HOTĂRÂREA CURȚII (Camera întâi)

9 septembrie 2010 *

În cauza C-265/09 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție, introdus la 10 iulie 2009,

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

recurent,

cealaltă parte în proces fiind:

BORCO-Marken-Import Matthiesen GmbH & Co. KG, cu sediul în Hamburg (Germania), reprezentată de M. Wolter, Rechtsanwalt,

pârâtă în primă instanță,

* Limba de procedură: germana.

CURTEA (Camera întâi),

compusă din domnul A. Tizzano, președinte de cameră, domnii E. Levits, A. Borg Barthet, J.-J. Kasel și M. Safjan (raportor), judecători,

avocat general: domnul Y. Bot,
grefier: domnul R. Grass,

având în vedere procedura scrisă,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 6 mai 2010,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Prin recursul formulat, Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) solicită anularea Hotărârii Tribunalului de Primă Instanță al Comunităților Europene din 29 aprilie 2009, BORCO-Marken-Import Matthiesen/OAPI (α) (T-23/07, Rep., p. II-861, denumită

în continuare „hotărârea atacată”), prin care s-a anulat Decizia Camerei a patra de recurs a OAPI din 30 noiembrie 2006 (cauza R 808/2006-4) de respingere a căii de atac formulate împotriva deciziei examinatorului prin care s-a respins înregistrarea semnului figurativ „α” ca marcă comunitară (denumită în continuare „decizia în litigiu”).

Cadrul juridic

2 Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146) a fost abrogat prin Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (versiune codificată) (JO L 78, p. 1), intrat în vigoare la 13 aprilie 2009. Cu toate acestea, având în vedere data faptelor, în prezentul litigiu rămâne aplicabil Regulamentul nr. 40/94.

3 Potrivit articolului 4 din Regulamentul nr. 40/94:

„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”.

4 Conform articolului 7 alineatul (1) din acest regulament, se respinge înregistrarea următoarelor:

„[…]

(b) mărci care sunt lipsite de caracter distinctiv;

(c) mărci care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, proveniența geografică sau data fabricației produsului sau a prestării serviciului sau alte caracteristici ale acestora;

[…]"

5 Potrivit articolului 74 alineatul (1) din regulamentul menționat, „[î]n cursul procedurii, [OAPI] procedează la examinarea din oficiu a faptelor".

Istoricul cauzei

6 BORCO-Marken-Import Matthiesen GmbH & Co. KG (denumită în continuare „BORCO") a prezentat, la 14 septembrie 2005, la OAPI o cerere de înregistrare a semnului



ca marcă comunitară.

7 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasa 33 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 corespund descrierii: „Băuturi alcoolice, cu excepția berii, a vinurilor, a vinurilor spumoase și a băuturilor care conțin vin".

8 Prin decizia din 31 mai 2006, examinatorul a respins cererea de înregistrare pentru lipsa caracterului distinctiv al semnului în cauză, în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Examinatorul a reținut că marca a cărei înregistrare era solicitată constituia reproducerea fidelă a literei minuscule grecești „α", fără nicio modificare grafică, iar cumpărătorii de limbă greacă nu vor vedea în acest semn indicația de origine comercială a produselor desemnate în cererea de înregistrare a mărcii.

9 La 15 iunie 2006, BORCO a introdus o cale de atac la OAPI împotriva acestei decizii.

10 Această cale de atac a fost respinsă prin decizia în litigiu, pentru motivul că semnul în cauză este lipsit de caracterul distinctiv impus de articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul 40/94.

Acțiunea în fața Tribunalului și hotărârea atacată

11 La 5 februarie 2007, BORCO a introdus la Tribunal o acțiune în anularea deciziei în litigiu, invocând trei motive, întemeiate pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din acest regulament și, respectiv, pe încălcarea articolului 12 din regulamentul

menționat. BORCO a susținut între altele, în cadrul primului motiv, că semnul în cauză prezintă caracterul distinctiv impus de articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, întrucât permite să se identifice produsele în cauză, din clasa 33 în sensul Aranjamentului de la Nisa menționat, ca provenind de la întreprinderea sa și, în consecință, să se distingă de produsele altor întreprinderi. Din moment ce, în temeiul articolului 4 din acest regulament, literele pot constitui o marcă, nu li se poate nega, în principiu, caracterul distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat fără a lipsi de efecte articolul 4 din același regulament.

12 La punctul 39 din hotărârea atacată, Tribunalul a arătat că, mai întâi, Camera a patra de recurs a OAPI ar fi trebuit să cerceteze dacă era exclus ca acest semn să poată distinge, în ochii consumatorului mediu de limbă greacă, produsele aparținând BORCO de cele cu origine diferită, având în vedere 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.

13 În ceea ce privește analiza realizată în speță de camera de recurs menționată, Tribunalul a arătat, la punctele 40-52 din hotărârea atacată, că, încălcând, între altele, articolul 4 din Regulamentul nr. 40/94, aceasta a refuzat să recunoască orice caracter distinctiv literelor unice, fără a recurge la analiza concretă amintită.

