ARRÊT DE LA COUR (deuxième chambre)

16 septembre 2004 *

Dans l'affaire C-329/02 P,

ayant pour objet un pourvoi au titre de l'article 56 du statut de la Cour de justice,

introduit le 12 septembre 2002,

SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH, établie à Mayence (Allemagne) représentée par M^e^ R. Schneider, Rechtsanwalt, ayant élu domicile à Luxembourg,

partie requérante,

l'autre partie à la procédure étant:

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. D. Schennen, en qualité d'agent, ayant élu domicile à Luxembourg,

partie défenderesse en première instance,

* Langue de procédure: l'allemand.

LA COUR (deuxième chambre),

composée de M. C. W. A. Timmermans, président de chambre, MM. J.-P. Puissochet (rapporteur) et R. Schintgen, M^mes^ F. Macken et N. Colneric, juges,

avocat général: M. F. G. Jacobs,
greffier: M. H. von Holstein, greffier adjoint,

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 8 janvier 2004,

considérant les observations présentées par les parties,

ayant entendu l'avocat général en ses conclusions à l'audience du 11 mars 2004,

rend le présent

Arrêt

1 Par son pourvoi, la société SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH (ci-après la «requérante») demande l'annulation de l'arrêt du Tribunal de première instance des Communautés européennes du 2 juillet 2002, SAT.1/OHMI (SAT.2) (T-323/00, Rec. p. II-2839, ci-après l'«arrêt attaqué»), par lequel celui-ci a rejeté son recours dans la mesure où il a jugé que la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (ci-après

l'«OHMI») n'avait pas violé l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1, ci-après le «règlement»), ni méconnu le principe d'égalité de traitement, en refusant, par sa décision du 2 août 2000 (affaire R 312/1999-2) (ci-après la «décision litigieuse»), d'enregistrer en tant que marque communautaire le syntagme «SAT.2» pour les services qui, dans la demande d'enregistrement, ont un lien avec la diffusion par satellite.

Le cadre juridique

2 Aux termes de l'article 4 du règlement:

«Peuvent constituer des marques communautaires tous signes susceptibles d'une représentation graphique, notamment les mots, y compris les noms de personnes, les dessins, les lettres, les chiffres, la forme du produit ou de son conditionnement, à condition que de tels signes soient propres à distinguer les produits ou les services d'une entreprise de ceux d'autres entreprises.»

3 L'article 7 du règlement dispose:

«1. Sont refusés à l'enregistrement:

a) les signes qui ne sont pas conformes à l'article 4;

b) les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif;

c) les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci;

[...]

2. Le paragraphe 1 est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de la Communauté.

3. Le paragraphe 1 points b), c) et d) n'est pas applicable si la marque a acquis pour les produits ou services pour lesquels est demandé l'enregistrement un caractère distinctif après l'usage qui en a été fait.»

4 Aux termes de l'article 12 du règlement:

«Le droit conféré par la marque communautaire ne permet pas à son titulaire d'interdire à un tiers l'usage, dans la vie des affaires:

[...]

b) d'indications relatives à l'espèce, à la qualité, à la quantité, à la destination, à la valeur, à la provenance géographique, à l'époque de la production du produit ou de la prestation du service ou à d'autres caractéristiques de ceux-ci;

[...]

pour autant que cet usage soit fait conformément aux usages honnêtes en matière industrielle ou commerciale.»

5 L'article 38, paragraphe 1, du règlement prévoit:

«Si la marque est exclue de l'enregistrement en vertu de l'article 7 pour tout ou partie des produits ou des services pour lesquels la marque communautaire est demandée, la demande est rejetée pour ces produits ou ces services.»

Les faits à l'origine du litige

6 Le 15 avril 1997, la requérante a demandé à l'OHMI l'enregistrement en tant que marque communautaire du syntagme «SAT.2» pour différents produits relevant des classes 3, 9, 14, 16, 18, 20, 25, 28, 29 et 30 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, ainsi que pour des services relevant des classes 35, 38, 41 et 42 au sens de cet arrangement.

