Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (troisième chambre)

10 juillet 2014*

«Renvoi préjudiciel — Marques — Directive 2008/95/CE — Identification des produits ou des services pour lesquels la protection par la marque est demandée — Exigences de clarté et de précision — Classification de Nice — Commerce de détail — Regroupement de services»

Dans l'affaire C-420/13,

ayant pour objet une demande de décision préjudicielle au titre de l'article 267 TFUE, introduite par le Bundespatentgericht (Allemagne), par décision du 8 mai 2013, parvenue à la Cour le 24 juillet 2013, dans la procédure

Netto Marken-Discount AG & Co. KG

contre

Deutsches Patent- und Markenamt,

LA COUR (troisième chambre),

composée de M. M. Ilešič (rapporteur), président de chambre, MM. C. G. Fernlund, A. Ó Caoimh, Mme C. Toader et M. E. Jarašiūnas, juges,

avocat général: M. M. Wathelet,

greffier: M. K. Malacek, administrateur,

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 30 avril 2014,

considérant les observations présentées:

— pour Netto Marken-Discount AG & Co. KG, par Me M. Rauscher, Rechtsanwalt,

— pour le gouvernement français, par MM. D. Colas et F.-X. Bréchot, en qualité d'agents,

— pour le gouvernement polonais, par M. B. Majczyna, en qualité d'agent,

— pour le gouvernement du Royaume-Uni, par Mme J. Beeko, en qualité d'agent, assistée de Mme S. Ford, barrister,

— pour la Commission européenne, par M. F. W. Bulst et Mme E. Montaguti, en qualité d'agents,

vu la décision prise, l'avocat général entendu, de juger l'affaire sans conclusions,

* Langue de procédure: l'allemand.

rend le présent

Arrêt

1 La demande de décision préjudicielle porte sur l'interprétation de l'article 2 de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 octobre 2008, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO L 299, p. 25, et rectificatif JO 2009, L 11, p. 86).

2 Cette demande a été présentée dans le cadre d'un litige opposant Netto Marken-Discount AG & Co. KG (ci-après «Netto Marken-Discount») au Deutsches Patent- und Markenamt (Office allemand des brevets et des marques, ci-après le «DPMA») au sujet du rejet par ce dernier d'une demande d'enregistrement de marque.

Le cadre juridique

Le droit international

3 Au niveau international, le droit des marques est notamment régi par la convention pour la protection de la propriété industrielle, signée à Paris le 20 mars 1883, révisée en dernier lieu à Stockholm le 14 juillet 1967 et modifiée le 28 septembre 1979 (*Recueil des traités des Nations unies,* vol. 828, n° 11851, p. 305, ci-après la «convention de Paris»). Tous les États membres de l'Union européenne sont parties à cette convention.

4 En vertu de l'article 19 de la convention de Paris, les États auxquels celle-ci s'applique se réservent le droit de prendre séparément, entre eux, des arrangements particuliers pour la protection de la propriété industrielle.

5 Ledit article a servi de base pour l'adoption de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, adopté lors de la conférence diplomatique de Nice le 15 juin 1957, révisé en dernier lieu à Genève le 13 mai 1977 et modifié le 28 septembre 1979 (*Recueil des traités des Nations unies,* vol. 1154, n° I-18200, p. 89, ci-après l'«arrangement de Nice»). Aux termes de l'article 1er de celui-ci:

> «1) Les pays auxquels s'applique le présent Arrangement sont constitués à l'état d'Union particulière et adoptent une classification commune des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques [ci-après la «classification de Nice»].
>
> 2) La classification [de Nice] comprend:
>
> i) une liste des classes, accompagnée, le cas échéant, de notes explicatives;
>
> ii) une liste alphabétique des produits et des services [...], avec l'indication de la classe dans laquelle chaque produit ou service est rangé.
>
> [...]»

6 L'article 2 de l'arrangement de Nice, intitulé «Portée juridique et application de la classification [de Nice]», est libellé comme suit:

«1) Sous réserve des obligations imposées par le présent Arrangement, la portée de la classification [de Nice] est celle qui lui est attribuée par chaque pays de l'Union particulière. Notamment, la classification [de Nice] ne lie les pays de l'Union particulière ni quant à l'appréciation de l'étendue de la protection de la marque, ni quant à la reconnaissance des marques de service.

