HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a șaptea)

1 iulie 2026 *

„Marcă a Uniunii Europene – Cerere de înregistrare a mărcii Uniunii Europene verbale FOR BETTER GAMING – VEIKKAUS – Motiv absolut de refuz – Lipsa caracterului distinctiv – Articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (UE) 2017/1001 – Element al mărcii care prezintă un caracter distinctiv dobândit prin utilizare – Articolul 7 alineatul (3) din Regulamentul 2017/1001”

În cauza T-615/25,

Veikkaus Oy, cu sediul în Helsinki (Finlanda), reprezentată de M. Nousiainen, avocat,

reclamantă,

împotriva

Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), reprezentat de T. Frydendahl, în calitate de agent,

pârât,

TRIBUNALUL (Camera a șaptea),

compus din domnii K. Kecsmár, președinte, L. Madise (raportor) și P. Nihoul, judecători,

grefier: domnul V. Di Bucci,

având în vedere faza scrisă a procedurii,

având în vedere că niciuna dintre părți nu a formulat, în termen de trei săptămâni de la comunicarea terminării fazei scrise a procedurii, o cerere de organizare a unei ședințe și întrucât a decis, în temeiul articolului 106 alineatul (3) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, să se pronunțe fără parcurgerea fazei orale a procedurii,

pronunță prezenta

* Limba de procedură: finlandeza.

Hotărâre

1 Prin acțiunea întemeiată pe articolul 263 TFUE, reclamanta, Veikkaus Oy, solicită anularea în parte a Deciziei Camerei a patra de recurs a Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO) din 10 iulie 2025 (cauza R 829/2025-4) (denumită în continuare „decizia atacată”).

Istoricul cauzei

2 La 27 august 2024, reclamanta a depus la EUIPO o cerere de înregistrare a unei mărci a Uniunii Europene pentru semnul verbal FOR BETTER GAMING - VEIKKAUS.

3 Marca solicitată desemna serviciile din clasele 35, 41 și 42 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare, și care corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

– clasa 35: „Servicii de consultanță comercială; servicii de vânzare cu amănuntul de programe informatice, de programe de divertisment legate de jocuri informatice, de programe descărcabile, de programe de jocuri electronice și de jocuri video descărcabile; servicii de vânzare cu amănuntul de programe de jocuri informatice care conțin multimedia interactivă, de programe de jocuri pentru telefoane mobile, smartphone-uri, tablete și alte dispozitive electronice mobile; servicii de vânzare cu amănuntul de software de jocuri descărcabile pe telefoane mobile, smartphone-uri, tablete și alte dispozitive electronice mobile; servicii de vânzare cu amănuntul de aplicații care conțin jocuri pe calculator; servicii de vânzare cu amănuntul de jocuri virtuale și de software de jocuri; servicii de vânzare cu amănuntul de extensii și componente pentru jocuri pe calculator și jocuri video”;

– clasa 41: „Divertisment; organizarea și prezentarea de competiții; divertisment televizat; servicii de divertisment online; furnizarea de servicii de jocuri [direct pe rețelele informatice]; furnizarea de jocuri online prin Internet; servicii de jocuri legate de pariuri; servicii de pariuri; servicii de pariuri online; servicii de divertisment legate de pariurile hipice; servicii de cazinou, jocuri de noroc și jocuri de noroc; organizarea de loterii; servicii de rezultate sportive; servicii de săli de jocuri; servicii de formare legate de jocuri; furnizarea online de publicații electronice care nu pot fi descărcate; servicii de jocuri virtuale oferite online printr-o rețea informatică; servicii de săli de jocuri bazate pe realitatea virtuală”;

– clasa 42: „Servicii de proiectare a jocurilor; testarea, verificarea și controlul calității; servicii științifice și tehnologice; proiectarea, dezvoltarea și întreținerea de programe informatice și de site-uri de jocuri de noroc online; întreținerea site-urilor de jocuri online”.

4 Prin decizia din 11 martie 2025, examinatorul a respins, pentru serviciile menționate la punctul 3 de mai sus, cererea de înregistrare a mărcii solicitate, în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) coroborat cu articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene (JO 2017, L 154, p. 1).

5 La 7 mai 2025, reclamanta a formulat o cale de atac la EUIPO împotriva deciziei examinatorului.

6 Prin decizia atacată, camera de recurs a admis recursul în ceea ce privește următoarele servicii:

– clasa 35: „Servicii de consultanță comercială”;

– clasa 41: „Furnizarea online de publicații electronice care nu pot fi descărcate”;

– clasa 42: „Testarea, verificarea și controlul calității; servicii științifice și tehnologice”.

