HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a patra)

13 iunie 2007 *

În cauza T-441/05,

IVG Immobilien AG, cu sediul în Bonn (Germania), reprezentată de A. Okonek și U. Karpenstein, avocats,

reclamantă,

împotriva

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

pârât,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a OAPI din 1 septembrie 2005 (cauza R 559/2004-4) privind cererea de înregistrare ca marcă comunitară a semnului figurativ I,

* Limba de procedură: germana.

TRIBUNALUL DE PRIMĂ INSTANȚĂ AL COMUNITĂȚILOR EUROPENE
(Camera a patra),

compus din domnul H. Legal, președinte, doamna I. Wiszniewska-Białecka și domnul E. Moavero Milanesi, judecători,

grefier: doamna K. Andová, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 16 decembrie 2005,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 8 martie 2006,

în urma ședinței din 11 ianuarie 2007,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

1 La 5 noiembrie 2002, reclamanta a formulat o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), în temeiul Regulamentului (CE) nr. 40/94 din 20 decembrie 1993 al Consiliului privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), astfel cum a fost modificat.

2 Marca a cărei înregistrare s-a solicitat este marca figurativă de culoare albastru regal, astfel cum este reprodusă mai jos:



3 Serviciile pentru care a fost solicitată înregistrarea aparțin claselor 35, 36, 37, 39, 42 și 43 potrivit Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat, și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

clasa 35: „Efectuarea de analize ale prețurilor de cost, consiliere privind gestiunea și afacerile comerciale, în special consiliere privind gestiunea și conducerea întreprinderilor; estimări privind afacerile comerciale";

clasa 36: „Analize financiare; afaceri bancare; recuperarea creanțelor; împrumuturi pe gaj; consulting în domeniul finanțelor; dezvoltare financiară; garanții; recuperare de chirii și arendă; administrare de imobile; gestiune funciară și imobiliară; evaluare de bunuri imobile; locațiune și arendare de imobile; investiții de capital; locațiune de exploatări agricole; servicii de curtier, plasamente patrimoniale, administrarea patrimoniului";

clasa 37: „Demolare de construcții; asfaltare; informații în domeniul construcțiilor; conducerea lucrărilor de construcții; construcții; foraje; instalarea de sisteme de irigații; construirea de uzine; construirea de porturi, construirea de jetele";

clasa 39: „Livrare de mărfuri; navlosire; depozitare de mărfuri; locațiune de garaje; locațiune de containere de depozitare; transport";

clasa 42: „Servicii de arhitectură, consiliere în construcții";

clasa 43: „Locațiune de construcții transportabile".

4 Prin Decizia din 14 iunie 2004, examinatorul a refuzat înregistrarea semnului depus, pentru motivul că acesta era lipsit de caracter distinctiv potrivit articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, în ceea ce privește toate serviciile vizate în cererea de înregistrare.

5 Examinatorul a subliniat într-adevăr în această privință că, în măsura în care nu prezintă nicio grafică specifică și frapantă, semnele banale și simple, cum ar fi literele izolate, numerele cardinale și formele geometrice de bază nu sunt distinctive. Acesta a arătat în continuare că semnul depus nu prezenta în sine nicio particularitate de natură a-i conferi o funcție care să depășească puterea de reprezentare a unei litere normale.

6 Reclamanta a contestat această decizie în fața OAPI prin recursul declarat la 5 iulie 2004 în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94. În susținerea acțiunii, reclamanta a afirmat că forma semnului depus se distinge de litera „i" majusculă din fontul *Times New Roman* prin culoarea sa, precum și prin finețea și lungimea liniilor orizontale transversale, situate în vârful și la baza acestuia.

7 Această acțiune a fost respinsă prin Decizia Camerei a patra de recurs a OAPI din 1 septembrie 2005 (denumită în continuare „decizia atacată"), comunicată reclamantei la 19 octombrie 2005.

8 Camera de recurs a reținut în special următoarele:

„[...]