2) Chacun des pays de l'Union particulière se réserve la faculté d'appliquer la classification [de Nice] à titre de système principal ou de système auxiliaire.

3) Les administrations compétentes des pays de l'Union particulière feront figurer dans les titres et publications officiels des enregistrements des marques les numéros des classes de la classification [de Nice] auxquelles appartiennent les produits ou les services pour lesquels la marque est enregistrée.

4) Le fait qu'une dénomination figure dans la liste alphabétique [des produits et des services] n'affecte en rien les droits qui pourraient exister sur cette dénomination.»

7 La liste de classes de la classification de Nice contient, depuis sa huitième édition entrée en vigueur le 1er janvier 2002, 34 classes de produits et 11 classes de services. Chaque classe est désignée par une ou plusieurs indications générales, appelées communément «intitulé de classe», qui indiquent de manière générale les domaines dont relèvent en principe les produits ou les services de cette classe.

8 Conformément au guide de l'utilisateur de la classification de Nice, pour s'assurer du classement correct de chaque produit ou service, il importe de consulter la liste alphabétique des produits et des services ainsi que les notes explicatives concernant les différentes classes.

9 Dans sa neuvième édition, en vigueur depuis le 1er janvier 2007 et reprise à l'identique dans sa dixième édition en vigueur depuis le 1er janvier 2012, la classification de Nice comporte l'intitulé suivant pour la classe 35, qui concerne des services:

«Publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau.»

10 La note explicative de cette classe est libellée comme suit:

«La classe 35 comprend essentiellement les services rendus par des personnes ou par des organisations dont le but principal est:

1. l'aide dans l'exploitation ou la direction d'une entreprise commerciale ou

2. l'aide à la direction des affaires ou des fonctions commerciales d'une entreprise industrielle ou commerciale,

ainsi que les services des établissements de publicité se chargeant essentiellement de communications au public, de déclarations ou d'annonces par tous les moyens de diffusion et concernant toutes sortes de marchandises ou de services.

Cette classe comprend notamment:

— le regroupement pour le compte de tiers de produits divers (à l'exception de leur transport) permettant aux clients de les voir et de les acheter commodément; ces services peuvent être assurés par des magasins de détail, par des magasins en gros, par l'intermédiaire de catalogues de vente par correspondance ou par des moyens électroniques, par exemple, par l'intermédiaire de sites Web ou d'émissions de téléachat;

— les services comportant l'enregistrement, la transcription, la composition, la compilation ou la systématisation de communications écrites et d'enregistrements, de même que la compilation de données mathématiques ou statistiques;

— les services des agences de publicité, ainsi que des services tels que la distribution de prospectus, directement ou par la poste, ou la distribution d'échantillons. Cette classe peut se référer à la publicité concernant d'autres services, tels que ceux concernant des emprunts bancaires ou la publicité par radio.

Cette classe ne comprend pas notamment:

— les services tels que les évaluations et rapports d'ingénieurs qui ne sont pas en rapport direct avec l'exploitation ou la direction des affaires dans une entreprise commerciale ou industrielle (consulter la liste alphabétique des services).»

11 La liste alphabétique de la classification de Nice identifie, entre autres, les «ventes (promotion des –) pour des tiers» comme relevant de ladite classe 35.

12 La classification de Nice comporte les intitulés suivants, respectivement pour les classes 36, 39, 41 et 45, qui concernent également des services: «Assurances; affaires financières; affaires monétaires; affaires immobilières»; «Transport; emballage et entreposage de marchandises; organisation de voyages»; «Éducation; formation; divertissement; activités sportives et culturelles», et «Services juridiques; services de sécurité pour la protection des biens et des individus; services personnels et sociaux rendus par des tiers destinés à satisfaire les besoins des individus».