7 În schimb, camera de recurs a respins recursul în ceea ce privește serviciile desemnate de marca solicitată, altele decât cele menționate la punctul 6 de mai sus (denumite în continuare „serviciile în cauză”), pentru motivul că marca respectivă era lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001 coroborat cu articolul 7 alineatul (2) din acest regulament. Aceasta a considerat în esență că marca solicitată ar fi înțeleasă de partea finofonă a publicului relevant ca însemnând „pentru un joc de noroc mai bun – pariu, joc de pronosticuri” și ar fi percepută nu ca o indicație a originii comerciale a serviciilor în cauză, ci ca un mesaj publicitar în raport cu acestea.

8 În sfârșit, camera de recurs a retrimis cauza examinatorului pentru ca acesta să examineze, în ceea ce privește serviciile în cauză, revendicarea subsidiară a reclamantei referitoare la caracterul distinctiv dobândit prin utilizarea mărcii solicitate în temeiul articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul 2017/1001.

Concluziile părților

9 Reclamanta solicită Tribunalului:

– anularea deciziei atacate în măsura în care prin aceasta se refuză înregistrarea mărcii solicitate pentru serviciile în cauză;

– obligarea EUIPO la plata cheltuielilor de judecată, inclusiv a celor aferente procedurii desfășurate în fața camerei de recurs.

10 EUIPO solicită Tribunalului:

– respingerea acțiunii;

– obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată în cazul organizării unei ședințe.

În drept

11 În susținerea acțiunii formulate, reclamanta invocă un motiv unic, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) coroborat cu articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001, întrucât camera de recurs ar fi concluzionat în mod eronat că marca solicitată era lipsită de caracter distinctiv intrinsec în raport cu serviciile în cauză.

12 Potrivit articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt lipsite de caracter distinctiv. În temeiul articolului 7 alineatul (2) din același regulament, articolul 7 alineatul (1) din regulamentul menționat se aplică chiar dacă motivele de refuz nu există decât într-o parte a Uniunii Europene.

13 Caracterul distinctiv al unei mărci în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001 implică faptul că această marcă permite să se identifice produsul a cărui înregistrare este solicitată ca provenind de la o întreprindere determinată și deci să se distingă acel produs de cele ale altor întreprinderi (a se vedea Hotărârea din 21 ianuarie 2010, Audi/OAPI, C-398/08 P, EU:C:2010:29, punctul 33 și jurisprudența citată).

14 Caracterul distinctiv al unei mărci în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001 trebuie apreciat, pe de o parte, în raport cu produsele sau cu serviciile a căror înregistrare se solicită și, pe de altă parte, în raport cu percepția pe care o are asupra acestora publicul relevant (a se vedea Hotărârea din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 P și C-457/01 P, EU:C:2004:258, punctul 35 și jurisprudența citată).

15 Semnele lipsite de caracter distinctiv vizate la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001 sunt considerate inapte să îndeplinească funcția esențială a mărcii, și anume aceea de a identifica originea produsului sau serviciului acoperit de aceasta, pentru a permite astfel consumatorului care achiziționează produsul sau serviciul desemnat de marcă să facă aceeași alegere, cu ocazia unei achiziționări ulterioare, dacă experiența se dovedește pozitivă sau să facă o altă alegere dacă aceasta se dovedește negativă [a se vedea Hotărârea din 28 iunie 2017, Colgate-Palmolive/EUIPO (AROMASENSATIONS), T-479/16, nepublicată, EU:T:2017:441, punctul 16 și jurisprudența citată].

16 În ceea ce privește mărcile compuse din semne sau din indicații care sunt utilizate și ca sloganuri publicitare, indicații de calitate sau expresii ce incită la cumpărarea produselor sau a serviciilor vizate de aceste mărci, înregistrarea acestora nu este exclusă din cauza unei astfel de utilizări [a se vedea Hotărârea din 17 ianuarie 2024, Ilovepdf/EUIPO (ILOVEPDF), T-60/23, nepublicată, EU:T:2024:9, punctul 37 și jurisprudența citată]. Pentru a aprecia caracterul distinctiv al unor astfel de mărci, acestora nu trebuie să li se aplice criterii mai stricte decât cele aplicabile altor semne (a se vedea Hotărârea din 21 ianuarie 2010, Audi/OAPI, C-398/08 P, EU:C:2010:29, punctul 36 și jurisprudența citată).