9 Sunt distinctive în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 semnele care, în legătură cu produsele și serviciile solicitate în mod concret, apar în ochii consumatorilor țintă ca fiind în măsură să distingă produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altei întreprinderi [a se vedea Hotărârea Tribunalului din 19 septembrie 2001, Henkel/OAPI (Tabletă rotundă roșu cu alb), T-337/99, Rec., p. II-2597, punctele 42 și 43]. Caracterul distinctiv al unei mărci trebuie apreciat, pe de o parte, în raport cu produsele sau serviciile pentru care s-a solicitat înregistrarea și, pe de altă parte, în raport cu percepția pe care o au mediile interesate. Articolul 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 nu face în această privință nicio diferență între diferitele tipuri de semne. Se poate, desigur, ca percepția publicului interesat să nu fie în mod necesar aceeași pentru fiecare dintre categoriile de mărci și, de aceea, stabilirea caracterului distinctiv pentru mărcile din anumite categorii se poate dovedi mai dificilă decât pentru cele din alte categorii. Această constatare nu poate însă justifica afirmația că astfel de mărci sunt *a priori* lipsite de caracter distinctiv sau că nu pot dobândi un asemenea caracter decât prin utilizare [a se vedea, cu privire la articolul 3 alineatul (1) litera (b) din Directiva 89/104, Hotărârea Curții din 16 septembrie 2004, Nichols, C-404/02, Rec., p. I-8499, punctele 23, 24, 27 și următoarele].

10 Semnul depus se compune dintr-o literă «i» majusculă sau o cifră unu roman, care aparține fontului *Times New Roman*, utilizat în mod curent în textele

tipărite. Desigur, după cum subliniază reclamanta, liniile transversale situate în vârful și la baza semnului depus sunt ceva mai subțiri și mai largi decât în fontul standard *Times New Roman*. Aceste ușoare diferențe nu sunt însă perceptibile pentru utilizatorul rezonabil de atent și sunt, prin urmare, lipsite de relevanță pentru aprecierea vocației la înregistrare a mărcii solicitate. Nici culoarea albastră nu poate determina caracterul susceptibil de înregistrare al semnului. Desigur, textele sunt, într-adevăr, în majoritate, tipărite cu negru pe fond alb. Cu toate acestea, colorarea în albastru nu poate, în sine, conferi literei sau cifrei romane un element determinant pentru aprecierea caracterului lor distinctiv deoarece, într-o epocă în care imprimantele color sunt larg răspândite, caracterele și textele sunt și ele tipărite adesea în tonuri diferite de culoarea neagră. Albastrul închis apare ca fiind deosebit de indicat în această privință, în măsura în care culorile închise prezintă avantajul de a oferi un contrast mai puternic pe fondul în general deschis la culoare al textelor, facilitând lectura acestora. De altfel, reproducerea unui caracter într-o culoare de bază îndeplinește o funcție în primul rând decorativă, excluzând-o pe aceea de indicație a proveniență.

11 Semnul depus apare așadar ca fiind banal și lipsit de calități expresive cu privire la totalitatea serviciilor solicitate. În absența altor indicii ale unei legături ce ar exista între semnul depus și o anumită întreprindere, cercurile interesate nu vor identifica în caracterul reprezentat într-o anumită culoare proveniența comercială a unor servicii din clasele 35, 36, 37, 39, 42 și 43. Un semn lipsit de valoare expresivă nu poate traduce în mod util o indicație perceptibilă a proveniență comerciale a serviciilor pe care le desemnează.

[...]"

Concluziile părților

9 Reclamanta a solicitat Tribunalului:

— anularea deciziei atacate și obligarea OAPI la înregistrarea semnului depus pentru toate serviciile desemnate;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

10 OAPI a solicitat Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

Cu privire la admisibilitatea primului capăt de cerere al reclamantei

11 OAPI solicită ca primul capăt de cerere al reclamantei să fie declarat inadmisibil în măsura în care prin acesta se urmărește a se obține, din partea Tribunalului, un ordin de înregistrare a mărcii solicitate pentru toate serviciile desemnate în cererea de înregistrare.

12 Potrivit unei jurisprudențe constante, în cadrul unei acțiuni împotriva deciziei unei camere de recurs a OAPI introduse la instanța comunitară, acesta este obligat, în conformitate cu articolul 233 CE și cu articolul 63 alineatul (6) din Regulamentul nr. 40/94, să ia toate măsurile necesare pentru executarea unei eventuale hotărâri în anulare, pronunțată de instanța comunitară.

13 În consecință, nu este de competența Tribunalului să adreseze OAPI somații. Dimpotrivă, îi revine acestuia din urmă obligația de a acționa, după caz, în conformitate cu dispozitivul și considerentele hotărârilor Tribunalului [Hotărârea din 31 ianuarie 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OAPI (Giroform), T-331/99, Rec., p. II-433, punctul 33].

