctif de la marque demandée doit porter sur l'impression d'ensemble qu'elle produit et non sur chacun des éléments qui la compose, pris séparément [voir, en ce sens, arrêts de la Cour du 15 septembre 2005, BioID/OHMI, C-37/03 P, Rec. p. I-7975, point 29, et du 8 mai 2008, Eurohypo/OHMI, C-304/06 P, Rec. p. I-3297, point 41].

37 Or, ainsi que la chambre de recours l'a relevé à bon droit, compte tenu des produits et des services concernés, la représentation d'une main tenant un figure rectangulaire ayant l'apparence d'une carte, accompagnée de trois triangles orientés dans la même direction, sera perçue par le public pertinent comme une indication utilitaire, visant à indiquer la marche à suivre pour utiliser une carte afin de procéder à une transaction, et non comme une indication de l'origine commerciale des produits et des services concernés. En effet, le consommateur moyen est quotidiennement confronté à ce type d'indication utilitaire dans des endroits divers, tels que les banques, supermarchés, gares, aéroports, parkings et cabines téléphoniques.

38 Il y a lieu de constater que la requérante n'a avancé aucun argument permettant de remettre en cause le bien-fondé de cette appréciation. Bien que la requérante conteste le fait que la figure rectangulaire de couleur claire puisse être perçue comme une carte magnétique ou une carte à puce, il convient de considérer que le contexte dans laquelle celle-ci s'inscrit, à savoir la main stylisée qui la tient et les trois triangles orientés, ainsi que les produits et services concernés, ne laisse subsister aucune incertitude quant à la perception de ce signe par le public pertinent.

39 De même, il convient d'observer que l'ensemble composé par les trois triangles de couleur noire, du fait de son intégration dans le signe en cause, ne possède pas le caractère distinctif allégué par la requérante, car il est perçu par le public pertinent comme comprenant des flèches directionnelles ayant une fonction utilitaire, à savoir celle d'indiquer l'endroit où la carte magnétique doit être insérée dans le distributeur. Ainsi, lesdits triangles ne sont distinctifs à l'égard d'aucune des classes des produits et des services concernés. Dès lors, il n'y pas lieu d'examiner séparément les autres éléments de la marque demandée.

40 En outre, il convient de relever que la chambre de recours a considéré à bon droit que sa conclusion relative à l'absence de caractère distinctif de la marque demandée s'appliquait, ainsi qu'elle l'a démontré en détail aux points 19 à 22 de la décision attaquée, à tous les produits et services concernés, lesquels sont liés à l'utilisation des cartes de paiement électronique et à la réalisation de transactions impliquant l'utilisation de telles cartes, tels les paiements électroniques via une carte magnétique (classe 9), à la gestion administrative des distributeurs automatiques (classe 35), aux systèmes de paiement électronique sur les réseaux informatiques (classe 42), à la commercialisation de cartes magnétiques de paiement et aux transactions grâce à l'utilisation desdites cartes (classe 36), ou encore aux procédés de télécommunications et de transmission d'informations électroniques agissant comme une sorte de messages selon lesquels ces services peuvent être obtenus moyennant l'utilisation d'une carte magnétique (classe 38).

41 À cet égard, il y a lieu en particulier de constater que la requérante est restée en défaut de démontrer que la chambre de recours a commis une erreur en considérant, aux points 19 à 22 de la décision attaquée, que, compte tenu des produits et des services concernés, la marque demandée serait perçue par le public pertinent comme étant directement et nécessairement liée à la réalisation de transactions de paiement électronique via une carte magnétique.

42 Au vu de ce qui précède, il convient de considérer que la chambre de recours a considéré à bon droit que, au regard de l'impression d'ensemble qui se dégage de la combinaison des différents éléments composant le signe demandé, celui-ci ne permettrait pas au public pertinent d'identifier l'origine commerciale des produits et des services concernés, lorsqu'il serait appelé à arrêter son choix lors d'un achat.

43 La requérante fait encore valoir que le caractère distinctif de la marque demandée se trouve renforcé en raison, d'une part, de l'usage qui a été fait de l'élément représentant une succession de trois triangles orientés vers la droite en tant que logo de la requérante figurant sur son papier à en-tête, sur ses factures et sur son site Internet et, d'autre part, de l'usage qui a été fait de la marque demandée, antérieurement au dépôt de la demande d'enregistrement de la marque, par un groupe bancaire, dont elle fait partie, notamment sur les guichets automatiques de la banque CIC, dans un premier temps, et de l'ensemble du groupe, par la suite.

44 À cet égard, il convient de relever, tout d'abord, que la requérante n'invoque pas une violation de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009], selon lequel les motifs absolus de refus d'enregistrement visés à l'article 7, paragraphe 1, sous b), c) et d), dudit règlement [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), c) et d) du règlement nº 207/2009] ne s'opposent pas à l'enregistrement d'une marque si celle-ci a acquis, pour les produits et les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé, un caractère distinctif après l'usage qui en a été fait. Or, il importe de souligner que, aux fins d'échapper au motif absolu de refus visé à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009], la requérante ne saurait faire

valoir que la marque demandée se serait vue conférer « un surplus » de caractère distinctif ou encore que ce dernier aurait été renforcé du fait de l'usage qui en aurait été fait. Dès lors que la marque demandée ne dispose pas de caractère distinctif intrinsèque, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009], ce signe ne saurait être admis à l'enregistrement que si les conditions de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 sont satisfaites [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009].