17 Rezultă totodată din jurisprudență că, deși toate mărcile compuse din semne sau din indicații care sunt utilizate și ca sloganuri publicitare, indicații de calitate sau expresii ce incită la cumpărarea produselor sau a serviciilor vizate de aceste mărci transmit prin definiție, într-o măsură mai mare sau mai mică, un mesaj obiectiv, chiar simplu, totuși acestea pot fi apte să indice consumatorului originea comercială a produselor sau a serviciilor în cauză. Această situație se poate regăsi în special în cazul în care aceste mărci pot avea mai multe semnificații, pot constitui un joc de cuvinte sau pot fi percepute ca fanteziste, surprinzătoare și neașteptate și, prin urmare, pot fi memorate, astfel încât nu se reduc la un mesaj publicitar obișnuit, ci au o anumită originalitate sau pregnanță, necesită un efort minim de interpretare sau declanșează un proces cognitiv în rândul publicului relevant [a se vedea Hotărârea din 13 noiembrie 2024, DDCF/EUIPO (SUSTAINABLE BY DESIGN), T-3/24, nepublicată, EU:T:2024:811, punctul 16 și jurisprudența citată].

18 În lumina acestor considerații trebuie analizat dacă, astfel cum susține reclamanta, camera de recurs a încălcat articolul 7 alineatul (1) litera (b) coroborat cu articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001 atunci când a concluzionat că marca solicitată era lipsită de caracter distinctiv intrinsec în ceea ce privește serviciile în cauză.

Cu privire la publicul relevant

19 Camera de recurs a subliniat că serviciile în cauză erau destinate publicului larg, al cărui nivel de atenție era mediu, precum și profesioniștilor, al căror nivel de atenție era superior mediei (punctele 24 și 25 din decizia atacată). Ea a arătat de asemenea că marca solicitată era compusă din cuvinte în limba engleză și dintr-un cuvânt în limba finlandeză și, după ce a constatat că, în anumite state membre, în special în Finlanda, engleza era înțeleasă pe deplin, a considerat că aprecierea sa va privi partea finofonă a publicului relevant, care ar înțelege semnificația tuturor elementelor mărcii solicitate (punctul 27 din decizia atacată).

20 Este necesar să se confirme aceste aprecieri ale camerei de recurs, necontestate de altfel de reclamantă.

Cu privire la aprecierea caracterului distinctiv al mărcii solicitate

21 Mai întâi, camera de recurs a arătat că marca solicitată era compusă din elementele verbale engleze „for”, „better” și „gaming”, precum și, separat printr-o cratimă, din elementul verbal finlandez „veikkaus” (punctul 28 din decizia atacată). În ceea ce privește semnificația acestor elemente verbale, ea a făcut trimitere la definițiile extrase din dicționarele prezentate de examinator, constatând că acestea nu fuseseră contestate de reclamantă. În plus, ea a arătat că aceasta din urmă nu repunea în discuție semnificația expresiei „for better gaming” pe care o reținuse examinatorul, și anume „pentru un joc de noroc mai bun” (punctul 29 din decizia atacată).

22 În continuare, camera de recurs a examinat afirmația reclamantei potrivit căreia marca solicitată, privită în ansamblu, avea caracter distinctiv datorită caracterului distinctiv al cuvântului „veikkaus” pentru publicul finofon, care, în percepția acestuia din urmă, și-ar fi pierdut sensul inițial, și anume „pariu” sau „joc de pronosticuri”, pentru a fi asociat în prezent în mod specific cu întreprinderea reclamantei și cu serviciile sale și perceput ca indicând originea acestora (punctul 30 din decizia atacată).

23 În această privință, camera de recurs a considerat că putea aprecia marca solicitată și cuvântul „vikkaus” care figurează în aceasta numai din perspectiva caracterului lor distinctiv intrinsec, având în vedere că argumentul reclamantei referitor la caracterul distinctiv dobândit prin utilizarea acestei mărci fusese invocat cu titlu subsidiar (punctul 31 din decizia atacată). Aceasta a constatat în special că elementele de probă prezentate de reclamantă nu furnizau nicio indicație cu privire la caracterul distinctiv intrinsec al mărcii solicitate sau al cuvântului „veikkaus” (punctul 31 din decizia atacată). Camera de recurs a apreciat de asemenea că faptul că mărcile care conțineau acest cuvânt au dobândit caracter distinctiv prin utilizare nu demonstra că marca solicitată avea un caracter distinctiv intrinsec (punctul 31 din decizia atacată).