14 Primul capăt de cerere al reclamantei trebuie prin urmare declarat inadmisibil în măsura în care urmărește să obțină din partea Tribunalului pronunțarea unei somații de înregistrare a mărcii solicitate pentru toate serviciile desemnate în cererea de înregistrare.

Cu privire la unicul motiv al acțiunii, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94

Argumentele părților

15 Reclamanta susține că, apreciind semnul depus ca fiind banal și lipsit de semnificație și considerând că acesta nu ar permite cercurilor de profesioniști interesați să identifice proveniența comercială a serviciilor solicitate, camera de recurs a accentuat în mod nejustificat severitatea criteriilor privind caracterul distinctiv al literelor, încălcând dispozițiile articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

16 Funcția esențială a mărcii este aceea de a garanta consumatorului sau utilizatorului final identitatea originii produsului sau a serviciului pe care îl desemnează (Hotărârea Curții din 29 septembrie 1998, Canon, C-39/97, Rec., p. I-5507, punctul 28).

17 Trebuie așadar cercetat, în cadrul unei analize *a priori* și independent de orice utilizare efectivă a semnului, dacă semnul depus va permite publicului țintă să distingă produsele sau serviciile avute în vedere de cele care provin de la alte întreprinderi, atunci când acesta va fi pus în situația de a alege cu ocazia achiziționării acestor produse sau servicii [Hotărârea Tribunalului din 5 aprilie 2001, Bank für Arbeit und Wirtschaft/OAPI (EASYBANK), T-87/00, Rec., p. II-1259, punctul 40, și Hotărârea Tribunalului din 7 februarie 2002, Mag Instrument/OAPI (Formă de lanterne de buzunar), T-88/00, Rec., p. II-467, punctul 34].

18 Articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu face nicio distincție între diferitele categorii de semne. Prin urmare, nici OAPI nu poate respinge *ab initio* literele izolate în temeiul criteriilor sale de analiză, fără a aprecia elementele concrete ale cauzei.

19 Se pare că Tribunalul a admis că simple litere pot dobândi, pentru publicul relevant, datorită reliefului lor grafic specific, un caracter distinctiv pronunțat și, în consecință, suficient. Tribunalul a subliniat „elementul dominant" al caracterului „a", alcătuit dintr-o literă minusculă cursivă de culoare albă pe fond negru. Acest semn simplu pătrunde imediat în minte și este păstrat în memorie. [Hotărârea Tribunalului din 13 iulie 2004, AVEX/OAPI — Ahlers („a"), T-115/02, Rec., p. II-2907, punctul 20].

20 De aceea, este fundamental greșită teza OAPI potrivit căreia configurația unui caracter reprezentat într-una dintre culorile de bază ar îndeplini în primul rând o funcție decorativă, cu excluderea oricărei indicații a originii.

21 Camera de recurs nu își putea justifica în drept decizia reținând că semnul depus era un caracter banal, lipsit de semnificație sau, cu atât mai mult, de fantezie. Lipsa de caracter distinctiv nu ar putea rezulta numai din simpla constatare că semnul depus este total lipsit de fantezie sau că acesta nu are un aspect neobișnuit sau frapant (Hotărârea EASYBANK, punctul 17 de mai sus, punctul 39 și următoarele).

22 OAPI a recunoscut deja un caracter suficient de distinctiv mărcilor „a" și „j", ambele destinate să desemneze articole de confecții. Nu există niciun motiv pentru a se aplica un tratament diferit semnului depus în cauză, care se raportează la IVG Immobilien AG.

23 Semnul figurativ depus dobândește un caracter distinctiv prin recurgerea la o culoare albastru regal deosebit de intensă și la o configurație grafică diferită de fontul standard *Times New Roman*. Această configurație grafică reprezintă în același timp o clădire sub o formă stilizată și se raportează astfel la marca figurativă anterioară „IVG" a reclamantei.

24 Caracterul distinctiv al mărcii solicitate trebuie apreciat în concordanță cu optica sectorului de exploatare și de administrare comercială a produselor imobiliare. Prin natura sa, acest sector face apel la mărci și la simboluri mai puțin bătătoare la ochi și frapante decât semnele utilizate, de exemplu, în cadrul comerțului cu amănuntul. Trebuie așadar să se aplice un criteriu diferit pentru aprecierea atenției publicului interesat de activitatea reclamantei. Pentru acest motiv, culoarea semnului depus nu este câtuși de puțin lipsită de importanță, cu atât mai mult cu cât fostul însemn comercial al reclamantei se caracterizase deja prin culoarea albastru regal.