45 Par conséquent, dans la mesure où la requérante allègue tout au plus que la marque demandée a un caractère distinctif intrinsèque suffisant, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009], en raison de l'usage, d'une part, du logo constitué de trois triangles, qui entre dans sa composition, et, d'autre part, de la marque demandée elle-même, il y a lieu de rejeter ce grief.

46 Pour autant que la requérante ait néanmoins voulu alléguer que la marque demandée doit être admise à l'enregistrement en vertu de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009], il y a lieu de rappeler qu'il ressort de la jurisprudence relative à l'interprétation de l'article 3, paragraphe 3, de la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 1989, L 40, p. 1), dont le contenu normatif est, en substance, identique à celui de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009], que l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage de la marque exige qu'au moins une fraction significative du public pertinent identifie, grâce à la marque, les produits ou les services concernés comme provenant d'une entreprise déterminée [voir, en ce sens, arrêts de la Cour du 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 et C-109/97, Rec. p. I-2779, point 52, et du 18 juin 2002, Philips, C-299/99, Rec. p. I-5475, point 61 ; voir, également, s'agissant du règlement nº 40/94, arrêts du Tribunal du 29 avril 2004, Eurocermex/OHMI (Forme d'une bouteille de bière), T-399/02, Rec. p. II-1391, point 42, et du 14 juin 2007, Europig/OHMI (EUROPIG), T-207/06, Rec. p. II-1961, point 55].

47 Aux fins de l'appréciation du caractère distinctif acquis par l'usage de la marque, peuvent être prises en considération, notamment, la part de marché détenue par la marque, l'intensité, l'étendue géographique et la durée de l'usage de cette marque, l'importance des investissements faits par l'entreprise pour la promouvoir, la proportion des milieux intéressés qui identifie le produit comme provenant d'une entreprise déterminée grâce à la marque ainsi que les déclarations de chambres de commerce et d'industrie ou d'autres associations professionnelles. Si, sur la base de tels éléments, il peut être considéré que les milieux intéressés ou, à tout le moins, une fraction significative de ceux-ci identifient grâce à la marque le produit comme provenant d'une entreprise déterminée, il y a lieu de conclure que la condition exigée par l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009]est remplie [voir, par analogie, arrêts Windsurfing Chiemsee, précité, points 51 et 52, et Philips, précité, points 60 et 61 ; arrêt du Tribunal du 5 mars 2003, Alcon/OHMI — Dr. Robert Winzer Pharma (BSS), T-237/01, Rec. p. II-411, point 50].

48 En l'espèce, en premier lieu, il convient de relever que le logo auquel la requérante fait référence ne coïncide pas avec la marque demandée, mais constitue l'un des éléments qui la composent. Or, comme la chambre de recours l'a considéré à juste titre au point 27 de la décision attaquée, à supposer même que ce logo ait acquis un caractère distinctif grâce à son usage, ce caractère distinctif ne saurait bénéficier au signe demandé, qui se compose d'autres éléments déterminants dans l'impression d'ensemble qu'il produit.

49 En second lieu, force est de constater que les éléments de preuve de l'usage de la marque demandée, produits par la requérante au cours de la procédure devant l'OHMI, sont manifestement insuffisants pour démontrer un caractère distinctif acquis par l'usage, compte tenu des exigences de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement (CE) nº 207/2009], rappelées aux points 47 et 48 ci-dessus. Il suffit d'observer, à cet égard, que, en l'absence d'élément pertinent concernant les parts de marché, ainsi que l'intensité et l'étendue géographique de l'usage de la marque demandée, la seule circonstance qu'un groupe bancaire ait fait usage de ladite marque sur ses distributeurs de billets ne permet aucunement de considérer qu'une partie significative du public pertinent attribuera à la requérante ou au groupe dont elle fait partie les produits et services concernés, pour lesquels la marque demandée serait utilisée.

50 Par conséquent, l'argumentation de la requérante n'est susceptible ni d'établir un renforcement du caractère distinctif de la marque demandée ni de démontrer l'acquisition d'un caractère distinctif par l'usage au titre de l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009].

51 S'agissant des arguments tirés des enregistrements antérieurs effectués par l'OHMI, qui tendent à reprocher une violation du principe d'égalité de traitement, il convient de rappeler que, selon une jurisprudence constante, la légalité des décisions des chambres de recours doit être appréciée uniquement sur la base du règlement nº 40/94 [devenu règlement nº 207/2009], tel qu'interprété par le juge communautaire, et non sur la base d'une pratique décisionnelle antérieure à celles-ci [arrêt BioID/OHMI, précité, point 47, et arrêt du Tribunal du 27 février 2002, Streamserve/OHMI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec. p. II-723, point 66].

52 Il s'ensuit que le moyen unique, tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 [devenu article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009], n'est pas fondé et que, partant, le recours doit être rejeté.

Sur les dépens

53 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, conformément aux conclusions de l'OHMI.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (sixième chambre)

déclare et arrête :

1) Le recours est rejeté.

2) L'Européenne de traitement de l'information (Euro-Information) est condamnée aux dépens.

Meij Vadapalas Truchot

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 2 juillet 2009.

Signatures