24 Pe de altă parte, camera de recurs a considerat că cuvântul „veikkaus” are, în domeniul jocurilor de noroc, o semnificație care face trimitere la pariuri și la jocurile de pronosticuri, astfel încât publicul finofon va percepe marca solicitată ca însemnând „pentru un joc de noroc mai bun - pariu, joc de pronosticuri” (punctul 32 din decizia atacată). Separarea părții engleze de partea finlandeză a acestei mărci prin intermediul unei cratime nu i-ar conferi acesteia o semnificație diferită și nici nu ar afecta în alt mod inteligibilitatea sa pentru publicul menționat (punctul 32 din decizia atacată).

25 Camera de recurs a apreciat de asemenea că, în ceea ce privește serviciile legate de jocurile de noroc și de pariuri, marca solicitată nu era nici ambiguă, nici originală și nu conținea niciun element sau caracteristică de natură să declanșeze un proces cognitiv în percepția publicului relevant sau să necesite un efort de interpretare. Aceasta ar avea o semnificație comprehensibilă imediat și o legătură evidentă cu serviciile în cauză. Ea ar transmite publicului finofon un mesaj publicitar fără echivoc care subliniază caracteristicile pozitive ale acestor servicii. În consecință, acest public ar percepe marca solicitată înainte de toate ca pe o formulă promoțională, iar nu ca pe o indicație a originii comerciale a serviciilor respective (punctele 33, 34 și 36 din decizia atacată).

26 În sfârșit, camera de recurs a arătat că luarea în considerare a înregistrărilor anterioare ale mărcilor Uniunii Europene și ale mărcilor finlandeze invocate de reclamantă nu poate conduce la o apreciere diferită (punctele 39-45 din decizia atacată).

27 Reclamanta reproșează camerei de recurs că s-a limitat să țină seama de semnificația cuvântului „veikkaus” în limbajul finlandez curent, ceea ce ar fi condus la o apreciere eronată a caracterului distinctiv intrinsec al mărcii solicitate, privită în ansamblul său. Aceasta susține că acest cuvânt nu mai este perceput de publicul finofon în sensul său original, ci ca desemnând în mod specific întreprinderea sa, precum și originea serviciilor pe care le propune, astfel încât prezența sa în cadrul mărcii solicitate i-ar conferi acesteia un caracter distinctiv intrinsec. Astfel, cuvântul menționat ar corespunde denumirii sale comerciale, precum și mărcii sale principale, care ar fi dobândit un caracter distinctiv prin utilizarea sa prelungită și ar beneficia de o mare notorietate, și chiar de renume, în Finlanda. În susținerea afirmațiilor sale, aceasta invocă înscrierea semnului VEIKKAUS în registrul mărcilor de renume în Finlanda, înregistrarea, pe baza caracterului distinctiv dobândit prin utilizare, a două mărci ale Uniunii Europene și a unei mărci finlandeze anterioare constituite din acest semn, precum și existența unei familii de mărci care cuprinde și semnul respectiv.

28 Reclamanta subliniază în acest context că o marcă care a dobândit caracter distinctiv prin utilizare trebuie să beneficieze de aceeași protecție ca o marcă ce prezintă un caracter distinctiv intrinsec. Aceasta apreciază că, având în vedere că semnul Veikkaus dobândise caracter distinctiv prin utilizare pentru produse și servicii în domeniul jocurilor pe bani înainte de data de depunere a cererii de înregistrare a mărcii solicitate, trebuie să se considere, fără a fi necesară o nouă apreciere, că acesta constituie o componentă, care prezintă un caracter distinctiv, a întregii mărci solicitate și să fie tratat în același mod ca orice alt element care prezintă un caracter distinctiv intrinsec.