7 Cette demande ayant été rejetée par une décision du 9 avril 1999 de l'examinateur de l'OHMI, en ce qui concerne les services relevant des classes 35, 38, 41 et 42, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI.

8 Par la décision litigieuse, la deuxième chambre de recours de l'OHMI a rejeté ce recours, au motif que les dispositions de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement s'opposaient à l'enregistrement du syntagme «SAT.2» pour les services relevant desdites classes.

La procédure devant le Tribunal et l'arrêt attaqué

9 Par requête déposée au greffe du Tribunal le 16 octobre 2000, la requérante a introduit un recours tendant à l'annulation de la décision litigieuse.

10 Par l'arrêt attaqué, le Tribunal n'y a fait droit que partiellement.

11 D'une part, il a relevé que la deuxième chambre de recours de l'OHMI avait omis de statuer sur les conclusions de la requérante relatives aux services figurant dans la demande d'enregistrement et relevant de la classe 35. Par suite, il a annulé la décision litigieuse dans cette mesure.

12 D'autre part, en ce qui concerne les services relevant des classes 38, 41 et 42, le Tribunal a annulé la décision litigieuse, mais uniquement en ce qu'elle a refusé l'enregistrement du syntagme «SAT.2» pour les services relevant desdites classes tels qu'énumérés au point 42 de l'arrêt attaqué.

13 Pour prononcer cette annulation, le Tribunal a, d'abord, accueilli le moyen de la requérante tiré de ce que la décision litigieuse aurait été, à tort, fondée sur l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement. En se fondant sur la signification pertinente de la marque, établie non seulement à partir des divers éléments dont elle est composée mais aussi à partir de sa signification d'ensemble et en retenant uniquement les caractéristiques des produits ou services qui sont susceptibles d'entrer en ligne de compte lors du choix effectué par le public ciblé, le Tribunal a considéré que le syntagme «SAT.2» n'était pas descriptif pour les services relevant des classes 38, 41 et 42, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement. En effet, ce syntagme ne se rapporterait à aucune caractéristique spécifique des services concernés, susceptible d'être prise en compte lors du choix opéré par le public pertinent.

14 Le Tribunal a, en revanche, en ce qui concerne une partie des services relevant des classes 38, 41 et 42, rejeté le moyen de la requérante tiré de ce que la décision litigieuse ne pouvait refuser l'enregistrement du syntagme «SAT.2» sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement. Il a en effet jugé que ce syntagme était, compte tenu de ses éléments constitutifs, dépourvu de caractère distinctif au sens de cette disposition à l'égard des services qui, dans la demande d'enregistrement, ont un lien avec la diffusion par satellite, c'est-à-dire les services mentionnés au point 3 de l'arrêt attaqué qui ne figurent pas dans l'énumération contenue au point 42 du même arrêt.

15 Enfin, il a rejeté le moyen de la requérante, tiré de ce que le refus d'enregistrement du syntagme en cause serait intervenu en violation du principe d'égalité de traitement, dès lors que des signes, selon elle tout à fait similaires, auraient fait l'objet de décisions d'enregistrement comme marques communautaires par l'OHMI.

Le pourvoi

16 La requérante conclut à ce qu'il plaise à la Cour annuler l'arrêt attaqué en tant que le Tribunal a rejeté le surplus des conclusions qu'elle a présentées devant lui et condamner l'OHMI aux dépens.

17 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise à la Cour rejeter le pourvoi et condamner la requérante aux dépens.

Argumentation des parties

18 Par son premier moyen, la requérante soutient que l'interprétation par le Tribunal de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement est entachée d'erreur de droit à deux titres.

