ARRÊT DU TRIBUNAL (deuxième chambre élargie)
20 mars 2002 *

Dans l'affaire T-356/00,

DaimlerChrysler AG, établie à Stuttgart (Allemagne), représentée par M^e^ S. Völker, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. A. von Mühlendahl et D. Schennen, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la troisième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 12 septembre 2000 (affaire R 477/1999-3) concernant l'enregistrement du vocable CARCARD comme marque communautaire,

* Langue de procédure: l'allemand.

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

composé de M. R. M. Moura Ramos, président, M^me^ V. Tiili, MM. J. Pirrung, P. Mengozzi et A. W. H. Meij, juges,

greffier: M. H. Jung,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 24 novembre 2000,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 15 février 2001,

à la suite de l'audience du 21 novembre 2001,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 1^er^ avril 1996, la société Mercedes-Benz AG a présenté une demande de marque verbale communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (ci-après l'«Office») en vertu du règlement

(CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié.

2 La marque dont l'enregistrement est demandé est le vocable CARCARD.

3 Les produits et services pour lesquels l'enregistrement de la marque est demandé relèvent des classes 9, 36, 37, 38, 39 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: «Supports de données exploitables à la machine équipés de programmes et/ou de données, à savoir de données sur des véhicules et/ou des clients et/ou de réparation et/ou de service et/ou d'entretien et/ou de diagnostic et/ou contractuelles et/ou de codage de sécurité, en particulier cartes magnétiques et/ou cartes à puce et/ou cartes de crédit; équipement stationnaire et mobile pour le traitement de l'information; programmes enregistrés sur des supports de données pour le traitement de l'information et/ou de textes et/ou d'images»;

— classe 36: «Crédit-bail d'automobiles avec et/ou sans remorque et facturation afférente; crédit-bail d'automobiles avec et/ou sans montages et facturation afférente; crédit-bail de véhicules de remplacement et facturation afférente; courtage d'assurances, également d'assurances en protection juridique; courtage et facturation de taxes, à savoir de taxes de circulation, de taxes de stationnement, d'unités téléphoniques; courtage et facturation de rétributions pour le transport public de personnes et de marchandises; financement et

financement du chiffre d'affaires et leur courtage; facturation du ravitaillement en carburants; facturation de services et de garanties; facturation d'automobiles avec et/ou sans remorque; facturation de véhicules de remplacement; émission de cartes de crédit et/ou de cartes magnétiques et/ou de cartes à puce; émission de cartes d'identification pour l'autorisation d'accès à des et/ou le paiement de marchandises et services tels que services et/ou garanties et/ou systèmes de bonus et/ou primes et/ou recyclage»;

— classe 37: «Courtage du ravitaillement en carburants; courtage de services et de garanties; entretien de véhicules, en particulier nettoyage, entretien et réparation, y compris le remplacement des pièces nécessaires à leur bon fonctionnement»;

— classe 38: «Courtage de services de télécommunication, à savoir téléphonie, messagerie vocale, renseignements et navigation et localisation, à savoir localisation de véhicules, télédiagnostic, services d'aide et d'urgences, réparations, conseils techniques aux clients; services de télécommunication, à savoir téléphonie, messagerie vocale, renseignements et navigation et localisation, à savoir localisation de véhicules, télédiagnostic, services d'aide et d'urgences, réparations, conseils techniques aux clients»;

— classe 39: «Courtage et/ou location d'automobiles avec et/ou sans remorque et facturation de ces services; courtage et/ou location d'automobiles avec et/ou sans montages et facturation de ces services; courtage et/ou location de véhicules de remplacement et facturation de ces services; offre et location d'emplacements de stationnement; offre de transport de personnes et de marchandises; courtage de services dans le domaine de la logistique du trafic et des transports, à savoir planification de systèmes de transport de personnes et de marchandises; remorquage de véhicules»;

— classe 42: «Services d'une banque de données, à savoir compilation, traitement, archivage, triage, enregistrement, visualisation, sortie, transmission et mise à jour d'informations composant les fichiers, en particulier de données sur le client, de données de réparation, carnet d'entretien électronique, données sur le véhicule, données de diagnostic, données de service, données d'entretien, données contractuelles et codage de sécurité; courtage de services d'une banque de données, à savoir données sur le client, données de réparation, carnet d'entretien électronique, données sur le véhicule, y compris mise à jour de ces données; location et crédit-bail d'équipement pour le traitement de l'information; création de programmes comptables et de facturation; hébergement temporaire; courtage et/ou réservation de logements dans des hôtels ou des pensions».