Le droit de l'Union

13 Le considérant 13 de la directive 2008/95 énonce:

«Tous les États membres sont liés par la [convention de Paris]. Il est nécessaire que les dispositions de la présente directive soient en harmonie complète avec celles de ladite convention. Les obligations des États membres découlant de cette convention ne devraient pas être affectées par la présente directive. […]»

14 L'article 2 de cette directive dispose:

«Peuvent constituer des marques tous les 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.»

15 Aux termes de l'article 3, paragraphe 1, de la même directive:

«Sont refusés à l'enregistrement ou sont susceptibles d'être déclarés nuls s'ils sont enregistrés:

a) les signes qui ne peuvent constituer une marque;

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;

d) les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications devenus usuels dans le langage courant ou dans les habitudes loyales et constantes du commerce;

[…]»

16 Le libellé des articles 2 et 3 de la directive 2008/95 correspond à celui des articles 2 et 3 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), qui a été abrogée et remplacée par la directive 2008/95 à partir du 28 novembre 2008.

Le droit allemand

17 L'article 3, paragraphe 1, de la loi sur la protection des marques et autres signes distinctifs [Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (Markengesetz)], du 25 octobre 1994 (BGBl. 1994 I, p. 3082, ci-après le «MarkenG»), correspond en substance à l'article 2 de la directive 2008/95.

18 L'article 32, paragraphe 3, du MarkenG dispose:

«Le dépôt doit répondre aux autres conditions de dépôt définies dans un règlement au titre de l'article 65, paragraphe 1, point 2.»

19 L'article 65, paragraphe 1, point 2, du MarkenG énonce:

«Le ministère fédéral de la Justice est habilité à définir, par règlement ne nécessitant pas l'assentiment du Bundesrat, […] d'autres conditions requises pour le dépôt de marques […]»

20 Aux termes de l'article 20, paragraphe 1, du règlement d'exécution du MarkenG (ci-après la «MarkenV»):

«Les produits et services doivent être désignés de manière à permettre de classer chaque produit ou service dans une classe de la nomenclature établie au titre de l'article 19, paragraphe 1.»

21 L'article 19, paragraphe 1, de la MarkenV énonce que «[l]a classification des produits et des services se fait selon la nomenclature de produits et de services figurant à l'annexe 1 du présent règlement». Cette annexe 1 comprend la classe 35 dont les termes correspondent à ceux de la classe 35 de la classification de Nice.

22 L'article 36, paragraphe 4, du MarkenG prévoit:

«Si d'autres irrégularités ne sont pas rectifiées dans un délai fixé par [le DPMA], celui-ci rejette la demande.»

Le litige au principal et les questions préjudicielles

23 Le 10 septembre 2011, Netto Marken-Discount a déposé auprès du DPMA, aux fins de son enregistrement en tant que marque pour des produits et des services relevant des classes 18, 25, 35 et 36 au sens de l'arrangement de Nice, le signe verbal et figuratif suivant:



24 S'agissant de la classe 35, la demande d'enregistrement indiquait:

«Classe 35: services du commerce de détail et de gros, en particulier le regroupement pour le compte de tiers de services divers pour en faciliter l'acquisition par les consommateurs, assurés en particulier aussi par des magasins de détail, par des magasins en gros, par l'intermédiaire de catalogues de vente par correspondance ou par des moyens électroniques, par exemple, par l'intermédiaire de sites Web ou d'émissions de téléachat à l'égard des services suivants: de la classe 35: publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau; de la classe 36: émission de bons d'achat ou de bons de valeur; de la classe 39: organisation de voyages; de la classe 41: divertissement; de la classe 45: services personnels et sociaux destinés à satisfaire les besoins des individus.»

25 Par décision du 10 septembre 2012, le DPMA a, sur le fondement de l'article 36, paragraphe 4, du MarkenG, rejeté la demande d'enregistrement en tant que celle-ci était présentée pour les services de la classe 35, au motif qu'il n'était pas satisfait à la condition énoncée à l'article 20, paragraphe 1, de la MarkenV, les services de ladite classe indiqués dans cette demande ne pouvant pas, selon lui, être clairement distingués d'autres services, ni dans leur nature ni dans leur étendue.

26 Netto Marken-Discount a formé un recours en annulation contre ladite décision de rejet devant la juridiction de renvoi.