14 Tribunalul a continuat examinarea deciziei Camerei a patra de recurs a OAPI în următorii termeni:

„(53) În al patrulea rând, [C]amera [a patra] de recurs [a OAPI] a considerat, la punctul 25 din decizia [în litigiu], că publicul de referință va înțelege «poate» litera «α» ca o trimitere la calitate (calitate «A»), ca o indicație de mărime sau

ca desemnarea unui tip ori a unei categorii de băuturi alcoolice precum cele indicate în cererea de înregistrare a mărcii.

(54) OAPI nu poate afirma că, pronunțându-se astfel, [C]amera [a patra] de recurs [a OAPI] a efectuat o analiză concretă a caracterului distinctiv al semnului în cauză. Astfel, pe lângă faptul că prezintă un caracter dubitativ care îl lipsește de orice valoare, acest motiv nu se referă la niciun fapt concret susceptibil să justifice concluzia că marca solicitată ar fi percepută de publicul relevant ca o referire la calitate, ca o indicație de mărime sau ca desemnarea unui tip ori a unei categorii pentru produsele indicate în cererea de înregistrare [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 9 iulie 2008, Hartmann/OAPI (E), T-302/06, punctul 44]. Rezultă că [C]amera [a patra] de recurs [a OAPI] nu a demonstrat lipsa de caracter distinctiv a mărcii solicitate."

15 La punctul 56 din hotărârea atacată, Tribunalul a concluzionat:

„Rezultă din toate argumentele care precedă că, prin faptul că a dedus lipsa de caracter distinctiv a semnului depus numai din lipsa de modificări sau de adăugiri grafice în raport cu fontul Times New Roman, fără a efectua o analiză concretă a capacității sale de a distinge, în spiritul publicului de referință, produsele în cauză de cele care provin de la concurenții reclamantei, camera de recurs a făcut o greșită aplicare a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94."

16 În consecință, Tribunalul a admis primul motiv și a anulat decizia în litigiu, fără a examina celelalte două motive invocate de BORCO. Amintind că, în temeiul articolului 63 alineatul (6) din Regulamentul nr. 40/94, urmează ca OAPI să reexamineze cererea de înregistrare prezentată de BORCO în lumina motivării hotărârii atacate, Tribunalul a apreciat că nu este necesară pronunțarea cu privire la cel de al doilea capăt de cerere al BORCO, prin care se urmărea constatarea faptului că articolul 7 alineatul (1)

literele (b) și (c) și alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 nu se opune înregistrării mărcii în cauză pentru produsele desemnate în cererea de înregistrare.

Concluziile părților

17 În recursul formulat, în susținerea căruia invocă un motiv unic, structurat în trei aspecte, referitoare la cerința unei examinări concrete a caracterului distinctiv, la caracterul pretins dubitativ al examinării *a priori* și, respectiv, la sarcina probei, OAPI solicită Curții:

— anularea hotărârii atacate;

— cu titlu principal, respingerea acțiunii formulate de BORCO în primă instanță;

— cu titlu subsidiar, trimiterea cauzei spre rejudecare Tribunalului și

— obligarea BORCO la plata cheltuielilor de judecată efectuate atât în fața Tribunalului, cât și în fața Curții.

18 BORCO solicită Curții respingerea recursului și obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

Cu privire la recurs

Cu privire la primul aspect al motivului unic

Argumentele părților

19 OAPI arată că, spre deosebire de aprecierea Tribunalului, examinarea caracterului distinctiv al unui semn în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu implică întotdeauna constatarea capacității acestui semn de a distinge diferite produse în cadrul unei examinări concrete care să vizeze aceste produse.

20 Tribunalul ar fi aplicat în mod greșit articolul 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament în măsura în care a respins poziția Camerei a patra de recurs a OAPI pentru simplul motiv că aceasta stabilește, pentru o anumită categorie de semne, principiul potrivit căruia, în mod normal, semnele din categoria respectivă nu pot servi drept indicație a originii. Or, Tribunalul ar fi trebuit să verifice dacă afirmația camerei de recurs menționate era confirmată de fapte.

21 În susținerea tezei sale, OAPI invocă jurisprudența Curții referitoare la semnele tridimensionale (Hotărârea din 7 octombrie 2004, Mag Instrument/OAPI, C-136/02 P, Rec., p. I-9165) și la mărcile constituite din culori (Hotărârea din 6 mai 2003, Libertel, C-104/01, Rec., p. I-3793, și Hotărârea din 24 iunie 2004, Heidelberger Bauchemie, C-49/02, Rec., p. I-6129), precum și jurisprudența Tribunalului în materie de sloganuri publicitare și de nume de domeniu. Jurisprudența citată ar permite, pentru diverse categorii de semne, o examinare a caracterului distinctiv concret, în sensul

articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, întemeiată pe afirmații generale cu privire la percepția consumatorului și la condițiile formării acesteia și ar renunța frecvent la examinarea concretă a produselor și serviciilor vizate de cererea de înregistrare în cauză.