25 În consecință, trebuie ca semnului analizat să îi fie recunoscut caracterul distinctiv minim necesar și suficient în același timp pentru a fi protejat (a se vedea în acest sens Hotărârea Formă de lanterne de buzunar, punctul 17 de mai sus, punctul 34).

26 OAPI afirmă că aprecierea caracterului distinctiv al unei mărci potrivit dispozițiilor articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie să se facă luându-se în considerare, pe de o parte, produsele sau serviciile pentru care este solicitată înregistrarea și, pe de altă parte, percepția mărcii de către consumatorul mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat (Hotărârea Curții din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 P și C-457/01 P, Rec., p. I-5089, punctul 35).

27 Criteriile de apreciere a caracterului distinctiv al literelor individuale nu ar fi diferite de cele care se aplică celorlalte mărci verbale sau figurative, articolul 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 nefăcând nicio diferență între diferitele forme de marcă. Faptul că percepția publicului țintă nu este identică față de toate categoriile de mărci nu ar justifica, *a priori*, excluderea de la înregistrare a anumitor mărci.

28 Potrivit OAPI, era așadar necesar să se ajungă la o anticipare a percepției semnului de către consumator. În urma acestui exercițiu, camera de recurs ar fi ajuns la concluzia că publicul țintă nu percepe semnul depus ca pe o indicație a originii serviciilor desemnate.

29 Era important ca semnul depus să fie considerat ca atare și independent de alte caracteristici. În fața semnului depus, luat în mod izolat, consumatorul nu ar percepe, în funcție de suportul utilizat, decât o liniuță, o literă sau o cifră romană, care are rolul de a structura un document sau de a servi drept element decorativ. După cum a fost menționat de camera de recurs, această percepție s-ar datora faptului că reprezentarea grafică a semnului depus nu ar atrage atenția publicului țintă. Liniile transversale care disting semnul depus de fontul normal nu sunt perceptibile decât la o observare atentă, iar utilizarea culorii albastre nu este excepțională.

30 Trimiterea la hotărârea „a", punctul 19 de mai sus, ar fi inoperantă. Acest precedent, pronunțat într-o cauză *inter partes*, ar avea ca obiect problema dacă elementul unei mărci, a cărui lipsă de caracter distinctiv este intrinsecă, poate domina impresia de ansamblu produsă de această marcă, astfel încât să poată fi invocat în susținerea existenței unui risc de confuzie. Acest precedent ar pleda mai curând în favoarea caracterului întemeiat al deciziei atacate, din moment ce Tribunalul a statuat în mod vădit că litera „a", prin natura sa, nu poate fi înregistrată și că semnul figurativ își datorează caracterul distinctiv exclusiv reprezentării sale grafice (Hotărârea „a", punctul 19 de mai sus, punctul 21).

31 Decizia camerei de recurs ar fi în conformitate cu practica respectată de OAPI în materie de înregistrare. Precedentele invocate de reclamantă se deosebesc de cazul în speță datorită unei configurații grafice mai pronunțate a semnelor în discuție.

32 Camera de recurs a subliniat că marca figurativă „j" nu este reprodusă într-un font standard și că adăugarea unei liniuțe este suficientă pentru a conferi literei depuse un caracter distinctiv minim (Decizia din 10 iulie 2001, R 480/1999-2). Caracterul distinctiv minim al mărcii figurative „a" rezultă și din reprezentarea sa grafică (Decizia din 28 mai 1999, R 091/1998-2).

33 Pe de altă parte, potrivit jurisprudenței, deciziile privind înregistrarea unui semn ca marcă comunitară, pe care camerele de recurs sunt chemate să le pronunțe în temeiul Regulamentului nr. 40/94, sunt luate în temeiul unei competențe conferite de acesta, și nu în virtutea unor puteri discreționare. De aceea, legalitatea acestor decizii trebuie să fie apreciată numai în temeiul regulamentului, astfel cum este interpretat de instanța comunitară, și nu pe baza unei practici decizionale anterioare a camerelor de recurs.

