HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a opta)

4 octombrie 2007 *

În cauza C-144/06 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție, introdus la 17 martie 2006,

Henkel KGaA, cu sediul în Düsseldorf (Germania), reprezentată de C. Osterrieth, Rechtsanwalt,

recurentă,

cealaltă parte în proces fiind:

Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de domnul G. Schneider, în calitate de agent,

pârât în fața primei instanțe,

* Limba de procedură: germana.

CURTEA (Camera a opta),

compusă din domnul E. Juhász (raportor), președinte de cameră, domnii J. Malenovský și T. von Danwitz, judecători,

avocat general: domnul D. Ruiz-Jarabo Colomer,
grefier: domnul B. Fülöp, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 24 mai 2007,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Prin recursul formulat, Henkel KGaA (denumită în continuare „Henkel") solicită anularea Hotărârii Tribunalului de Primă Instanță al Comunităților Europene din 17 ianuarie 2006, Henkel/OAPI (T-398/04, nepublicată în Recueil, Rec., 2006, p. II-6*, denumită în continuare „hotărârea atacată"), prin care s-a respins acțiunea având ca obiect anularea Deciziei Camerei a doua de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 4 august 2004 (denumită în continuare „decizia în litigiu") de refuz al înregistrării unei mărci.

Cadrul juridic

2 Articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11 p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146) prevede:

„(1) Se respinge înregistrarea următoarelor:

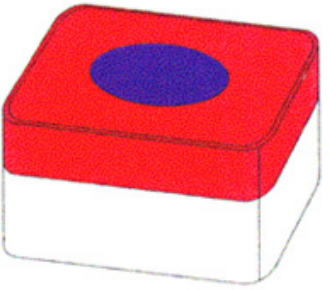
[…]

(b) mărci care sunt lipsite de caracter distinctiv”.

Istoricul cauzei

3 La 28 septembrie 1998, Henkel a prezentat OAPI o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare în temeiul Regulamentului nr. 40/94.

4 Marca comunitară solicitată este semnul figurativ reprezentat mai jos (denumit în continuare „marca solicitată”):



5 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea aparțin claselor 1, 3 și 21 din Aranjamentul de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat, și corespund, în special în privința produselor din clasa 3, următoarei descrieri: „Produse pentru spălarea veselei și a rufelor”.

6 Henkel a revendicat un drept de prioritate pe baza cererii de înregistrare depuse în Germania la 18 iunie 1998, care viza o marcă identică cu marca solicitată.

7 La 19 noiembrie 1999, ca urmare a Deciziei din 1 octombrie 1999 prin care examinatorul a respins cererea de înregistrare în temeiul articolului 7 alineatul (1) literele (b) și (d) din Regulamentul nr. 40/94, Henkel a formulat un recurs în fața OAPI împotriva acestei decizii, în temeiul articolelor 57-59 din Regulamentul nr. 40/94.

8 Prin decizia în litigiu, Camera a doua de recurs a OAPI a respins acest recurs. În esență, aceasta a considerat că marca solicitată era lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 în privința tuturor produselor vizate de cererea de înregistrare.

Acțiunea în fața Tribunalului și hotărârea atacată

9 La 8 octombrie 2004, Henkel a formulat o acțiune în fața Tribunalului în vederea anulării deciziei în litigiu. În sprijinul acțiunii sale, Henkel invoca două motive. Acestea din urmă și, prin urmare, acțiunea au fost respinse de Tribunal.

10 Potrivit primului motiv, întemeiat pe o încălcare a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, OAPI ar fi comis erori în aplicarea criteriilor de apreciere a caracterului distinctiv.

11 În primul rând, Henkel a reproșat OAPI că a omis să examineze existența caracterului distinctiv la data depunerii cererii de înregistrare și că nu a stabilit care era forma obișnuită a produselor comercializate pe piață la această dată. În al doilea rând, în opinia societății Henkel, OAPI nu ar fi putut afirma că diferitele culori ale semnului corespundeau unor agenți activi diferiți, întrucât această alegere a culorilor și combinarea lor rămâneau la discreția sa.

12 Ulterior, Henkel a arătat că nu a fost luată în considerare ordonanța Bundespatentgericht (Tribunalul Federal al Brevetelor) prin care acesta din urmă statuase că semnul solicitat pe lângă Deutsches Patent- und Markenamt (Oficiul German de Brevete și Mărci) nu era lipsit de caracter distinctiv în raport cu produsele pentru spălarea rufelor și pentru spălarea veselei.