29 Pe de altă parte, reclamanta susține că marca solicitată nu poate fi tratată ca o simplă formulă promoțională. Ea subliniază că această marcă este compusă din două elemente, și anume sloganul „for better gaming” legat cu o cratimă de marca principală VEIKKAUS, care ar prezenta un caracter distinctiv și datorită căreia marca solicitată, privită în ansamblu, ar îndeplini în mod clar funcția principală a unei mărci. Aceasta subliniază în plus că, în cadrul mărcii solicitate, marca principală VEIKKAUS este prezentată în mod independent, fiind separată de slogan printr-o cratimă. Marca solicitată nu ar forma, așadar, pe plan gramatical un „tot” în care cuvântul „veikkaus” ar figura potrivit sensului său original în limba finlandeză. Citând exemple de mărci ale Uniunii Europene și de mărci finlandeze care combină marca principală a unei întreprinderi, separată printr-o cratimă, cu un slogan, precum PAULIG - THIS CUP COUNTS, ASSA ABLOY - CREDENTIALS AS A SERVICE, TEFEL - KUN RAPEUS RATKAISE și BALLERINA -

TÄYTETT TULVILLAAN, ea adaugă că publicul relevant este obișnuit să întâlnească pe piață astfel de combinații și înțelege de la bun început că acestea servesc la desemnarea originii comerciale a produselor sau a serviciilor în cauză.

30 Reclamanta invocă de asemenea faptul că este titulara a două mărci finlandeze, PAREMMAN Pelin PUOLESTA - VEIKKAUS și VEIKKAUS - ILOA ELÄMÄÄN, structurate în mod analog cu marca solicitată, prima acoperind, în plus, aceleași servicii ca și serviciile în cauză. Oficiul finlandez pentru proprietate industrială ar fi apreciat că aceste mărci, privite în ansamblu, aveau un caracter distinctiv intrinsec. Camera de recurs a EUIPO nu le-ar fi luat însă în considerare în mod corespunzător.

31 EUIPO contestă argumentele reclamantei.

32 Cu titlu introductiv, este necesar să se arate că reclamanta susținuse numai cu titlu subsidiar că marca solicitată dobândise caracter distinctiv prin utilizare în sensul articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul 2017/1001, astfel încât, în lipsa unei decizii a examinatorului în această privință, această chestiune nu a fost examinată de camera de recurs. Părțile sunt de acord cu privire la faptul că problema principală ridicată în prezenta cauză constă în importanța care trebuie acordată, dacă este cazul, în cadrul aprecierii caracterului distinctiv intrinsec, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament, al mărcii solicitate privite în ansamblul său împrejurării că elementul verbal „veikkaus” care figurează în aceasta a fost înregistrat anterior ca marcă pe baza caracterului distinctiv dobândit prin utilizare.

33 În primul rând, trebuie confirmată aprecierea camerei de recurs potrivit căreia, în sensul său literal, marca solicitată va fi înțeleasă de publicul finofon ca însemnând, în domeniul jocurilor de noroc, „pentru un joc de noroc mai bun - pariu, joc de pronosticuri”. Această apreciere este astfel confirmată de definițiile extrase din dicționarele reproduse la punctul 2 din decizia atacată și necontestate de reclamantă, din care reiese în special că termenul finlandez „veikkaus” face referire la pariuri și la jocuri de pronosticuri.

34 Asemenea camerei de recurs, este necesar să se constate că separarea prin intermediul unei cratime a primei părți a mărcii solicitate, constituită din grupul de cuvinte în limba engleză „for better gaming”, de a doua parte a acestei mărci, constituită din cuvântul finlandez „veikkaus”, nu este suficientă în sine pentru a conferi mărcii respective o semnificație diferită de cea care rezultă din sensul său literal, astfel cum este indicată la punctul 33 de mai sus, și nici pentru a modifica inteligibilitatea acesteia pentru publicul finofon.

35 În al doilea rând, reclamanta nu poate reproșa camerei de recurs că a ținut seama de sensul literal al cuvântului „Veikkaus” în limba finlandeză, astfel cum a fost amintit la punctul 33 de mai sus, pentru a concluziona că marca solicitată, considerată în ansamblul său, era lipsită de caracter distinctiv intrinsec în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001.

36 Mai precis, Tribunalul nu poate admite teza reclamantei potrivit căreia camera de recurs ar fi trebuit să considere că prezența elementului verbal „veikkaus” în marca solicitată îi conferea acesteia, privită în ansamblu, un caracter distinctiv intrinsec pentru simplul motiv că acest element constituia o marcă anterioară înregistrată pe baza caracterului distinctiv dobândit prin utilizare și care beneficia de o notorietate importantă în Finlanda.