4 En janvier 1999, le transfert, au profit de la requérante, de la demande a été inscrit au dossier de la demande en vertu des articles 17 et 24 du règlement n° 40/94 ainsi que de la règle 31, paragraphe 8, du règlement (CE) n° 2868/95 de la Commission, du 13 décembre 1995, portant modalités d'application du règlement n° 40/94 (JO L 303, p. 1).

5 Par décision du 9 juin 1999, l'examinateur a rejeté la demande au titre de l'article 38 du règlement n° 40/94, au motif que le vocable CARCARD était descriptif des produits et services concernés et dépourvu de tout caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c) et b), du règlement n° 40/94.

6 Le 6 août 1999, la requérante a formé un recours auprès de l'Office, au titre de l'article 59 du règlement n° 40/94, contre la décision de l'examinateur.

7 Par décision du 12 septembre 2000 (ci-après la «décision attaquée»), la troisième chambre de recours a rejeté le recours, au motif que le vocable en cause tombait sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement n° 40/94.

Conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée;

— condamner l'Office aux dépens.

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

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

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

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

Arguments des parties

11 La requérante souligne que, aux fins de l'appréciation des motifs absolus de refus, il convient d'examiner une marque comme un ensemble, telle qu'elle a été demandée. Néanmoins, en l'espèce, même la décomposition du vocable CARCARD en ses deux éléments ne fait ressortir, selon la requérante, aucune indication descriptive des produits ou services concernés.

12 S'agissant de l'élément «car», la requérante expose que, tout en constituant un terme courant de la langue anglaise, cet élément est fréquemment utilisé, dans des combinaisons les plus diverses, comme élément d'une marque, de sorte que le public est habitué à la présence de marques contenant cet élément.

13 En outre, elle soutient que l'élément «car» n'est pas directement descriptif des produits et services concernés, en ce qu'il ne fait qu'évoquer, tout au plus, l'idée que ceux-ci ont un rapport quelconque avec les véhicules.

14 Quant à l'élément «card», la requérante affirme également que celui-ci, tout en constituant un terme courant de la langue anglaise, est fréquemment utilisé, dans des combinaisons les plus diverses, comme élément d'une marque, de sorte que le public est habitué à la présence de marques contenant cet élément.

15 De même, elle soutient que l'élément «card» n'est pas directement descriptif des produits et services concernés, en ce qu'il ne fait qu'évoquer, tout au plus, l'idée qu'il s'agit d'un objet plat rectangulaire en papier ou en plastique dont la fonction reste cependant incertaine.

16 En ce qui concerne le vocable CARCARD, lu dans son ensemble, la requérante affirme que celui-ci constitue un néologisme ne se trouvant pas dans les dictionnaires courants des langues de la Communauté, y compris l'anglais, et n'existe pas, en tant que tel, ni dans le langage général ni dans un langage technique.

17 De plus, selon la requérante, le vocable en cause n'a pas de signification claire et déterminée, mais évoque seulement des idées vagues et abstraites allant dans le sens d'un objet plat rectangulaire en papier, en carton ou en plastique ayant un rapport quelconque avec les véhicules ou les moyens de transport. Dans ce contexte, la requérante expose que, si le consommateur moyen, attentif et normalement informé y attribue une signification concrète, c'est celle d'une carte de collectionneur sur laquelle est reproduite l'image d'un véhicule.

18 Quant au rapport existant entre le vocable CARCARD, lu dans son ensemble, et les produits et services concernés, la requérante soutient que, contrairement aux énonciations des points 23 et suivants de la décision attaquée, ce vocable ne constitue pas une indication descriptive suffisamment concrète de la destination ou de la qualité de ces produits et services.