13 În sfârșit, Henkel a amintit că OAPI a admis înregistrarea mai multor semne comparabile cu marca solicitată.

14 În fața Tribunalului, OAPI a considerat, în schimb, că semnul în cauză este perceput de consumator nu ca o indicație a originii comerciale a produsului, ci doar ca reprezentarea acestuia din urmă. În ceea ce privește decizia Bundespatentgericht, aceasta ar fi fost luată în considerare în mod legal, dar nu ar fi fost obligatorie pentru OAPI. Cu privire la practica decizională anterioară, OAPI a reamintit că instanța comunitară este ținută să statueze în mod independent asupra cererii care i-a fost prezentată și nu este, în special, în niciun fel legată de decizii anterioare ilegale. În plus, cazurile expuse de Henkel nu ar fi fost comparabile cu cazul din speță.

15 Tribunalul a constatat că Henkel își limitase motivul la „produse pentru spălarea veselei și a rufelor” și că aceste produse fac parte din consumul curent, față de care gradul de atenție al consumatorului nu este ridicat la momentul cumpărării lor. În privința caracterului distinctiv al mărcii solicitate, după ce a reamintit principiile juridice stabilite de jurisprudența din acest domeniu, Tribunalul a indicat că aprecierea unui astfel de caracter nu ar putea ajunge la un rezultat diferit în cazul unei mărci tridimensionale, constituită din prezentarea produsului însuși, și în cazul unei mărci figurative, constituită din reprezentarea, fidelă realității, a aceluiași produs.

16 Precizând că, pentru a aprecia caracterul distinctiv al mărcii solicitate, este necesar să se analizeze impresia de ansamblu produsă de această reprezentare, ceea ce nu este incompatibil cu o examinare succesivă a diferitelor elemente care o compun (Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL, C-251/95, Rec., p. I-6191, punctul 23, și Hotărârea din 16 septembrie 2004, SAT.1/OAPI, C-329/02 P, Rec., p. I-8317, punctul 35), Tribunalul a procedat la o analiză a elementelor mărcii, urmată de o apreciere de ansamblu. Ca urmare a acestei aprecieri, Tribunalul a statuat că marca solicitată nu permite diferențierea produsului de cele ale altor întreprinderi.

17 Tribunalul a adăugat că această apreciere nu ar putea fi repusă în discuție nici de faptul că, la momentul depunerii cererii de înregistrare a mărcii, Henkel era singura societate care comercializa produse având forma a cărei reprezentare o constituie semnul solicitat, nici de înregistrările anterioare. În privința înregistrării naționale, Tribunalul a subliniat că aceasta poate fi luată în considerare, dar nu este obligatorie pentru OAPI, dat fiind că regimul mărcilor comunitare este un regim autonom, constituit dintr-un ansamblu de reguli și urmărind obiective care îi sunt specifice, aplicarea sa fiind independentă de orice sistem național, și că respectivul caracter înregistrabil al unui semn ca marcă comunitară nu trebuie apreciat decât în temeiul reglementării comunitare pertinente.

18 Cu privire la deciziile de înregistrare ale OAPI, Tribunalul a amintit că, deși motive de fapt sau de drept care figurează într-o decizie anterioară pot constitui argumente în sprijinul unui motiv întemeiat pe încălcarea unei prevederi a Regulamentului 40/94, nu este mai puțin adevărat că legalitatea deciziilor camerelor de recurs trebuie apreciată doar în temeiul acestui regulament, astfel cum a fost interpretat de către instanța comunitară, și nu pe baza practicii decizionale anterioare acestora. În plus, în opinia Tribunalului, mărcile invocate de Henkel nu erau în întregime comparabile cu marca în cauză, fie pentru că produsele vizate nu erau aceleași, fie pentru că semnele în discuție aveau alte elemente decât forme geometrice de bază.

19 Al doilea motiv a fost întemeiat pe un abuz de competență discreționară și pe principiul egalității de tratament. În fapt, Henkel a considerat că, prin refuzul de a înregistra marca solicitată, înregistrând totuși mărci comparabile, OAPI a abuzat de competența sa discreționară și a încălcat principiul egalității de tratament. În plus, Henkel a arătat că, dacă ar tolera o astfel de situație fără să obțină o compensație rezultând din înregistrarea propriei mărci, ar suferi o discriminare care ar contraveni principiului liberei circulații a mărfurilor vizat la articolul 28 CE. Henkel a adăugat totodată că obiectivul armonizării, urmărit prin Regulamentul nr. 40/94, astfel cum decurge din primul și din al treilea considerent al acestuia, nu ar putea fi atins decât cu condiția ca dreptul material unificat să facă obiectul unei interpretări uniforme.