37 În această privință, trebuie amintit că structura articolului 7 din Regulamentul 2017/1001 stabilește o distincție clară între caracteristicile intrinseci ale unui semn, pe de o parte, și caracteristicile sale dobândite prin utilizare pe piață, pe de altă parte. Articolul 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat privește caracterul distinctiv intrinsec al unui semn, în timp ce articolul 7 alineatul (3) reglementează caracterul distinctiv dobândit. Utilizarea efectivă a unui semn a cărui înregistrare se solicită și renumele acestuia este necesar să fie apreciate numai în cadrul aplicării articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul 2017/1001 [a se vedea Hotărârea din 30 martie 2022, Daimler/EUIPO (Reprezentarea unor stele cu trei colțuri pe fond negru I), T-277/21, nepublicată, EU:T:2022:194, punctul 25 și jurisprudența citată].

38 Astfel, potrivit unei jurisprudențe constante, utilizarea efectivă a unei mărci a cărei înregistrare se solicită nu poate avea niciun efect asupra caracterului distinctiv intrinsec al acesteia, care trebuie apreciat numai prin prisma reprezentării sale furnizate împreună cu cererea de înregistrare [a se vedea Hotărârea din 2 martie 2022, Distintiva Solutions/EUIPO – Makeblock (Makeblock), T-86/21, nepublicată, EU:T:2022:107, punctul 73 și jurisprudența citată].

39 Acest principiu se aplică și atunci când nu se invocă utilizarea efectivă a mărcii solicitate în ansamblul său, ci utilizarea unui element care o compune.

40 Astfel, în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea din 30 martie 2022, Reprezentarea unor stele cu trei colțuri pe fond negru I (T-277/21, nepublicată, EU:T:2022:194), Tribunalul era chemat să se pronunțe cu privire la caracterul distinctiv intrinsec, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001, al unui semn de motiv constituit din elemente recurente în formă de stele cu trei colțuri de culoare albă, dispuse în formă de grilaj pe un fond negru. În susținerea acțiunii formulate, reclamanta arăta în special că respectiva cameră de recurs a săvârșit o eroare de drept prin faptul că nu a ținut seama de „notorietatea” dobândită de o altă marcă al cărei titular era, ale cărei elemente caracteristice erau reluate în semnul în cauză, întrucât reprezenta o „stea cu trei colțuri într-un inel”. La punctul 26 din această hotărâre, Tribunalul a statuat că „[reclamanta] nu se poate prevala în mod util nici de utilizarea efectivă și concretă pe care ar fi dat-o mărcii solicitate, nici de notorietatea unei alte mărci, distinctă de marca solicitată”.

41 De asemenea, în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea din 13 martie 2024, Quality First/EUIPO (MORE-BIOTIC) (T-243/23, nepublicată, EU:T:2024:162), Tribunalul era sesizat cu o acțiune îndreptată împotriva unei decizii a unei camere de recurs prin care se refuza înregistrarea semnului verbal MORE-BIOTIC pentru motivul că era lipsit de caracter distinctiv intrinsec în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001. La punctul 44 din această hotărâre, Tribunalul a înlăturat argumentul reclamantului potrivit căruia „produsele sale comercializate sub semnul MORE sunt din ce în ce mai cunoscute pe piață”, arătând că, prin intermediul acestuia, el „evocă, în esență, utilizarea efectivă a mărcii solicitate”.

42 În cazul în care, precum în speță, un reclamant se prevalează de caracterul distinctiv intrinsec al unei mărci solicitate, în pofida analizei EUIPO, acestuia îi revine sarcina de a furniza indicații concrete și susținute care să demonstreze că această marcă are un caracter distinctiv intrinsec [a se vedea Hotărârea din 3 iulie 2013, Airbus/OAPI (NEO), T-236/12, EU:T:2013:343, punctul 62 și jurisprudența citată].

43 Pentru a contribui la stabilirea caracterului distinctiv al unei mărci în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001, elementele de probă trebuie să demonstreze că nu a fost necesar ca consumatorii să se familiarizeze cu marca prin utilizare și că aceasta din

urmă le-a permis imediat să distingă produsele sau serviciile care purtau marca respectivă de produsele sau de serviciile întreprinderilor concurente (Hotărârea din 7 octombrie 2004, Mag Instrument/OAPI, C-136/02 P, EU:C:2004:592, punctul 50).

44 Or, în speță, reclamanta nu a demonstrat că marca solicitată prezenta un caracter distinctiv intrinsec în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001. Ansamblul argumentației sale se întemeiază pe împrejurarea că elementul verbal „veikkaus” a dobândit un caracter distinctiv ca urmare a expunerii publicului relevant la acest element în cadrul activităților sale comerciale. Procedând astfel, ea nu urmărește să demonstreze că elementul menționat și nici, *a fortiori*, marca solicitată privită în ansamblul său ar fi percepute ca distinctive datorită caracteristicilor lor intrinseci proprii, independent de orice utilizare prealabilă pe piață.