27 La juridiction de renvoi relève que la Cour ne s'est pas encore prononcée sur la question de savoir si une protection par la marque peut être obtenue pour un commerce de détail de services. Dans l'hypothèse où cela serait le cas, elle s'interroge sur le degré de précision avec lequel les services concernés par ce commerce de détail doivent être décrits ainsi que sur la possibilité, pour la protection conférée par une marque désignant un tel commerce de détail de services, de s'étendre aussi aux prestations de services accomplies par le détaillant lui-même.

28 C'est dans ces conditions que le Bundespatentgericht a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour les questions préjudicielles suivantes:

«1) Convient-il d'interpréter l'article 2 de la directive [2008/95] en ce sens que, par service au sens de cet article, on entend aussi le commerce de détail de services?

2) Si la première question appelle une réponse affirmative:

Convient-il d'interpréter l'article 2 de la directive en ce sens que les services offerts par le détaillant doivent être aussi bien précisés, dans leur nature, que les produits qu'un détaillant distribue?

a) Les services sont-ils précisés à suffisance en indiquant

i) seulement le type de service en général ou des notions génériques,

ii) seulement la ou les classes ou

iii) chaque service concrètement?

b) Ces indications contribuent-elles alors à fixer le jour de la demande ou bien est-il possible de faire un remplacement ou un ajout lorsque l'indication consiste en des notions génériques ou des classes?

3) Si la première question appelle une réponse affirmative:

Convient-il d'interpréter l'article 2 de la directive [2008/95] en ce sens que le champ de protection de la marque de service du commerce de détail s'étend également aux services que le détaillant accomplit lui-même?»

Sur les questions préjudicielles

Sur la première question

29 Par sa première question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si les prestations d'un détaillant consistant à regrouper des services afin que le consommateur puisse commodément comparer et acquérir ceux-ci peuvent relever de la notion de «services» visée à l'article 2 de la directive 2008/95.

30 Netto Marken-Discount, les gouvernements français et du Royaume-Uni ainsi que la Commission européenne proposent de répondre par l'affirmative à ladite question, tandis que le gouvernement polonais considère qu'il est inutile de qualifier de service un commerce de détail de services.

31 Il y a lieu de rappeler d'emblée que, pour être susceptible de constituer une marque, l'objet de la demande d'enregistrement doit, en vertu de l'article 2 de la directive 2008/95, remplir trois conditions. Premièrement, il doit constituer un signe. Deuxièmement, ce signe doit être susceptible d'une représentation graphique. Troisièmement, ledit signe doit être propre à distinguer les «produits» ou les «services» d'une entreprise de ceux d'autres entreprises (voir, concernant l'article 2 de la directive 89/104, arrêts Libertel, C-104/01, EU:C:2003:244, point 23; Heidelberger Bauchemie, C-49/02, EU:C:2004:384, point 22, et Dyson, C-321/03, EU:C:2007:51, point 28).

32 À cet égard, s'agissant de la notion de «services», il convient de relever que celle-ci n'a pas été définie par le législateur de l'Union et que, pour éviter l'existence de conditions variables d'enregistrement des marques en fonction des législations nationales, il y a lieu de donner une interprétation uniforme à cette notion (voir, en ce sens, arrêt Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, C-418/02, EU:C:2005:425, points 28 à 33).

33 Aux fins d'une telle interprétation, la Cour a déjà jugé, dans une affaire portant sur une demande d'enregistrement de marque introduite par un commerçant détaillant, que des prestations fournies dans le cadre d'un commerce de détail de produits peuvent constituer des services. En effet, le commerce de détail de produits comprend, outre la vente même de ces produits, d'autres activités du détaillant, telles que la sélection d'un assortiment des produits proposés à la vente et diverses prestations visant à inciter le consommateur à acheter ces produits auprès du commerçant en cause plutôt qu'auprès d'un concurrent (voir, en ce sens, arrêt Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, EU:C:2005:425, points 34, 39 et 52).