20 OAPI a susținut că, din moment ce decizia cu privire la înregistrare este de domeniul unei competențe limitate, legalitatea unei decizii nu ar putea fi repusă în discuție printr-o practică anterioară a OAPI, fie ea legală sau nu.

21 Tribunalul a reamintit că deciziile pe care camerele de recurs sunt obligate să le ia în temeiul Regulamentului nr. 40/94 cu privire la înregistrarea unui semn ca marcă comunitară fac parte din exercițiul unei competențe limitate, și nu al unei competențe discreționare (Hotărârea din 15 septembrie 2005, BioID/OAPI, C-37/03 P, Rec., p. I-7975, punctul 47). Tribunalul a statuat că al doilea motiv al societății Henkel vizase, în realitate, nu un abuz de eventuală competență discreționară conferită OAPI, ci faptul că OAPI admisese înregistrarea ca marcă a semnelor comparabile, refuzând, cu toate acestea, cererea de înregistrare a mărcii în cauză. În opinia Tribunalului, acest motiv se confundă, prin urmare, cu o parte dintre argumentele pe care le prezentase Henkel în sprijinul primului motiv și, în consecință, este inoperant.

Concluziile părților

22 Prin recursul său, Henkel solicită Curții:

— anularea hotărârii atacate;

— anularea deciziei în litigiu;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

23 OAPI solicită Curții:

— respingerea recursului;

— obligarea societății Henkel la plata cheltuielilor de judecată.

Cu privire la recurs

Argumentele părților

24 În sprijinul recursului său, Henkel invocă un motiv unic, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, reprezentat de o apreciere eronată în drept și în fapt a cerințelor cu privire la caracterul distinctiv al mărcii solicitate. Henkel consideră că Curtea ar trebui să facă o apreciere corectă din punct de vedere juridic a aspectelor de drept pe care le ridică faptele din această cauză, întrucât Tribunalul nu a făcut o aplicare exactă a noțiunii „marcă lipsită de caracter distinctiv".

25 În opinia societății Henkel, Tribunalul a statuat în mod greșit că marca solicitată nu avea un caracter distinctiv suficient în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Or, în temeiul acestei prevederi, s-ar putea cere numai un grad minim de caracter distinctiv (Hotărârea din 20 septembrie 2001, Procter & Gamble/OAPI, C-383/99 P, Rec., p. I-6251, punctul 40). Prin urmare, ar fi fost necesar doar să se examineze dacă marca solicitată este aptă să identifice produsul pentru care se solicită înregistrarea ca provenind de la o anumită întreprindere și, în consecință, să distingă acest produs de cele ale altor întreprinderi (Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 și C-109/97, Rec., p. I-2779, punctul 46).

26 Henkel susține că, pe piața în discuție, fiecare producător utilizează diferite culori pentru a distinge produsele sale de cele ale concurenților săi. Pentru acest motiv, o reproducere a produsului ar figura întotdeauna în mod predominant pe fața ambalajului și publicul ar percepe corect produsul, astfel cum este prezentat concret, ca pe o indicație a producătorului său.

27 Henkel apreciază că este inexactă premisa Tribunalului potrivit căreia nivelul de atenție al consumatorului mediu cu privire la aparența produsului nu ar fi ridicat, cât timp acest produs este vândut în mod obișnuit într-un ambalaj pe care apar și indicații verbale cu privire la compoziția și destinația produsului avut în vedere. Ar fi de asemenea inexactă susținerea potrivit căreia este vorba despre produse cu preț scăzut, de utilizare zilnică, pe care consumatorii le-ar cumpăra fără să le acorde un grad ridicat de atenție și fără să procedeze la o examinare amănunțită a produsului. În opinia societății Henkel, publicul deduce din semnul figurativ în litigiu un număr mare de informații, mai multe decât cele suficiente în mod normal pentru a stabili originea produsului.