19 D'une part, contrairement à ce qu'a énoncé le Tribunal au point 36 de l'arrêt attaqué, cette disposition ne poursuivrait pas un but d'intérêt général exigeant que les signes qu'elle vise puissent être librement utilisés par tous. Sa finalité serait en réalité de permettre au consommateur ou à l'utilisateur final de distinguer sans confusion possible l'origine des produits ou des services, conformément à la conception que le législateur communautaire et la Cour ont de la fonction principale de la marque. Le Tribunal aurait ainsi utilisé un critère qui serait pertinent, non pas dans le cadre de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement, mais dans celui de la même disposition, sous c) et e), et il n'aurait, par suite, pas recherché précisément en quoi le syntagme en cause était susceptible de remplir cette fonction de la marque.

20 D'autre part, la requérante soutient que, après avoir rappelé, à juste titre, qu'il fallait examiner l'impression d'ensemble produite par le syntagme «SAT.2» sur les consommateurs concernés pour apprécier l'éventuel caractère distinctif de ce signe, le Tribunal n'a pas correctement appliqué cette règle d'analyse en l'espèce. Il aurait en effet décomposé le syntagme en ses éléments constitutifs pour fonder son refus d'enregistrement. Or, un tel fractionnement ne correspondrait pas à la façon dont les consommateurs apprécient et interprètent la marque quand ils la perçoivent. En outre, le Tribunal aurait, à tort, fondé l'absence de caractère distinctif sur la circonstance que le syntagme était constitué d'éléments communément utilisés dans le commerce pour la présentation des services concernés, alors que ce genre d'éléments ne peut être pris en considération que pour l'application de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement.

21 L'OHMI répond à ce moyen que l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement poursuit un but d'intérêt général visant à garantir la libre utilisation des signes en cause. La jurisprudence de la Cour montrerait que les motifs de refus énoncés à l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement poursuivent effectivement un tel but, car ils empêchent des signes non distinctifs de bénéficier de la protection que confère l'enregistrement en tant que marque.

22 L'OHMI partage l'argumentation de la requérante selon laquelle le syntagme concerné doit être apprécié dans son ensemble, et qu'il faut entendre par caractère distinctif l'aptitude d'une marque à identifier les produits et les services qu'elle désigne selon leur origine. Il estime cependant que le syntagme «SAT.2» est dépourvu de caractère distinctif, car il est composé d'éléments non distinctifs combinés de manière habituelle, et que le Tribunal n'a pas méconnu l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement dans l'appréciation qu'il a portée en ce sens. L'arrêt attaqué n'aurait, en outre, procédé à aucune confusion entre les champs d'application respectifs de cette disposition et de l'article 7, paragraphe 1, sous c), dudit règlement. Il ne serait pas davantage entaché de contradiction, le Tribunal ayant pu, sans commettre d'erreur de droit, relever que le syntagme n'était pas descriptif au sens des dispositions sous c) et qu'il n'était pas pour autant de ce fait distinctif au sens des dispositions sous b).

Appréciation de la Cour

23 En premier lieu, la fonction essentielle de la marque est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance (voir, notamment, arrêts du 23 mai 1978, Hoffmann-La Roche, 102/77, Rec. p. 1139, point 7, et du 18 juin 2002, Philips, C-299/99, Rec. p. I-5475, point 30). L'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement vise ainsi à empêcher l'enregistrement des marques dépourvues du caractère distinctif qui, seul, les rend aptes à remplir cette fonction essentielle.

24 En deuxième lieu, pour déterminer si un signe présente un caractère le rendant susceptible d'être enregistré en tant que marque, il convient de se placer dans l'optique du public pertinent. Lorsque les produits ou les services sur lesquels porte la demande d'enregistrement sont destinés à l'ensemble des consommateurs, il faut considérer que le public pertinent est constitué par le consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (arrêts du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 26, et du 6 mai 2003, Libertel, C-104/01, Rec. p. I-3793, point 46).

25 En troisième lieu, il importe de rappeler que chacun des motifs de refus d'enregistrement énumérés à l'article 7, paragraphe 1, du règlement est indépendant des autres et exige un examen séparé. En outre, il convient d'interpréter lesdits motifs de refus à la lumière de l'intérêt général qui sous-tend chacun d'entre eux. L'intérêt général pris en considération lors de l'examen de chacun de ces motifs de refus peut, voire doit, refléter des considérations différentes, selon le motif de refus en cause (arrêt du 29 avril 2004, Henkel/OHMI, C-456/01 P et C-457/01 P, Rec. p. I-5089, points 45 et 46).