19 La requérante fait valoir qu'un impératif de disponibilité d'un signe constitue une limitation immanente des motifs absolus de refus. Par conséquent, selon la requérante, même les signes descriptifs ne sont exclus de l'enregistrement que dans la mesure où leur monopolisation s'oppose au besoin légitime des tiers, en particulier des concurrents, de pouvoir les utiliser librement. En l'espèce, il

n'existe pas d'impératif de disponibilité à l'égard du vocable en cause, étant donné que celui-ci n'est pas utilisé pour décrire les produits et services concernés et qu'il n'est pas non plus nécessaire de l'utiliser à cette fin. Selon la requérante, un tel impératif de disponibilité ne saurait être basé sur les seules associations vagues évoquées par ce vocable.

20 De plus, la requérante soutient que, dans le cas de l'enregistrement de la marque CARCARD, l'utilisation des éléments «car» et «card», isolés ou dans d'autres combinaisons, ne pourrait pas être empêchée par la requérante, étant donné qu'une marque n'est protégée que telle qu'elle est demandée.

21 Enfin, la requérante fait valoir que l'enregistrement de la marque litigieuse correspondrait à la pratique décisionnelle suivie par les chambres de recours. Elle invoque, à cet égard, les décisions des chambres de recours admettant le caractère enregistrable des marques verbales NETMEETING, CareService, Schülerhilfe, GLOBAL CARE, MEGATOURS, SAFETYTECH, STEAM TERMINAL, Pro-Bank, FIXIT, TOP-LOK, helpLine, HYPERLITE, Tensiontech, SAFEJAW, SURESEAL, FOILGUARD, OMNICARE, ZONEMESSAGE, BIDWATCH, Oilgear et TELESCAN.

22 L'Office récuse l'argumentation de la requérante et considère que les produits concernés relevant de la classe 9 «décrivent directement l'objet d'une telle 'CARCARD' tenant lieu de support de données». Quant aux services concernés relevant des classes 36 à 39 et 42, l'Office soutient qu'ils «décrivent le domaine d'utilisation d'une telle 'CARCARD' utilisée comme support de données relatives au véhicule ou à son propriétaire ainsi que comme un moyen de paiement sans argent liquide». À cet égard, l'Office affirme que le caractère descriptif doit être considéré dans le contexte de la progression des cartes de crédit, des cartes bancaires, des cartes de téléphone et de nombreuses cartes magnétiques similaires permettant d'accéder à des services et de procéder à des transactions sans argent liquide. Partant, l'Office considère que le vocable en cause ne constitue pas un terme vague ou simplement allusif mais bien une indication immédiate de la qualité et de la destination, sans comprendre d'élément additionnel qui irait au-delà de cette simple indication.

Appréciation du Tribunal

23 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, sont refusées à l'enregistrement «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 de services, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci». En outre, l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 énonce que le «paragraphe 1 est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de la Communauté».

24 L'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 empêche que les signes ou indications visés par lui soient réservés à une seule entreprise en raison de leur enregistrement en tant que marque. Cette disposition poursuit ainsi un but d'intérêt général, lequel exige que de tels signes ou indications puissent être librement utilisés par tous (voir, par analogie, arrêt de la Cour du 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 et C-109/97, Rec. p. I-2779, point 25).

25 Dans cette perspective, les signes et les indications visés par l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 sont ceux qui peuvent servir, dans un usage normal du point de vue du public ciblé, pour désigner soit directement, soit par la mention d'une de ses caractéristiques essentielles, le produit ou le service pour lequel l'enregistrement est demandé (arrêt de la Cour du 20 septembre 2001, Procter & Gamble/OHMI, C-383/99 P, Rec. p. I-6251, point 39). Partant, l'appréciation du caractère descriptif d'un signe ne peut être opérée que, d'une part, par rapport aux produits ou services concernés et, d'autre part, par rapport à la compréhension qu'en a un public ciblé déterminé.

26 En l'espèce, la chambre de recours a constaté, au point 26 de la décision attaquée, que les produits et services concernés visent le consommateur moyen de manière générale, ce que la requérante n'a pas contesté. Or, il y a lieu de considérer que les

consommateurs moyens sont censés être normalement informés et raisonnablement attentifs et avisés [voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 26, et arrêt du Tribunal du 7 juin 2001, DKV/OHMI (EuroHealth), T-359/99, Rec. p. II-1645, point 27]. Par ailleurs, le vocable en cause étant composé d'éléments de la langue anglaise, le public ciblé pertinent est un public anglophone.