28 În plus, în memoriul său în replică, Henkel susține că Tribunalul a denaturat faptele atunci când a reținut că era vorba despre cea mai accesibilă cu putință variantă a prezentării produsului. În fapt, semnul în cauză nu ar avea forma a ceea ce s-a convenit să se considere ca fiind „formă probabilă”, având în vedere straturile intercalate care se disting net unele de celelalte prin culorile lor, a căror îmbinare a fost aleasă total independent, precum și prezența neobișnuită a unei culori închise și de formă ovală pentru detergenți.

29 OAPI consideră recursul inadmisibil. Acesta arată că Henkel nu precizează ce eroare de drept ar fi comis Tribunalul și că motivele privesc rezultatul unei examinări a percepției consumatorilor. Potrivit OAPI, este necesar ca acest proces să fie considerat ca făcând parte din domeniul constatării faptelor, și nu ca înscriindu-se în cadrul calificării juridice. Or, aprecierea faptelor și a elementelor de probă nu constituie, sub rezerva cazului denaturării sau al alterării lor, un aspect de drept supus ca atare controlului Curții în cadrul unui recurs.

30 OAPI arată că diferitele probleme ridicate (în special dacă a devenit o practică obișnuită pe piață ca forma și culoarea tabletelor să conțină o indicație de origine, dacă publicul deduce din reprezentarea directă a unui produs o informație cu privire la originea comercială sau dacă este posibil să se deducă din experiență că nivelul de atenție al consumatorului mediu cu privire la aspectul unui produs nu este ridicat dacă produsul vizat este vândut într-un ambalaj pe care apar și indicații verbale cu privire la compoziția și la destinația produsului respectiv) sunt aspecte de fapt. OAPI estimează, în plus, că Tribunalul nici nu a denaturat faptele, nici nu a omis caracteristici individuale ale semnului (în special a treia culoare a produsului).

31 OAPI consideră, în sfârșit, că anumite motive ale societății Henkel, formulate în memoriul său în replică, nu pot face obiectul unei examinări, în conformitate cu articolul 42 din Regulamentul de procedură al Curții, întrucât nu au fost prezentate în timp util. În orice caz, acest motive ar fi inoperante cu privire la fond.

Aprecierea Curții

32 În primul rând, Henkel reproșează Tribunalului că ar fi apreciat eronat în drept cerințe referitoare la caracterul distinctiv al mărcii solicitate.

33 În conformitate cu prevederile articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt lipsite de caracter distinctiv.

34 Din jurisprudența constantă rezultă că, în sensul acestui articol, caracterul distinctiv al unei mărci înseamnă că această marcă permite să se identifice produsul a cărui înregistrare este solicitată ca provenind de la o întreprindere determinată și, prin urmare, să se distingă acel produs de cele ale altor întreprinderi (Hotărârea din 29 aprilie 2004, Procter & Gamble/OAPI, C-473/01 P și C-474/01 P, Rec., p. I-5173, punctul 32, și Hotărârea din 21 octombrie 2004, OAPI/Erpo Möbelwerk, C-64/02 P, Rec., p. I-10031, punctul 42).

35 Acest caracter distinctiv trebuie apreciat, pe de o parte, raportat la produsele sau la serviciile a căror înregistrare este solicitată și, pe de altă parte, raportat la percepția pe care publicul relevant o are asupra acestora (Hotărârea din 29 aprilie 2004, Procter & Gamble/OAPI, citată anterior, punctul 33, și Hotărârea din 22 iunie 2006, Storck/OAPI, C-25/05 P, Rec., p. I-5719, punctul 25).

36 Potrivit unei jurisprudențe de asemenea constante, criteriile de apreciere a caracterului distinctiv al mărcilor tridimensionale care sunt constituite din aspectul produsului însuși nu diferă de cele aplicabile altor categorii de mărci. Cu toate acestea, în aplicarea acestor criterii, este necesar să se țină seama de faptul că percepția consumatorului mediu nu este, în mod necesar, aceeași în cazul unei mărci tridimensionale, care constă în aspectul produsului însuși, și în cazul unei mărci verbale sau figurative, care constă într-un semn independent de aspectul produsului pe care îl desemnează. Într-adevăr, consumatorul mediu nu este obișnuit să deducă proveniența produselor în funcție de forma acestora sau de aceea a ambalajului lor, în lipsa oricărui element grafic sau textual, și, prin urmare, stabilirea caracterului distinctiv al unei astfel de mărci tridimensionale poate fi mai dificilă decât în cazul unei mărci verbale sau figurative (Hotărârea din 7 octombrie 2004, Mag Instrument/OAPI, C-136/02 P, Rec., p. I-9165, punctul 30, precum și Hotărârea Storck/OAPI, citată anterior, punctele 26 și 27).