26 En ce qui concerne l'enregistrement en tant que marque d'une couleur en elle-même, sans délimitation de celle-ci dans l'espace, la Cour a déjà jugé, au point 60 de l'arrêt Libertel, précité, que l'intérêt général sous-tendant l'article 3, paragraphe 1, sous b), 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), disposition qui est identique à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement, vise la nécessité de ne pas restreindre indûment la disponibilité des couleurs pour les autres opérateurs offrant des produits ou des services du type de ceux pour lesquels l'enregistrement est demandé.

27 Par ailleurs, eu égard à l'étendue de la protection conférée à une marque par le règlement, l'intérêt général sous-jacent à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement se confond, à l'évidence, avec la fonction essentielle de la marque, rappelée au point 23 du présent arrêt.

28 Enfin, s'agissant d'une marque composée de mots ou d'un mot et d'un chiffre, comme celle qui fait l'objet du litige, un éventuel caractère distinctif peut être examiné, en partie, pour chacun de ses termes ou de ses éléments, pris séparément, mais doit, en tout état de cause, dépendre d'un examen de l'ensemble qu'ils composent. En effet, la seule circonstance que chacun de ces éléments, pris séparément, est dépourvu de caractère distinctif, n'exclut pas que la combinaison qu'ils forment puisse présenter un caractère distinctif (voir, par analogie, arrêts du 12 février 2004, Campina Melkunie, C-265/00, Rec. p. I-1699, points 40 et 41, et Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec. p. I-1619, points 99 et 100).

29 Or, dans le présent litige, l'application qu'a faite le Tribunal de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement témoigne d'une interprétation incorrecte de cette disposition.

30 En effet, en premier lieu, bien qu'il ait relevé à juste titre, au point 39 de l'arrêt attaqué, qu'il convenait, aux fins de l'appréciation du caractère distinctif d'une marque complexe, de la considérer dans son ensemble, le Tribunal n'a pas, en réalité, fondé sa décision sur un tel examen.

31 Il a d'abord considéré, au point 41 de l'arrêt attaqué, que l'OHMI avait démontré à suffisance de droit que, dans les langues allemande et anglaise, l'élément «SAT» constituait l'abréviation usuelle du mot «satellite» et que ce terme ne s'écartait pas, en tant qu'abréviation, des règles lexicales de ces langues. Au même point de cet arrêt, le Tribunal a estimé, en outre, que cet élément désignait une caractéristique de la plupart des services concernés, caractéristique susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent, à savoir le lien desdits services avec la diffusion par satellite. À partir de ces constatations, qu'il n'appartient pas à la Cour de remettre en cause dans le cadre d'un pourvoi en dehors des cas où elles procéderaient d'une dénaturation des pièces du dossier, le Tribunal a considéré que l'élément «SAT» était dépourvu de caractère distinctif par rapport à ces mêmes services.

32 Le Tribunal a ensuite relevé, respectivement aux points 46 et 47 de l'arrêt attaqué, par des appréciations qui ne sont pas davantage soumises au contrôle de la Cour dans le cadre d'un pourvoi, sous réserve de dénaturation, que l'élément «2» et l'élément «.» étaient communément utilisés dans le commerce ou susceptibles de l'être pour la présentation des services concernés et que ces éléments étaient de ce fait dépourvus de caractère distinctif.

33 Il a déduit de ces constatations, au point 49 de l'arrêt attaqué, que «de manière générale, [...] le fait qu'une marque complexe [telle que 'SAT.2'] ne soit composée que d'éléments dépourvus de caractère distinctif permet[tait] de conclure que cette marque, considérée dans son ensemble, est également susceptible d'être communément utilisée, dans le commerce, pour la présentation des produits ou des services concernés.»