27 Concernant l'argument de la requérante selon lequel des tiers, et plus particulièrement ses concurrents, n'auraient pas besoin d'utiliser le vocable en cause pour désigner les produits et services visés dans la demande, il y a lieu de relever que, au point 35 de l'arrêt Windsurfing Chiemsee, précité, la Cour a considéré que l'application de l'article 3, paragraphe 1, sous c), de la 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 libellé est, en substance, identique à celui de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, ne dépend pas de l'existence d'un impératif de disponibilité concret, actuel et sérieux.

28 Dès lors, ainsi que l'Office l'a relevé à juste titre, il convient uniquement, aux fins de l'application de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, d'examiner, sur la base d'une signification donnée du signe verbal en cause, s'il existe, du point de vue du public ciblé, un rapport suffisamment direct et concret entre le signe et les catégories de produits ou services pour lesquelles l'enregistrement est demandé.

29 À titre liminaire, il convient de relever que le vocable CARCARD est composé d'un substantif principal (card) et d'un substantif qualificatif (car). Or, ce vocable n'est pas inhabituel dans sa structure. En effet, il ne présente pas d'écart par rapport aux règles lexicales de la langue anglaise mais est formé en concordance avec celles-ci.

30 En ce qui concerne la signification du vocable CARCARD, il ressort des points 19 et 22 de la décision attaquée ainsi que des explications que l'Office a fournies dans son mémoire en réponse que, pour l'Office, ce vocable signifie «carte d'automobile» ou «carte pour automobile». À cet égard, est dépourvue de pertinence l'allégation de la requérante selon laquelle le vocable en cause n'a pas de signification claire et déterminée. En effet, en prenant en considération les produits et services pour lesquels l'enregistrement est demandé, la signification retenue par la chambre de recours se révèle correcte. Or, il convient de rappeler que, pour tomber sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, il suffit qu'un signe verbal, dans l'une au moins de ses significations potentielles, désigne une caractéristique des produits ou services concernés.

31 Quant à la nature du rapport existant entre le vocable CARCARD et les produits et services concernés, la chambre de recours a considéré, aux points 23 et 24 de la décision attaquée, que ce vocable désigne la qualité et la destination de ces derniers.

32 En ce qui concerne, en premier lieu, les catégories de produits dénommés «supports de données exploitables à la machine équipés de programmes et/ou de données, à savoir de données sur des véhicules et/ou des clients et/ou de réparation et/ou de service et/ou d'entretien et/ou de diagnostic et/ou contractuelles et/ou de codage de sécurité, en particulier cartes magnétiques et/ou cartes à puce et/ou cartes de crédit», relevant de la classe 9, il y a lieu de considérer que le vocable CARCARD, lu dans son ensemble, peut servir pour en désigner tant l'espèce que la qualité. En effet, ces produits constituent des formes spécifiques de carte. En outre, le fait d'être lié à une voiture doit être considéré comme une qualité de ces produits qui est susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public ciblé et qui, dès lors, en constitue une caractéristique essentielle. Partant, il existe, du point de vue du public ciblé, un rapport suffisamment direct et concret entre le vocable CARCARD et ces produits.

33 De même, pour les catégories de services dénommées «émission de cartes de crédit et/ou de cartes magnétiques et/ou de cartes à puce; émission de cartes d'identification pour l'autorisation d'accès à des et/ou le paiement de mar-

chandises et services tels que services et/ou garanties et/ou systèmes de bonus et/ou primes et/ou recyclage», relevant de la classe 36, le vocable CARCARD peut servir pour en désigner la qualité. En effet, ces services ont trait à la commercialisation de cartes. En outre, si ces services peuvent également se rapporter à des cartes n'étant pas liées à une voiture et si le vocable CARCARD n'est donc pas descriptif de tous les services relevant de ces catégories, il convient de relever que la requérante a demandé l'enregistrement du vocable en cause pour chacune de celles-ci dans leur ensemble sans faire de distinctions. Dès lors, il y a lieu de confirmer l'appréciation de la chambre de recours en ce qu'elle porte sur ces catégories de services dans leur ensemble (voir, en ce sens, arrêt EuroHealth, précité, point 33).