Aprecierea Tribunalului

34 Regulamentul nr. 40/94 prevede la articolul 4, intitulat „Semne care pot constitui o marcă comunitară", următoarele:

„Pot constitui mărci comunitare toate semnele care pot avea o reprezentare grafică, în special cuvintele, inclusiv numele de persoane, desenele, literele, cifrele, forma produsului sau a ambalajului său, cu condiția ca astfel de semne să permită distincția între produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altora".

35 Articolul 7 din Regulamentul nr. 40/94, care enumeră motivele absolute de refuz care pot fi opuse înregistrării semnelor ca marcă comunitară prevede, în cuprinsul paragrafului 1:

„(1) Se respinge înregistrarea următoarelor:

[...]

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

36 În speță, reclamanta a solicitat să fie înregistrat ca marcă comunitară un semn figurativ alcătuit din reproducerea grafică, în culoarea albastru regal închis, a literei „i" majusculă sau a cifrei unu roman, prevăzută, la vârf și la bază, cu două liniuțe orizontale transversale mai subțiri și mai lungi decât cele ale caracterelor omoloage din fontul standard *Times New Roman*.

37 Articolul 4 din Regulamentul nr. 40/94 cuprinde o listă exemplificativă de semne susceptibile de a fi reprezentate grafic care pot constitui o marcă, cu condiția ca acestea să permită distincția între produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altor întreprinderi, adică să îndeplinească funcția ce revine mărcii, aceea de identificare a originii acestor produse și servicii [a se vedea, cu privire la articolul 2 din Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92), al cărui conținut normativ este, în esență, identic cu cel al articolului 4 din Regulamentul nr. 40/94, Hotărârea Curții din 16 septembrie 2004, Nichols, C-404/02, Rec., p. I-8499, punctul 22].

38 Deși articolul 4 din Regulamentul nr. 40/94 vizează în mod expres literele și cifrele, capacitatea generală a unei categorii de semne de a constitui o marcă în conformitate cu această dispoziție nu implică însă că aceste semne au în mod necesar un caracter distinctiv, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b), cu privire la un produs sau la un serviciu determinat [Hotărârea Tribunalului din 9 octombrie 2002, KWS Saat/OAPI (Nuanță de portocaliu), T-173/00, Rec., p. II-3843, punctul 26].

39 Sunt într-adevăr lipsite de un astfel de caracter semnele care nu pot identifica în mod concret originea produsului sau a serviciului pe care îl desemnează și nu permit consumatorului care achiziționează acest produs sau serviciu 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 (Hotărârea Nuanță de portocaliu, punctul 38 de mai sus, punctul 27).

40 Pe de altă parte, o dificultate mai mare care poate fi eventual întâmpinată la aprecierea concretă a caracterului distinctiv al anumitor mărci nu poate justifica ipoteza că acestea sunt, *a priori*, lipsite de caracter distinctiv sau că nu pot dobândi un astfel de caracter decât prin utilizare, în conformitate cu dispozițiile articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94 [a se vedea, cu privire la articolul 3 alineatul (3) din Directiva 89/104, al cărui conținut normativ este, în esență, identic cu cel al articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94, Hotărârea Nichols, punctul 37 de mai sus, punctul 29].

41 Caracterul distinctiv al unei mărci în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie apreciat, pe de o parte, în raport cu produsele sau serviciile pentru care s-a solicitat înregistrarea și, pe de altă parte, în raport cu percepția pe care o au mediile interesate, care sunt alcătuite din consumatorii respectivelor produse sau servicii [a se vedea, cu privire la articolul 3 alineatul (1) litera (b) din Directiva 89/104, al cărui conținut normativ este, în esență, identic cu cel al articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, Hotărârea Curții din 12 februarie 2004, Henkel, C-218/01, Rec., p. I-1725, punctul 50].

42 Trebuia așadar ca, în speță, să se cerceteze, în cadrul unei analize concrete a calităților virtuale ale semnului a cărui înregistrare s-a solicitat, dacă era exclus ca acest semn să poată distinge, în ochii publicului țintă, produsele sau serviciile solicitate de cele cu origine diferită (Hotărârea EASYBANK, punctul 17 de mai sus, punctul 40), știind că un caracter distinctiv minim este suficient pentru a împiedica aplicarea motivului absolut de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 (Hotărârea Formă de lanterne de buzunar, punctul 17 de mai sus, punctul 34).