45 În acest cadru, trebuie validată aprecierea camerei de recurs, care figurează la punctul 31 din decizia atacată, potrivit căreia elementele de probă prezentate de reclamantă în cursul procedurii în fața EUIPO și referitoare în special la întinderea activităților sale comerciale, la cifra sa de afaceri, precum și la rezultatele sale nu furnizează nicio informație cu privire la caracterul distinctiv intrinsec al mărcii solicitate sau al elementului verbal „veikkaus”. De altfel, reclamanta însăși recunoaște în cererea introductivă că elementele de probă pe care le-a prezentat nu urmăresc să demonstreze că acest element verbal ar avea un caracter distinctiv intrinsec. Aceasta nu a furnizat nici elemente de probă, precum un extras din dicționar, care să permită să se stabilească faptul că cuvântul „veikkaus” s-ar raporta, în însăși semnificația sa, la întreprinderea sa, nici elemente de probă care să demonstreze că acest cuvânt nu ar mai fi utilizat în limbajul curent pentru a descrie pariurile și jocurile de pronosticuri.

46 Astfel cum arată în mod întemeiat EUIPO, admiterea tezei reclamantei ar implica, pe plan metodologic, să se facă abstracție de distincția fundamentală efectuată de Regulamentul 2017/1001 între aprecierea caracterului distinctiv intrinsec, prevăzută la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din acesta, și cea a caracterului distinctiv dobândit prin utilizare, prevăzută la articolul 7 alineatul (3) din acesta. Astfel, a urma această teză ar conduce la concluzia că este suficient ca un element verbal să fi dobândit un caracter distinctiv prin utilizare și să fie reluat într-o marcă compusă din mai multe elemente a căror înregistrare este solicitată pentru ca aceasta din urmă să poată fi considerată intrinsec distinctivă.

47 În prezentul context, reclamanta nu poate invoca în mod util principiul potrivit căruia o marcă care a dobândit caracter distinctiv prin utilizare în sensul articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul 2017/1001 trebuie să beneficieze de același nivel de protecție ca o marcă ce prezintă un caracter distinctiv intrinsec în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament. Astfel, după cum arată în mod întemeiat EUIPO, acest principiu privește exclusiv protecția conferită mărcilor deja înregistrate, iar nu condițiile de examinare prealabile înregistrării unei mărci.

48 Argumentul reclamantei întemeiat pe împrejurarea că este titulara unei familii de mărci care conțin elementul verbal „veikkaus” este de asemenea lipsit de pertinență. În această privință, potrivit jurisprudenței, conceptul de familie de mărci nu se încadrează în motivele absolute de refuz, ci numai în motivele relative de refuz, astfel încât camera de recurs trebuia să aprecieze caracterul distinctiv al mărcii solicitate în raport cu caracteristicile sale proprii, fără să ia în considerare celelalte mărci pretins similare al căror titular era reclamanta [a se vedea Hotărârea din 24 septembrie 2025, Quality First/EUIPO (CRAVE NO MORE), T-33/25, nepublicată, EU:T:2025:886, punctul 31 și jurisprudența citată].

49 Din ansamblul considerațiilor care precedă rezultă că în mod întemeiat camera de recurs a ținut seama de sensul literal al mărcii solicitate, înțeleasă de publicul relevant finofon ca însemnând „pentru un joc de noroc mai bun - pariu, joc de pronosticuri”, pentru a aprecia dacă această marcă prezenta un caracter distinctiv intrinsec.

50 Pentru a repune în discuție aprecierea camerei de recurs potrivit căreia, pe baza acestei semnificații, marca solicitată ar prezenta pentru publicul relevant finofon o legătură directă cu serviciile în cauză și ar fi percepută de acesta ca transmițând un mesaj promoțional care evidențiază caracteristicile pozitive ale acestor servicii, iar nu ca o indicație a originii lor comerciale, reclamanta invocă în esență două argumente, care nu pot fi admise.