34 En deuxième lieu, il convient d'examiner si le vocable CARCARD est descriptif par rapport aux catégories de services suivantes:

— «[c]rédit-bail d'automobiles avec et/ou sans remorque et facturation afférente; crédit-bail d'automobiles avec et/ou sans montages et facturation afférente; crédit-bail de véhicules de remplacement et facturation afférente; courtage d'assurances, également d'assurances en protection juridique; courtage et facturation de taxes, à savoir de taxes de circulation, de taxes de stationnement; courtage et facturation de rétributions pour le transport public de personnes et de marchandises; facturation du ravitaillement en carburants; facturation d'automobiles avec et/ou sans remorque; facturation de véhicules de remplacement», relevant de la classe 36;

— «courtage du ravitaillement en carburants; entretien de véhicules, en particulier nettoyage, entretien et réparation, y compris le remplacement des pièces nécessaires à leur bon fonctionnement», relevant de la classe 37;

— «courtage de services de télécommunication, à savoir navigation et localisation, à savoir localisation de véhicules, télédiagnostic, services d'aide et

d'urgences, réparations, conseils techniques aux clients; services de télécommunication, à savoir navigation et localisation, à savoir localisation de véhicules, télédiagnostic, services d'aide et d'urgences, réparations, conseils techniques aux clients», relevant de la classe 38;

— «courtage et/ou location d'automobiles avec et/ou sans remorque et facturation de ces services; courtage et/ou location d'automobiles avec et/ou sans montages et facturation de ces services; courtage et/ou location de véhicules de remplacement et facturation de ces services; offre et location d'emplacements de stationnement; offre de transport de personnes et de marchandises; courtage de services dans le domaine de la logistique du trafic et des transports, à savoir planification de systèmes de transport de personnes et de marchandises; remorquage de véhicules», relevant de la classe 39;

— «services d'une banque de données, à savoir compilation, traitement, archivage, triage, enregistrement, visualisation, sortie, transmission et mise à jour d'informations composant les fichiers, en particulier de données sur le client, de données de réparation, carnet d'entretien électronique, données sur le véhicule, données de diagnostic, données de service, données d'entretien, données contractuelles et codage de sécurité; courtage de services d'une banque de données, à savoir données sur le client, données de réparation, carnet d'entretien électronique, données sur le véhicule, y compris mise à jour de ces données», relevant de la classe 42.

35 En ce qui concerne les services relevant des catégories mentionnées au point précédent, il y a lieu de considérer que ces services présentent un lien immédiat avec le fonctionnement et l'utilisation d'une voiture. Dès lors, le fait d'être accessible et payable au moyen d'une carte liée à une voiture constitue une qualité de ces services qui est susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public ciblé.

36 En outre, il ne saurait certes être exclu que les catégories de services mentionnées au point 34 ci-dessus incluent également des services ne présentant aucun lien avec le fonctionnement et l'utilisation d'une voiture et/ou fournis dans des conditions n'impliquant l'emploi d'aucune carte et que, partant, le vocable CARCARD n'est pas descriptif de tous les services relevant de ces catégories. À cet égard, il convient de relever que la requérante a demandé l'enregistrement du vocable en cause pour chacune de celles-ci dans leur ensemble sans faire de distinction. Dès lors, il y a lieu de confirmer l'appréciation de la chambre de recours en ce qu'elle porte sur ces catégories de services dans leur ensemble (voir, en ce sens, arrêt EuroHealth, précité, point 33).

37 Partant, il existe, du point de vue du public ciblé, un rapport suffisamment direct et concret entre le vocable CARCARD et les services relevant des catégories mentionnées au point 34 ci-dessus.

38 En ce qui concerne l'argument de la requérante relatif aux décisions des chambres de recours admettant le caractère enregistrable d'autres marques, il convient d'observer que des motifs de fait ou de droit figurant dans une décision antérieure peuvent constituer des arguments à l'appui d'un moyen tiré de la violation d'une disposition du règlement n° 40/94. Néanmoins, force est de constater que, en l'espèce, la requérante n'a pas invoqué l'existence, dans les décisions citées concernant d'autres marques, de motifs qui seraient susceptibles de mettre en cause l'appréciation donnée ci-dessus. En outre, l'Office relève à juste titre qu'aucune des marques auxquelles se réfèrent les décisions invoquées par la requérante ne présente un élément commun avec le vocable CARCARD.