34 Enfin, le Tribunal a considéré, aux points 49 et 50 de l'arrêt attaqué, qu'une telle conclusion ne saurait être infirmée que dans l'hypothèse où des indices concrets, notamment la manière inhabituelle dont les différents éléments sont combinés, indiqueraient que la marque complexe représente davantage que la somme des éléments dont elle est composée. Le Tribunal a estimé que le syntagme «SAT.2» était composé de façon habituelle et qu'«[était] dépourvu de pertinence l'argument de la requérante selon lequel la marque demandée, considérée dans son ensemble, est dotée d'un élément de fantaisie».

35 Il ressort des points 31 à 34 du présent arrêt que le Tribunal a apprécié l'existence d'un caractère distinctif du syntagme «SAT.2» essentiellement au moyen d'une analyse séparée de chacun des éléments de celui-ci. À cet effet, il s'est fondé sur la présomption que des éléments dépourvus isolément de caractère distinctif ne peuvent, une fois combinés, présenter un tel caractère et non, comme il aurait dû le faire, sur la perception globale de ce syntagme par le consommateur moyen. Il n'a examiné l'impression d'ensemble produite par le syntagme que de façon subsidiaire, en déniant toute pertinence à des données, telle l'existence d'un élément de fantaisie, qui doivent être prises en considération dans cette analyse.

36 En second lieu, l'arrêt attaqué repose sur l'utilisation d'un critère en vertu duquel ne peuvent être enregistrées les marques qui sont susceptibles d'être communément utilisées dans le commerce pour présenter les produits ou les services concernés. Ce critère est pertinent dans le cadre de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement, mais n'est pas celui à l'aune duquel cette même disposition, sous b), doit être interprétée. En considérant, en particulier, au point 36 de l'arrêt attaqué, que cette dernière disposition poursuivait un but d'intérêt général, lequel exige que les signes qu'elle vise puissent être librement utilisés par tous, le Tribunal s'est écarté de la prise en compte du critère d'intérêt public visé aux points 25 à 27 du présent arrêt.

37 Dans ces conditions, la requérante est fondée à soutenir que l'arrêt attaqué est entaché d'erreur de droit dans l'interprétation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement.

38 Il résulte de ce qui précède, sans qu'il soit besoin d'examiner l'autre moyen du pourvoi tiré d'une méconnaissance du principe d'égalité de traitement, que l'arrêt attaqué doit être annulé en tant que le Tribunal a jugé que la deuxième chambre de recours de l'OHMI n'avait pas violé l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement en refusant, par la décision litigieuse, d'enregistrer comme marque communautaire le syntagme «SAT.2» pour les services qui, dans la demande d'enregistrement, ont un lien avec la diffusion par satellite, c'est-à-dire les catégories de services mentionnées au point 3 de l'arrêt attaqué que le Tribunal n'a pas visées au point 42 de cet arrêt.

39 Conformément à l'article 61, premier alinéa, seconde phrase, du statut de la Cour de justice, cette dernière, en cas d'annulation de la décision du Tribunal, peut statuer elle-même sur le litige, lorsque celui-ci est en état d'être jugé. Tel est le cas en l'espèce.

40 S'il est vrai que la façon dont le syntagme «SAT.2» est composé n'est pas inhabituelle, notamment dans la perception que le consommateur moyen peut avoir de services relevant du secteur de la communication, et si cette juxtaposition d'un élément verbal tel que «SAT» et d'un chiffre tel que «2», séparés d'un «.», ne traduit pas un degré particulièrement élevé d'inventivité, ces circonstances ne suffisent pas à établir qu'un tel syntagme serait dépourvu de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement.

41 En effet, l'enregistrement d'un signe en tant que marque n'est pas subordonné à la constatation d'un certain niveau de créativité ou d'imagination linguistique ou artistique de la part du titulaire de la marque. Il suffit que la marque permette au public pertinent d'identifier l'origine des produits ou des services protégés par celle-ci et de les distinguer de ceux d'autres entreprises.