43 În vederea unei astfel de analize, OAPI sau Tribunalul, atunci când este sesizat cu o acțiune, ia în considerare toate faptele și circumstanțele relevante (Hotărârea Curții din 7 octombrie 2004, Mag Instrument/OAPI, C-136/02 P, Rec., p. I-9165, punctul 48).

44 Or, trebuie constatat că o astfel de analiză nu a fost efectuată în cauză de camera de recurs.

45 Tribunalul reține, în primul rând, că, la punctul 10 din decizia atacată, camera de recurs s-a limitat să constate că semnul depus nu poate indica originea comercială a serviciilor pe care le desemnează, prin aceea că cele două linii transversale ale simbolului a cărui înregistrare se solicită, precum și culoarea sa albastru regal, a cărei finalitate este în primul rând decorativă, nu sunt suficiente pentru a capta atenția observatorului normal de diligent.

46 Pentru a ajunge la o astfel de concluzie, camera de recurs s-a întemeiat pe lipsa unor specificități grafice notabile ale semnului depus, raportat la fontul standard *Times New Roman*. Această concluzie este confirmată de constatarea caracterului banal al semnului analizat, efectuată de camera de recurs la punctul 11 din decizia atacată.

47 Restrângând astfel, de la bun început, aprecierea caracterului distinctiv al semnului depus la configurația culorii sale și la importanța diferențelor grafice pe care ar fi trebuit să le prezinte raportat la simbolurile omoloage ale fontului standard *Times New Roman*, camera de recurs a considerat, în mod implicit, dar necesar, în contradicție cu dispozițiile articolului 4 din Regulamentul nr. 40/94, că un simbol de tipografie ce aparține unui font standardizat nu prezintă, prin el însuși, caracterul distinctiv minim prescris de dispozițiile articolului 7 alineatul (1) litera (b) pentru a putea fi înregistrat ca marcă comunitară.

48 În această măsură, camera de recurs a lipsit, pe de altă parte, de orice conținut practic principiul amintit totuși la punctul 9 din decizia atacată, potrivit căruia articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu stabilește nicio diferență între diferitele tipuri de semne în ceea ce privește condiția caracterului distinctiv.

49 În plus, potrivit jurisprudenței constante, lipsa caracterului distinctiv al unui semn, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, nu ar putea rezulta din simpla constatare că acesta nu are un aspect neobișnuit sau frapant (Hotărârea EASYBANK, punctul 17 de mai sus, punctul 39).

50 Într-adevăr, înregistrarea unui semn ca marcă comunitară nu este subordonată constatării unui anumit grad de creativitate sau de imaginație din partea titularului mărcii (Hotărârea din 16 septembrie 2004, SAT.1/OAPI, C-329/02 P, Rec., p. I-8317, punctul 41), ci depinde de capacitatea semnului de a individualiza produsele sau serviciile solicitantului mărcii față de cele oferite de concurenții acestuia [Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Rewe-Zentral/OAPI (LITE), T-79/00, Rec., p. II-705, punctul 30].

51 Un semn lipsit de elemente grafice stilizate este, dimpotrivă, susceptibil să fie memorat cu mai multă ușurință și rapiditate de publicul relevant, căruia îi va permite să repete experiența unei tranzacții pozitive, cu condiția ca acesta să nu fie deja utilizat, ca atare, pentru a desemna produsele și serviciile în cauză [Hotărârea Tribunalului din 9 octombrie 2002, Dart Industries/OAPI (UltraPlus), T-360/00, Rec., p. II-3867, punctul 48].

52 Prin faptul că a dedus lipsa caracterului distinctiv al semnului depus din absența de specificitate grafică pronunțată față de fontul clasic, camera de recurs a făcut o aplicare inexactă a articolului 4 și a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

53 Tribunalul constată, în al doilea rând, că, la punctul 11 din decizia atacată, camera de recurs s-a limitat să adauge la cele ce precedă că semnul este lipsit de orice conținut expresiv susceptibil să îi confere caracter distinctiv.

54 În această privință, camera de recurs a precizat că, în lipsa altor indicii privind o relație existentă între semnul depus și o anumită întreprindere, publicul relevant nu va putea identifica în semnul respectiv proveniența comercială a serviciilor solicitate în cererea de înregistrare a mărcii comunitare.