37 În aceste condiții, numai o marcă ce, în mod semnificativ, se deosebește de norma sau uzanțele sectorului și, din acest motiv, este de natură a îndeplini funcția sa esențială de origine nu este lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 (Hotărârea din 12 ianuarie 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAPI, C-173/04 P, Rec., p. I-551, punctul 31, și Hotărârea Storck/OAPI, citată anterior, punctul 28).

38 Această jurisprudență, dezvoltată în materia mărcilor tridimensionale constituite din aspectul produsului însuși, se aplică de asemenea atunci când, ca și în speță, marca solicitată este o marcă figurativă constituită din reprezentarea bidimensională a produsului respectiv. Într-adevăr, într-un asemenea caz, marca nu constă nici într-un semn independent de aspectul produselor pe care le desemnează (Hotărârea Storck/OAPI, citată anterior, punctul 29).

39 Trebuie amintit că, pentru a aprecia dacă o marcă este sau nu este lipsită de caracter distinctiv, trebuie să se ia în considerare impresia de ansamblu pe care aceasta o produce. Acest fapt nu presupune totuși că nu ar fi necesar să se procedeze, într-o primă fază, la o examinare succesivă a diferitelor elemente de prezentare utilizate pentru această marcă. Într-adevăr, poate fi util, în cursul evaluării de ansamblu, să se examineze fiecare dintre elementele constitutive ale mărcii vizate (a se vedea în acest sens Hotărârea din 30 iunie 2005, Eurocermex/OAPI, C-286/04 P, Rec., p. I-5797, punctele 22 și 23, precum și jurisprudența citată).

40 Rezultă din hotărârea atacată că Tribunalul a identificat și a aplicat în mod corect la cazul din speță criteriile stabilite de jurisprudență.

41 În mod corect, Tribunalul a studiat mai întâi diferitele elemente ce compun aspectul reprezentat de marca solicitată, precum forma și culorile tabletei, și a analizat ulterior impresia de ansamblu a mărcii, pentru a aprecia dacă această marcă îndeplinește sau nu îndeplinește funcția de origine.

42 Astfel, după ce a examinat, la punctele 32-35 din hotărârea atacată, în mod succesiv forma dreptunghiulară ce compune marca solicitată, cele două straturi colorate și nucleul oval de culoare albastră ce se află în mijlocul suprafeței roșii din partea superioară a tabletei, Tribunalul a considerat că aceste elemente nu sunt suficiente pentru a-i conferi acesteia un caracter distinctiv.

43 În privința aprecierii de ansamblu a acestor elemente, Tribunalul a concluzionat, la punctul 39 din hotărârea atacată, că „impresia de ansamblu produsă de semnul în cauză se limitează la cea a unei reprezentări a unui produs pentru spălarea vaselor sau pentru spălarea rufelor sub forma unei tablete în care au fost grupați mai mulți agenți chimici activi într-un mod decorativ și atrăgător, în două straturi colorate, roșu și alb, și al cărei strat roșu are un nucleu oval albastru. Dat fiind că respectivul consumator nu este obișnuit să recunoască în forma și culorile produsului o indicație a originii comerciale a produsului […], că prezența celor două straturi, precum și

adăugarea unui nucleu oval într-o culoare diferită reprezintă cele mai accesibile cu putință soluții atunci când este vorba despre prezentarea unui produs pentru spălarea vaselor sau pentru spălarea rufelor sub formă de tabletă […] și că, fiind vorba despre culori de bază utilizate în mod obișnuit în sectorul respectiv, culorile folosite nu sunt de natură să atragă atenția consumatorilor […], impresia de ansamblu produsă de semn nu va semnala publicului țintă că prezentarea concretă a produsului arată originea sa comercială. În consecință, marca solicitată nu permite unui consumator mediu al respectivelor produse, normal informat, atent și avizat în mod rezonabil, fără a proceda la o analiză sau la o comparație și fără a da dovadă de o atenție deosebită, să distingă produsul în discuție de cele ale altor întreprinderi […]".

44 Rezultă, așadar, pe de o parte, că Tribunalul și-a bazat aprecierea cu privire la caracterul distinctiv al mărcii solicitate pe impresia de ansamblu care rezultă din forma și din îmbinarea culorilor acestei mărci și, pe de altă parte, că a stabilit că aceasta din urmă nu permite să se distingă produsul de cele ale concurenților din sectorul în discuție.