42 Dans le cas où une marque qui ne se heurte pas au motif de refus énoncé à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement est néanmoins dépourvue de caractère distinctif au sens de la même disposition, sous b), l'OHMI doit ainsi exposer les raisons pour lesquelles il estime que cette marque est dépourvue de caractère distinctif.

43 Or, en l'espèce, l'OHMI s'est borné, dans la décision litigieuse, à indiquer que les éléments «SAT» et «2» étaient descriptifs et couramment utilisés dans le secteur des services ayant trait aux médias, sans indiquer en quoi le syntagme «SAT.2», pris dans son ensemble, ne serait pas susceptible de distinguer les services de la requérante de ceux d'autres entreprises.

44 L'emploi fréquent de marques composées d'un élément verbal et d'un élément chiffré dans le secteur des télécommunications indique que ce type de combinaisons ne peut être considéré comme dépourvu, en principe, de caractère distinctif.

45 D'ailleurs, ainsi que l'a fait valoir la requérante, l'OHMI n'a pas opposé ce motif de refus d'enregistrement énoncé à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement à des demandes d'enregistrement de marques comparables dans leur structure au syntagme «SAT.2», notamment par l'utilisation de l'élément «SAT».

46 Le fait que les éléments associés à «SAT» soient en l'occurrence le chiffre 2 ainsi qu'un point, et non un autre élément verbal, est, contrairement à ce que soutient ce dernier, sans incidence sur cette analyse. D'ailleurs, l'OHMI n'a, à aucun moment de la procédure, motivé la différence de traitement de la demande de la requérante par un risque de confusion entre le signe dont cette dernière sollicitait l'enregistrement et une marque qui aurait été précédemment enregistrée.

47 Il résulte de l'ensemble des considérations qui précèdent que les motifs pour lesquels la deuxième chambre de recours de l'OHMI a considéré que le syntagme «SAT.2» est dépourvu de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement ne sont pas fondés.

48 Dans ces conditions, la décision litigieuse doit être annulée dans la mesure où la deuxième chambre de recours de l'OHMI a rejeté, sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement la demande d'enregistrement du syntagme «SAT.2» en tant que marque communautaire. Le Tribunal ayant déjà jugé, par l'arrêt attaqué, que cette décision ne pouvait davantage être fondée sur l'article 7, paragraphe 1, sous c), du même texte et, d'autre part, que la deuxième chambre de recours de l'OHMI avait, par la même décision, omis de statuer sur le recours formé devant elle en ce qui concerne les services relevant de la classe 35, la décision litigieuse doit être annulée en totalité.

Sur les dépens

49 Aux termes de l'article 122 du règlement de procédure de la Cour, lorsque le pourvoi est fondé et que la Cour juge elle-même définitivement le litige, elle statue sur les dépens.

50 Aux termes de l'article 69, paragraphe 2, du règlement de procédure de la Cour, applicable à la procédure de pourvoi en vertu de l'article 118, de ce règlement, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'ils est conclu en ce sens. La requérante ayant conclu à la condamnation de l'OHMI aux dépens et celui-ci ayant succombé en ses moyens, il y a lieu de le condamner aux dépens des deux instances.

Par ces motifs, la Cour (deuxième chambre) déclare et arrête:

1) **L'arrêt du Tribunal de première instance des Communautés européennes du 2 juillet 2002, SAT.1/OHMI (SAT.2) (T-323/00, Rec. p. II-2839), est annulé dans la mesure où le Tribunal a jugé que la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) n'avait pas violé l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire, en refusant, par sa décision du 2 août 2000 (affaire R 312/1999-2), d'enregistrer comme marque communautaire le syntagme «SAT.2» pour les services qui, dans la demande d'enregistrement, ont un lien avec la diffusion par satellite, c'est-à-dire les catégories de services mentionnées au point 3 de l'arrêt attaqué que le Tribunal n'a pas visées au point 42 de cet arrêt.**

2) **La décision du 2 août 2000 de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) est annulée.**

3) **L'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) est condamné aux dépens des deux instances.**

Signatures.