51 Pe de o parte, reclamanta susține că marca solicitată nu constituie un slogan „utilizat în mod izolat”, ci rezultă din combinarea unui slogan, și anume „for better gaming”, cu elementul verbal „veikkaus”, care constituie marca sa principală și prezintă un caracter distinctiv, astfel încât, privită în ansamblu, marca solicitată nu ar fi percepută ca o simplă formulă promoțională. Totuși, această afirmație nu constituie decât o reiterare a argumentelor invocate anterior de reclamantă și respinse deja.

52 Contrar celor pretinse de reclamantă, prezența unei cratime între expresia „for better gaming” și elementul verbal „veikkaus” nu exclude nicidecum posibilitatea ca marca solicitată să fie percepută de publicul finofon ca un mesaj promoțional referitor la serviciile în cauză. Astfel, după cum s-a constatat anterior, elementul verbal „veikkaus”, înțeles în sensul său literal în limba finlandeză, face trimitere la un concept care se integrează în mod perfect coerent în expresia care îl precedă, astfel încât marca solicitată formează pentru acest public un ansamblu logic care transmite un asemenea mesaj.

53 Pe de altă parte, în ceea ce privește exemplele de mărci ale Uniunii Europene și de mărci finlandeze invocate de reclamantă, care combină marca principală a unei întreprinderi cu un slogan prin intermediul unei cratime (a se vedea punctul 29 de mai sus), trebuie să se constate că aceasta din urmă invocă o similitudine de ordin structural între mărcile pe care le citează și marca solicitată. Cu toate acestea, o asemenea similitudine nu poate fi suficientă pentru a stabili că marca solicitată prezintă un caracter distinctiv intrinsec, având în vedere că această apreciere trebuie efectuată în raport cu caracteristicile proprii ale semnului în cauză. Or, argumentația reclamantei continuă să se întemeieze pe premisa eronată potrivit căreia prezența în cadrul mărcii solicitate a elementului verbal „veikkaus”, care corespunde mărcii sale principale care a dobândit caracter distinctiv prin utilizare, ar fi suficientă pentru a conferi mărcii solicitate, privită în ansamblul său, un caracter distinctiv intrinsec.

54 În al treilea rând, în ceea ce privește argumentul reclamantei întemeiat pe mărcile sale anterioare înregistrate în Finlanda PAREMMAN PELIN PUOLESTA - VEIKKAUS și VEIKKAUS - ILOA ELÄMÄÄN, trebuie să se amintească faptul că regimul mărcilor Uniunii Europene este un sistem autonom, constituit dintr-un ansamblu de norme și care urmărește obiective care îi sunt specifice, aplicarea sa fiind independentă de orice sistem național. (a se vedea Hotărârea din 6 septembrie 2018, Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO, C-488/16 P, EU:C:2018:673, punctul 72 și jurisprudența citată). În consecință, caracterul înregistrabil al unui semn ca marcă a Uniunii Europene trebuie apreciat numai în temeiul reglementării relevante a Uniunii. EUIPO și, după caz, instanța Uniunii nu sunt ținute de o decizie intervenită la nivelul unui stat membru sau al unui stat terț prin care se admite caracterul înregistrabil al aceluiași semn ca marcă națională [a se vedea Hotărârea din 11 mai 2010, Abadía Retuerta/OAPI (CUVÉE PALOMAR), T-237/08, EU:T:2010:185, punctul 137 și jurisprudența citată]. Acest lucru este

valabil chiar dacă o astfel de decizie a fost adoptată într-o țară care aparține zonei lingvistice în care își are originea semnul verbal în cauză [a se vedea Hotărârea din 14 iunie 2007, Europig/OAPI (EUROPIG), T-207/06, EU:T:2007:179, punctul 42 și jurisprudența citată].

55 Ținând seama de ansamblul considerațiilor care precedă, camera de recurs a concluzionat în mod întemeiat în sensul lipsei oricărui caracter distinctiv al mărcii solicitate în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 2017/1001.

56 Rezultă că motivul unic trebuie respins ca nefondat și, prin urmare, acțiunea trebuie respinsă.

Cu privire la cheltuielile de judecată

57 Potrivit articolului 134 alineatul (1) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.

58 Deși reclamanta a căzut în pretenții, EUIPO nu a solicitat obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată decât în cazul organizării unei ședințe. În lipsa organizării unei ședințe, trebuie să se decidă că fiecare parte va suporta propriile cheltuieli de judecată.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a șaptea)

declară și hotărăște:

1) Respinge acțiunea.

2) Fiecare parte va suporta propriile cheltuieli de judecată.

Kecsmár Madise Nihoul

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 1 iulie 2026.

Semnături