39 Il s'ensuit que le vocable CARCARD peut servir, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, du point de vue du public ciblé, pour désigner des caractéristiques essentielles des produits et services relevant des catégories visées aux points 32 à 34 ci-dessus.

40 En ce qui concerne, en troisième lieu, les produits relevant des catégories dénommées «équipement stationnaire et mobile pour le traitement de l'information; programmes enregistrés sur des supports de données pour le traitement de l'information et/ou de textes et/ou d'images», relevant de la classe 9, il n'apparaît pas que le vocable CARCARD puisse servir pour en désigner une qualité. En outre, à supposer même que ces produits puissent être utilisés dans un contexte fonctionnel impliquant également une carte liée à une voiture, ce fait ne suffirait pas pour conclure que le vocable CARCARD peut servir pour désigner la destination des produits sus-mentionnés. En effet, une telle utilisation en constituerait, tout au plus, un des multiples domaines d'application mais non pas une fonctionnalité technique. Enfin, il ne saurait être allégué que le vocable en cause puisse servir pour désigner une autre caractéristique essentielle quelconque de ces produits.

41 En quatrième lieu, il convient d'examiner si le vocable CARCARD est descriptif par rapport aux catégories de services suivantes:

— «courtage et facturation de taxes, à savoir de taxes d'unités téléphoniques; financement et financement du chiffre d'affaires et leur courtage; facturation de services et de garanties», relevant de la classe 36;

— «courtage de services et de garanties», relevant de la classe 37;

— «courtage de services de télécommunication, à savoir téléphonie, messagerie vocale, renseignements; services de télécommunication, à savoir téléphonie, messagerie vocale, renseignements», relevant de la classe 38;

— «location et crédit-bail d'équipement pour le traitement de l'information; création de programmes comptables et de facturation; hébergement temporaire; courtage et/ou réservation de logements dans des hôtels ou des pensions», relevant de la classe 42.

42 S'agissant de ces services, il n'apparaît pas que ceux-ci présentent un lien immédiat avec le fonctionnement et l'utilisation d'une voiture. Dès lors, à supposer même que le fait d'être accessible et payable au moyen d'une carte constitue une qualité de ces services susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public ciblé, le fait que cette carte soit liée à une voiture ne saurait être considéré comme un élément supplémentaire entrant dans ce choix. Or, il convient d'apprécier le caractère descriptif d'un signe composé de plusieurs éléments au vu de tous ces éléments et non au vu d'un seul. Dès lors, le vocable CARCARD, considéré au vu de tous ses éléments et lu dans son ensemble, ne peut pas servir pour désigner une qualité de ces services.

43 En ce qui concerne, plus particulièrement, les catégories de services dénommées «facturation de services et de garanties» et «courtage de services et de garanties», il ne saurait, certes, être exclu que ces catégories couvrent également des services qui présentent un lien avec le fonctionnement et l'utilisation d'une voiture et qui sont fournis dans des conditions impliquant l'emploi d'une carte. Cependant, à supposer même, que, dans une telle hypothèse, le vocable CARCARD soit descriptif pour une partie des services relevant de ces catégories, il convient de relever que, au vu de l'étendue de ces catégories de services, il ne s'agirait, en tout état de cause, que d'une partie négligeable. Dès lors, la jurisprudence citée au point 36 ci-dessus ne saurait s'appliquer à un tel cas de figure.

44 Par ailleurs, il n'apparaît pas non plus que le vocable CARCARD puisse servir pour désigner la destination ou une autre caractéristique essentielle quelconque des services relevant des catégories mentionnées au point 41 ci-dessus.

45 À cet égard, la chambre de recours a considéré, au point 24 de la décision attaquée, que les services relevant des classes 38 et 42, tels que la télécommunication ou l'hébergement temporaire, constitueraient des services dont le caractère annexe, par rapport à ceux présentant un lien immédiat avec le fonctionnement et l'utilisation d'une voiture, apparaîtrait à l'évidence. Dans le même sens, l'Office a développé, dans son mémoire en réponse et lors de l'audience, une argumentation selon laquelle il ressortirait des déclarations faites par la requérante que celle-ci commercialise ou entend commercialiser les services mentionnés au point 41 ci-dessus dans le cadre d'un système complexe. Au sein de ce système, qui impliquerait l'utilisation des produits relevant des catégories visées au point 40 ci-dessus, la carte, proposée aux acheteurs des véhicules qu'elle fabrique, donnerait accès à un ensemble de services comprenant, outre les services mentionnés au point 41 ci-dessus, ceux mentionnés au point 34 ci-dessus. L'Office en déduit que le caractère descriptif du vocable CARCARD doit être apprécié, par rapport à l'ensemble des catégories de produits et de services visées dans la demande d'enregistrement, à la lumière du concept de commercialisation envisagé, voire mis en œuvre, par la requérante.