34 Sans qu'il y ait lieu d'examiner si des services peuvent, à l'instar de produits, faire l'objet d'un «commerce de détail» au sens propre de ces termes, force est de constater, ainsi que l'ont relevé les gouvernements ayant soumis des observations à la Cour ainsi que la Commission, qu'il existe des situations dans lesquelles un opérateur économique sélectionne et présente un assortiment de services de tiers afin que le consommateur puisse choisir parmi ces services auprès d'un interlocuteur unique.

35 Les prestations d'un tel opérateur économique peuvent consister, notamment, en des activités visant à permettre au consommateur de comparer et d'acquérir commodément lesdits services ainsi qu'en des activités publicitaires.

36 De telles prestations de regroupement et de publicité peuvent, le cas échéant, relever de la classe 35 de la classification de Nice, dont l'intitulé et la note explicative sont cités aux points 9 et 10 du présent arrêt. Cette possibilité est corroborée par la liste alphabétique de la classification de Nice, qui inclut les «ventes (promotion des –) pour des tiers» parmi les services qui relèvent de ladite classe.

37 Lesdites prestations relèvent, dans ce cas, de la notion de «services» au sens de l'article 2 de la directive 2008/95. En effet, ainsi que l'énonce le considérant 13 de cette directive, les dispositions de celle-ci doivent être en harmonie complète avec celles de la convention de Paris et ne sauraient affecter les obligations des États membres découlant de cette convention. L'arrangement de Nice ayant été adopté en application de la même convention, ledit article 2 ne saurait être interprété en un sens qui exclurait de la notion de «services» visée par cet article des prestations qui relèvent de l'une des classes de services figurant dans la classification de Nice (voir, par analogie, arrêt Chartered Institute of Patent Attorneys, C-307/10, EU:C:2012:361, point 52).

38 En l'occurrence, il résulte de l'extrait de la demande cité au point 24 du présent arrêt que l'enregistrement en tant que marque du signe verbal et figuratif reproduit au point 23 de celui-ci est sollicité «en particulier» pour des prestations de regroupement de services offerts par des tiers. Si, certes, Netto Marken-Discount a précisé, lors de l'audience devant la Cour, que les services regroupés par elle sont tous offerts par des tiers, les termes «en particulier» pouvaient laisser entendre à l'autorité compétente que cette société n'exclut pas de regrouper des services qui incluent, outre ceux offerts par d'autres opérateurs économiques, des services fournis par elle-même.

39 Toutefois, à supposer même que l'assortiment de services proposé par Netto Marken-Discount puisse inclure des services fournis par elle-même, cette circonstance n'infirme nullement le fait que la prestation décrite dans sa demande d'enregistrement, au moyen des termes «regroupement pour le compte de tiers de services divers pour en faciliter l'acquisition par les consommateurs», est susceptible d'être qualifiée, pour les raisons exposées aux points 34 à 37 du présent arrêt, de service. Sous peine de priver la requérante au principal de la possibilité de faire enregistrer ledit signe en tant que marque pour ce service de regroupement, sa demande d'enregistrement pour la classe 35 de la classification de Nice ne saurait être rejetée au seul motif que l'assortiment de services qu'elle se propose de fournir au consommateur pourrait également inclure des services offerts par elle-même.

40 Eu égard à l'ensemble des considérations qui précèdent, il convient de répondre à la première question que les prestations d'un opérateur économique consistant à regrouper des services afin que le consommateur puisse commodément comparer et acquérir ceux-ci peuvent relever de la notion de «services» visée à l'article 2 de la directive 2008/95.

Sur la deuxième question

41 Par sa deuxième question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si la directive 2008/95 doit être interprétée en ce sens qu'elle exige qu'une demande d'enregistrement de marque pour un service consistant à effectuer un regroupement de services identifie concrètement et précisément les prestations constituant le service de regroupement ainsi que les services regroupés.

42 Il convient de rappeler d'emblée que l'enregistrement d'une marque dans un registre public a pour objet de rendre celle-ci accessible aux autorités compétentes et au public, en particulier aux opérateurs économiques (arrêts Heidelberger Bauchemie, EU:C:2004:384, point 28, et Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, point 46).