55 Totuși, pentru a avea caracterul distinctiv minim prescris de articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, semnul depus nu trebuie decât să apară publicului relevant ca fiind *a priori* susceptibil să identifice proveniența produselor și a serviciilor pentru care a fost solicitat în cererea de marcă comunitară și să le poată distinge de cele ale altor întreprinderi, nefiind necesar ca acesta să aibă un sens particular, un semn prin excelență arbitrar putând fi distinctiv.

56 În speță, camera de recurs nu a precizat prin ce anume absența unui conținut expresiv al semnului exclude posibilitatea identificării serviciilor de construcție, administrare și gestiune a bunurilor imobiliare furnizate de reclamantă.

57 Trebuie subliniat în acest sens că, în măsura în care se compune din litera „i", semnul depus se identifică cu inițiala cuvântului „imobiliar", care desemnează, în mai multe limbi oficiale ale Comunității Europene, domeniul de activitate din care fac parte serviciile în cauză.

58 În aceste condiții, camera de recurs ar fi trebuit, cel puțin, să cerceteze problema de a ști dacă semnul în discuție nu este susceptibil să evoce, fără însă a o descrie în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, natura prestațiilor de servicii pe care le desemnează.

59 Prin faptul că a dedus astfel, din absența de conținut expresiv al semnului depus, incapacitatea acestuia de a identifica proveniența comercială a serviciilor în cauză, camera de recurs a făcut o greșită aplicare a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

60 În mod greșit a întemeiat camera de recurs refuzul de a înregistra semnul depus pe lipsa de specificitate grafică pronunțată și de conținut expresiv a acestuia, fără să cerceteze în prealabil, cu luarea în considerare a tuturor elementelor relevante privind circumstanțele specifice ale cauzei, dacă acest semn era în mod concret susceptibil să distingă, în mintea publicului destinatar, serviciile furnizate de solicitantul mărcii de cele ale concurenților săi.

61 În acest sens, trebuie subliniat, în al treilea rând, că reclamanta este o întreprindere specializată în construirea, administrarea și gestiunea bunurilor imobiliare și că furnizează serviciile solicitate în cuprinsul cererii sale de înregistrare a unei mărci comunitare utilizatorilor profesioniști sau particulari.

62 Având în vedere caracterul specific și prețul ridicat al tranzacțiilor pe care le presupun în general, aceste servicii sunt destinate unui public avizat, al cărui grad de atenție este superior celui care caracterizează consumatorul mediu, normal informat, suficient de atent și de avizat la achiziționarea de bunuri și de servicii de consum curent, astfel cum a reținut camera de recurs.

63 Într-adevăr, gradul de atenție al publicului vizat poate să varieze în funcție de categoria de produse sau servicii oferite, iar consumatorii pot constitui un public foarte atent atunci când, astfel cum este cazul în speță, obligațiile asumate pot fi relativ importante, iar serviciile prestate, de natură relativ tehnică [Hotărârea Tribunalului din 15 septembrie 2005, Citicorp/OAPI (LIVE RICHLY), T-320/03, Rec., p. II-3411, punctele 70 și 73].

64 În mod greșit a reținut camera de recurs drept public relevant consumatorul mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat, fără a lua în considerare faptul că gradul de atenție al consumatorului, inclusiv al consumatorului mediu, poate varia

în funcție de categoria de produse sau de servicii în cauză (Hotărârea Curții din 22 iunie 1999, Lloyd, C-342/97, Rec., p. I-3819, punctul 26).

65 Rezultă din ansamblul argumentării dezvoltate anterior că articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 a fost interpretat și aplicat în mod incorect de camera de recurs.

66 Este așadar necesară admiterea motivului și anularea deciziei atacate.

Cu privire la cheltuielile de judecată

67 În temeiul articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.

68 Întrucât OAPI a căzut în pretenții, acesta suportă propriile cheltuieli de judecată, precum și pe cele efectuate de reclamantă, în conformitate cu concluziile formulate de aceasta.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a patra)

declară și hotărăște:

1) **Anulează decizia Camerei a patra de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 1 septembrie 2005 (cauza R 559/2004-4).**

2) **OAPI suportă propriile cheltuieli de judecată, precum și pe cele efectuate de IVG Immobilien AG.**

Legal Wiszniewska-Białecka Moavero Milanesi

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 13 iunie 2007.

Grefier Președinte

E. Coulon H. Legal