46 Cependant, il y a lieu de relever que, contrairement à ce que prétend l'Office, le caractère descriptif d'un signe doit être apprécié individuellement par rapport à chacune des catégories de produits et/ou de services visées dans la demande d'enregistrement. Est sans pertinence, aux fins de l'appréciation du caractère descriptif d'un signe par rapport à une catégorie déterminée de produits et/ou de services, la question de savoir si le demandeur de la marque en cause envisage ou met en œuvre un certain concept de commercialisation impliquant, outre les produits et/ou services relevant de cette catégorie, des produits et/ou services relevant d'autres catégories. En effet, l'existence d'un concept de commercialisation est un facteur extrinsèque au droit conféré par la marque communautaire. En outre, un concept de commercialisation, ne dépendant que du choix de l'entreprise concernée, est susceptible de changer postérieurement à l'enregistrement du signe en tant que marque communautaire et ne saurait donc avoir une incidence quelconque sur l'appréciation de son caractère enregistrable.

47 Il s'ensuit que le vocable CARCARD ne peut pas servir, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, du point de vue du public ciblé, pour désigner une des caractéristiques essentielles des produits et services relevant des catégories visées aux points 40 et 41 ci-dessus.

48 Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 doit être accueilli en ce qui concerne les catégories de produits et de services visées aux points 40 et 41 ci-dessus et rejeté en ce qui concerne les autres catégories de produits et de services visées aux points 32 à 34 ci-dessus.

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

Arguments des parties

49 La requérante soutient qu'il résulte de la formule «dépourvues de caractère distinctif», figurant à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, que tout degré de caractère distinctif — si faible soit-il — suffit pour justifier l'enregistrement d'un signe en tant que marque et que, par conséquent, lors de l'appréciation du caractère distinctif, une approche trop stricte est interdite.

50 En ce qui concerne le vocable en cause, la requérante affirme que celui-ci, en tant que néologisme dépourvu de signification claire, est doté d'un élément créatif ainsi que d'un minimum de surcroît de fantaisie lui conférant le minimum de caractère distinctif requis. À cet égard, la requérante observe que le caractère original et la fantaisie du vocable en cause résultent également de l'assonance des éléments «car» et «card», qui conduit, lors de la prononciation, à un doublement phonétique inhabituel et facile à mémoriser de la syllabe «car».

51 De plus, elle expose que, le mot «carcard» n'étant jusqu'à présent utilisé, tout au plus, que pour désigner une carte de collectionneur sur laquelle est reproduite l'image d'un véhicule, la transposition de ce mot dans un contexte différent sera considérée, par les milieux concernés, comme inhabituelle et présentant un élément de fantaisie.

52 En outre, la requérante invoque des décisions des chambres de recours admettant le caractère enregistrable d'autres marques (voir ci-dessus point 21).

53 L'Office fait valoir que le vocable CARCARD, étant composé exclusivement d'indications descriptives des produits et services concernés, à l'exclusion de tout autre élément susceptible de rendre le vocable globalement apte à distinguer les produits de la requérante de ceux d'autres entreprises, est dépourvu de caractère distinctif. À cet égard, l'Office soutient que les consommateurs ciblés comprennent le vocable en cause non pas comme une référence à une entreprise déterminée, mais uniquement comme une référence générale à une carte d'automobile (ou pour automobile), assortie de certaines fonctions permettant l'accès à des services.