43 D'une part, les autorités compétentes doivent connaître avec suffisamment de clarté et de précision les produits ou les services visés par une marque afin d'être en mesure de remplir leurs obligations relatives à l'examen préalable des demandes d'enregistrement ainsi qu'à la publication et au maintien d'un registre approprié et précis des marques. D'autre part, les opérateurs économiques doivent pouvoir s'assurer avec clarté et précision des enregistrements effectués ou des demandes d'enregistrement formulées par leurs concurrents actuels ou potentiels et bénéficier ainsi d'informations pertinentes concernant les droits des tiers (arrêt Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, points 47 et 48).

44 Par conséquent, la directive 2008/95 exige que les produits ou les services pour lesquels la protection par la marque est demandée soient identifiés par le demandeur avec suffisamment de clarté et de précision pour permettre aux autorités compétentes et aux opérateurs économiques, sur cette seule base, de déterminer l'étendue de la protection demandée (arrêt Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, point 49).

45 Pour remplir cette exigence, il n'est pas nécessaire que l'auteur d'une demande d'enregistrement d'une marque pour un service de regroupement désigne concrètement chacune des activités dont ce service est constitué (voir, en ce sens, arrêts Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, EU:C:2005:425, point 49, et Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, point 45). Une description telle que celle figurant dans la demande d'enregistrement présentée par Netto Marken-Discount, aux termes de laquelle le service en question vise, en particulier, le «regroupement pour le compte de tiers de services divers pour en faciliter l'acquisition par les consommateurs, assurés en particulier aussi par des magasins de détail, par des magasins en gros, par l'intermédiaire de catalogues de vente par correspondance ou par des moyens électroniques, par exemple, par l'intermédiaire de sites Web ou d'émissions de téléachat», permet aux autorités compétentes et aux opérateurs économiques de comprendre que la demande est faite pour un service qui consiste à sélectionner et à présenter un assortiment de services afin que le consommateur puisse choisir parmi ceux-ci auprès d'un interlocuteur unique.

46 Il est, en revanche, nécessaire que l'auteur de la demande d'enregistrement d'une marque pour un service de regroupement de services désigne avec suffisamment de clarté et de précision ces derniers (voir, par analogie, arrêts Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, EU:C:2005:425, point 50, et Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, point 45).

47 En effet, en l'absence d'une identification suffisamment claire et précise des services que le demandeur envisage de sélectionner et de présenter au consommateur, il peut en particulier s'avérer difficile, voire impossible, pour les autorités compétentes d'effectuer un examen complet de la demande. Lorsque ces dernières ne peuvent pas déduire de la demande quels services sont visés par le demandeur, elles ne pourront pas convenablement examiner, notamment, si le signe faisant l'objet de la demande d'enregistrement en tant que marque est descriptif de l'un ou de plusieurs des services que ce demandeur envisage de sélectionner et de présenter.

48 En l'occurrence, Netto Marken-Discount s'est référée, pour identifier les services qu'elle envisage de regrouper, aux classes 35, 36, 39, 41 et 45 de la classification de Nice. Or, s'agissant de la plupart de ces classes, elle s'est bornée à utiliser des indications générales figurant dans les intitulés de celles-ci.

49 À cet égard, il y a lieu de rappeler que certaines des indications générales figurant dans les intitulés des classes de la classification de Nice recouvrent des produits ou des services tellement variés qu'elles ne sont pas susceptibles de satisfaire à l'exigence de clarté et de précision. Il s'ensuit que les seuls cas dans lesquels la directive 2008/95 autorise l'utilisation sans description supplémentaire d'indications générales figurant dans lesdits intitulés sont ceux pour lesquels ces indications générales sont, par elles-mêmes, suffisamment claires et précises pour permettre aux autorités compétentes et aux opérateurs économiques de déterminer l'étendue de la protection demandée (voir arrêt Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, points 54 et 56).

50 Il appartient aux autorités compétentes d'apprécier si des indications telles que «divertissement» et «services personnels et sociaux destinés à satisfaire les besoins des individus», utilisées dans la demande d'enregistrement présentée par Netto Marken-Discount, satisfont aux exigences de clarté et de précision requises (voir, par analogie, arrêt Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, point 55).