45 În consecință, prin faptul că a statuat că marca a cărei înregistrare s-a solicitat este lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, Tribunalul nu a comis nicio eroare de drept cu privire la această prevedere și la jurisprudența relevantă a Curții.

46 Prin urmare, acest motiv trebuie respins ca nefondat.

47 În al doilea rând, cu privire la motivul referitor la aplicarea concretă de către Tribunal a criteriilor ce decurg din articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și din jurisprudența citată, este necesar să se arate că aceasta presupune aprecieri asupra faptelor.

48 În special, stabilirea existenței sau a lipsei unei divergențe semnificative în sensul punctului 37 din prezenta hotărâre ține de o apreciere de fapt.

49 Or, Tribunalul este singurul competent, pe de o parte, să constate faptele, cu excepția cazurilor în care inexactitatea materială a constatărilor sale ar rezulta din înscrisurile de la dosar care i-au fost prezentate, și, pe de altă parte, să aprecieze aceste fapte. Aprecierea faptelor nu constituie, așadar, sub rezerva cazului în care elementele care i-au fost prezentate au fost denaturate, o chestiune de drept supusă, ca atare, controlului Curții în cadrul unui recurs (a se vedea în acest sens Hotărârea din 19 septembrie 2002, DKV/OAPI, C-104/00 P, Rec., p. I-7561, punctul 22, precum și Hotărârea din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 P și C-457/01 P, Rec., p. I-5089, punctul 41).

50 În această privință, este necesar să se arate că denaturarea de către Tribunal a faptelor sau a elementelor de probă nu a fost susținută de Henkel, pentru prima oară, decât în stadiul de replică. În consecință, având în vedere articolul 42 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, aplicabil procedurii de recurs în temeiul articolului 118 din același regulament, denaturarea faptelor nu poate constitui, în prezenta cauză, un motiv admisibil.

51 Este necesar să se adauge că aceste constatări cu privire la caracteristicile publicului relevant și la atenția, percepția sau atitudinea consumatorilor în hotărârea atacată țin de asemenea de domeniul aprecierilor asupra faptelor.

52 În aceste condiții, motivul potrivit căruia Tribunalul ar fi apreciat în mod eronat în fapt cerințele cu privire la caracterul distinctiv al mărcii solicitate trebuie considerat ca inadmisibil.

53 În sfârșit, Henkel reproșează Tribunalului că nu s-a pronunțat cu privire la problema dacă, pentru aprecierea caracterului distinctiv, trebuie să se raporteze la data depunerii cererii de înregistrare a mărcii sau la cea a deciziei judiciare. Henkel ar fi atras atenția în mod constant asupra faptului că ar fi fost prima societate care a prezentat și a comercializat tablete de produs pentru spălare având forma în litigiu. La data cererii de înregistrare, publicul nu ar fi avut nici cea mai mică dificultate să asocieze produsul concret „tabletă de produs pentru spălarea veselei și a rufelor" cu Henkel în calitate de producător.

54 Este necesar să se arate că Tribunalul a răspuns la acest motiv la punctele 41 și 42 din hotărârea atacată, enunțând că incapacitatea mărcii solicitate de a indica originea produsului, anterior și independent de utilizarea sa în sensul articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94, nu este repusă în discuție de numărul mai mare sau mai mic de tablete similare comercializate deja pe piață și că, în astfel de împrejurări, nu este necesar să se pronunțe cu privire la aspectul momentului relevant pentru aprecierea caracterului distinctiv al mărcii în cauză.

55 Trebuie să se constate că Henkel nu își sprijină motivul pe nicio argumentare circumstanțială care să demonstreze că Tribunalul a statuat în mod eronat asupra acestui aspect. În consecință, acest motiv trebuie respins.

56 Prin urmare, întrucât motivul expus de Henkel este în parte nefondat și în parte inadmisibil, este necesar ca recursul să fie respins.

Cu privire la cheltuielile de judecată

57 Potrivit articolului 69 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, aplicabil procedurii de recurs în temeiul articolului 118 din același regulament, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât OAPI a solicitat obligarea Henkel, iar Henkel a căzut în pretenții, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a opta) declară și hotărăște:

1) Respinge recursul.

2) Obligă Henkel KGaA la plata cheltuielilor de judecată.

Semnături