Appréciation du Tribunal

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

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

56 En l'espèce, pour autant que la décision attaquée concerne les produits et services pour lesquels il a été jugé au point 39 ci-dessus que le vocable CARCARD est descriptif, il y a lieu de rappeler que, selon une jurisprudence bien établie, il suffit qu'un des motifs absolus de refus s'applique pour que le signe ne puisse être enregistré comme marque communautaire [arrêts du Tribunal du 26 octobre 2000, Harbinger /OHMI (TRUSTEDLINK), T-345/99, Rec. p. II-3525, point 31; du 26 octobre 2000, Community Concepts/OHMI (Investorworld), T-360/99, Rec. p. II-3545, point 26, et du 31 janvier 2001, Sunrider/OHMI (VITALITE), T-24/00, Rec. p. II-449, point 28]. Dans cette mesure, ce moyen est, dès lors, inopérant.

57 Il y a lieu, en revanche, d'examiner le moyen pour autant que la décision attaquée concerne les catégories de produits et de services visées aux points 40 et 41 ci-dessus.

58 Ainsi qu'il ressort du point 28 de la décision attaquée, la chambre de recours a considéré que la marque verbale en cause est «dépourvue du caractère distinctif minimum requis, puisque le public ciblé la concevra uniquement comme une indication de l'objet des services ou de la destination des produits». La chambre de recours a donc déduit, en substance, l'absence de caractère distinctif du vocable CARCARD de son caractère descriptif. Or, il a été jugé au point 47 ci-dessus que, en ce qui concerne les catégories de produits et de services visées aux points 40 et 41 ci-dessus, l'enregistrement du vocable CARCARD ne pouvait être refusé sur la base de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94. Par conséquent, le raisonnement substantiel développé par la chambre de recours au regard de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 doit être écarté, en ce qu'il est fondé sur l'erreur constatée ci-dessus.

59 En outre, force est de constater que ni la décision attaquée, ni le mémoire en réponse de l'Office, ni les explications que celui-ci a fournies lors de l'audience ne contiennent d'éléments permettant d'établir l'absence de caractère distinctif du vocable CARCARD pour les produits et services relevant des catégories visées aux points 40 et 41 ci-dessus.

60 Il s'ensuit que le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 doit être accueilli en ce qui concerne les catégories de produits et de services visées aux points 40 et 41 ci-dessus et rejeté en ce qui concerne les autres catégories de produits et de services visées aux points 32 à 34 ci-dessus.

61 Il résulte de tout ce qui précède qu'il convient de faire droit au recours en ce qui concerne les catégories de produits et de services visées aux points 40 et 41 ci-dessus et de rejeter le recours pour le surplus.

Sur les dépens

62 Aux termes de l'article 87, paragraphe 3, du règlement de procédure, le Tribunal peut répartir les dépens si les parties succombent respectivement sur un ou plusieurs chefs. En l'espèce, la demande de la requérante n'étant accueillie que pour un nombre limité de catégories de produits et de services, il y a lieu de décider que la requérante supportera ses propres dépens et la moitié des dépens de l'Office.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (deuxième chambre élargie)

déclare et arrête:

1) **La décision de la troisième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 12 septembre 2000 (affaire R 477/1999-3) est annulée en ce qui concerne les catégories de produits et de services suivantes:**

— **«équipement stationnaire et mobile pour le traitement de l'information; programmes enregistrés sur des supports de données pour le traitement de l'information et/ou de textes et/ou d'images», relevant de la classe 9;**

— **«courtage et facturation de taxes, à savoir de taxes d'unités téléphoniques; financement et financement du chiffre d'affaires et leur courtage; facturation de services et de garanties», relevant de la classe 36;**

— «courtage de services et de garanties», relevant de la classe 37;

— «courtage de services de télécommunication, à savoir téléphonie, messagerie vocale, renseignements; services de télécommunication, à savoir téléphonie, messagerie vocale, renseignements», relevant de la classe 38;

— «location et crédit-bail d'équipement pour le traitement de l'information; création de programmes comptables et de facturation; hébergement temporaire; courtage et/ou réservation de logements dans des hôtels ou des pensions», relevant de la classe 42.

2) Le recours est rejeté pour le surplus.

3) La partie requérante supportera ses propres dépens et la moitié des dépens de la partie défenderesse. Cette dernière supportera l'autre moitié de ses dépens.

Moura Ramos Tiili Pirrung

Mengozzi Meij

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 20 mars 2002.

Le greffier

H. Jung

Le président

R. M. Moura Ramos