51 Il convient, au demeurant, de rappeler que, lorsque l'auteur d'une demande d'enregistrement d'une marque utilise, pour une classe particulière, toutes les indications générales et donc l'intitulé entier de celle-ci, il doit, en tout état de cause, préciser s'il vise l'ensemble des produits ou des services répertoriés dans la liste alphabétique de cette classe ou seulement certains de ceux-ci. Au cas où la demande porterait uniquement sur certains desdits produits ou services, le demandeur est tenu de préciser quels produits ou services relevant de cette classe sont visés (arrêt Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, point 61).

52 En l'espèce, Netto Marken-Discount a indiqué dans sa demande d'enregistrement que le service de regroupement pour lequel elle demande la protection par la marque porte, entre autres, sur le regroupement de services de «publicité; gestion des affaires commerciales; administration commerciale; travaux de bureau». Sous réserve de vérification par la juridiction de renvoi, il apparaît que ladite demande ne précise pas si, en citant l'intitulé entier de la classe 35 de la classification de Nice, la requérante au principal sollicite la protection par cette marque pour le regroupement de tous les services répertoriés dans la liste alphabétique de cette classe ou uniquement pour le regroupement de certains de ces services. Or, eu égard à l'existence de différentes approches au sein de l'Union quant à la manière dont l'utilisation de l'intitulé d'une classe de la classification de Nice doit être comprise, une demande qui ne permet pas d'établir si, par l'utilisation de l'intitulé d'une classe, le demandeur vise l'ensemble ou uniquement une partie des produits ou services de celle-ci ne saurait être considérée comme suffisamment claire et précise (arrêt Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, points 58, 59 et 62).

53 Eu égard à ce qui précède, il convient de répondre à la deuxième question que la directive 2008/95 doit être interprétée en ce sens qu'elle exige qu'une demande d'enregistrement de marque pour un service de regroupement de services soit formulée avec suffisamment de clarté et de précision pour permettre aux autorités compétentes et aux autres opérateurs économiques de savoir quels sont les services que le demandeur envisage de regrouper.

Sur la troisième question

54 La troisième question posée par la juridiction de renvoi, qui porte sur le point de savoir quelle est la portée de la protection conférée par une marque pour un service de regroupement de services, est, ainsi que l'ont relevé Netto Marken-Discount et la Commission, manifestement sans rapport avec le litige au principal, celui-ci portant exclusivement sur le refus du DPMA d'enregistrer en tant que marque le signe verbal et figuratif reproduit au point 23 du présent arrêt pour un service de regroupement de services.

55 Par conséquent, en application de la jurisprudence constante de la Cour selon laquelle une demande de décision préjudicielle introduite par une juridiction nationale doit être rejetée lorsqu'il apparaît de manière manifeste que l'interprétation sollicitée du droit de l'Union n'a aucun rapport avec la réalité ou l'objet du litige au principal (voir, notamment, arrêts Cipolla e.a., C-94/04 et C-202/04, EU:C:2006:758, point 25, ainsi que Jakubowska, C-225/09, EU:C:2010:729, point 28), la troisième question doit être déclarée irrecevable.

Sur les dépens

56 La procédure revêtant, à l'égard des parties au principal, le caractère d'un incident soulevé devant la juridiction de renvoi, il appartient à celle-ci de statuer sur les dépens. Les frais exposés pour soumettre des observations à la Cour, autres que ceux desdites parties, ne peuvent faire l'objet d'un remboursement.

Par ces motifs, la Cour (troisième chambre) dit pour droit:

1) **Les prestations d'un opérateur économique consistant à regrouper des services afin que le consommateur puisse commodément comparer et acquérir ceux-ci peuvent relever de la notion de «services» visée à l'article 2 de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 octobre 2008, rapprochant les législations des États membres sur les marques.**

2) **La directive 2008/95 doit être interprétée en ce sens qu'elle exige qu'une demande d'enregistrement de marque pour un service de regroupement de services soit formulée avec suffisamment de clarté et de précision pour permettre aux autorités compétentes et aux autres opérateurs économiques de savoir quels sont les services que le demandeur envisage de regrouper.**

Signatures