22 OAPI subliniază că, dacă se poate afirma că, în cadrul aprecierii semnelor tridimensionale, consumatorul nu are obiceiul de a prezuma originea produselor pe baza formei acestora, în absența unor elemente grafice și verbale (Hotărârea Mag Instrument/OAPI, citată anterior, punctul 30), atunci ar trebui să se poată afirma de asemenea că un consumator nu are obiceiul de a prezuma originea produselor pe baza unor litere unice lipsite de elemente grafice.

23 În cadrul examinării categoriei semnelor constituite din culori, potrivit Curții, cu excepția unor circumstanțe speciale, culorile nu au caracter distinctiv *ab initio*, dar îl pot eventual dobândi ca urmare a unei utilizări în raport cu produsele sau serviciile solicitate (Hotărârea Heidelberger Bauchemie, citată anterior, punctul 39). OAPI consideră că o afirmație identică ar trebui să fie permisă în ceea ce privește literele unice, mai precis, având în vedere că acestea ar fi percepute în mod normal ca desemnând tipul sau numărul de cod, ca o indicație a mărimii ori a altor informații similare.

24 BORCO contestă interpretarea propusă de OAPI. Aceasta arată că noțiunea de caracter distinctiv trebuie să primească aceeași interpretare pentru toate categoriile de mărci. Articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu ar distinge între diferitele categorii de mărci în ceea ce privește aprecierea caracterului lor distinctiv. Caracterul distinctiv al unei mărci ar trebui să fie întotdeauna apreciat în raport cu produsele sau serviciile pentru care este solicitată înregistrarea mărcii. O mai mare dificultate întâlnită, eventual, în aprecierea concretă a caracterului distinctiv al

anumitor mărci nu poate justifica prin ea însăși presupunerea că asemenea mărci ar fi a priori lipsite de caracter distinctiv.

25 Spre deosebire de cele afirmate de OAPI, principiile dezvoltate în jurisprudență cu privire la caracterul distinctiv al mărcilor constituite din culori și tridimensionale nu ar putea fi transpuse în speță. Având în vedere că marca a cărei înregistrare se solicită este o marcă figurativă ce reprezintă o literă unică din alfabetul grec, și anume „α", reprodusă cu caractere uzuale și fără alte elemente grafice, s-ar impune, așadar, aplicarea principiilor dezvoltate în materie de mărci verbale.

26 Regula empirică enunțată de Curte, potrivit căreia consumatorul mediu nu are obiceiul de a prezuma originea produselor pe baza formei acestora sau pe baza formei ambalajului lor, în absența oricărui element grafic sau verbal (Hotărârea din 22 iunie 2006, Storck/OAPI, C-25/05 P, Rec., p. I-5719, punctul 27), nu ar putea fi transpusă în prezenta cauză. Dimpotrivă, o literă unică ar fi un semn independent de aspectul produselor desemnate de marca în cauză. În plus, nu ar exista niciun indiciu în sensul că un consumator ar percepe o marcă ce constă într-o literă unică în mod diferit față de o marcă compusă din două sau mai multe litere.

27 Mai mult, punctul de vedere potrivit căruia ar fi posibil să nu se efectueze o examinare cu privire la produsele și serviciile solicitate în mod concret ar fi în mod clar contrar jurisprudenței consacrate a Curții.

Aprecierea Curții

28 Trebuie amintit de la bun început că, potrivit articolului 4 din Regulamentul nr. 40/94, literele se numără printre categoriile de semne care pot constitui mărci comunitare, cu condiția să fie capabile să distingă produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altor întreprinderi.

29 Totuși, capacitatea generală a unui semn de a constitui o marcă nu implică faptul că acest semn are în mod necesar caracter distinctiv, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat, în raport cu un produs sau cu un serviciu determinat (Hotărârea din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 și C-457/01 P, Rec., p. I-5089, punctul 32).

30 Astfel, în temeiul acestei prevederi, se respinge înregistrarea mărcilor lipsite de caracter distinctiv.

31 Potrivit unei jurisprudențe constante, caracterul distinctiv al unei mărci în sensul dispoziției menționate implică faptul că această marcă permite să se identifice produsul a cărui înregistrare este solicitată ca provenind de la o întreprindere determinată și, așadar, să se distingă acel produs de cele ale altor întreprinderi (Hotărârea Henkel/OAPI, citată anterior, punctul 34, Hotărârea din 8 mai 2008, Eurohypo/OAPI, C-304/06 P, Rep., p. I-3297, punctul 66, și Hotărârea din 21 ianuarie 2010, Audi/OAPI, C-398/08 P, Rep., p. I-535, punctul 33).

32 Or, rezultă dintr-o jurisprudență constantă că acest caracter distinctiv trebuie să fie apreciat, pe de o parte, în raport cu produsele sau serviciile pentru care este solicitată înregistrarea și, pe de altă parte, în raport cu percepția publicului relevant asupra acestora (Hotărârile Storck/OAPI, punctul 25, Henkel/OAPI, punctul 35, și Eurohypo/OAPI, punctul 67, citate anterior). În plus, Curtea a declarat, astfel cum

admite OAPI în recursul formulat, că această metodă de apreciere este aplicabilă și în ceea ce privește analiza caracterului distinctiv al semnelor compuse exclusiv dintr-o culoare ca atare, al mărcilor tridimensionale și al sloganurilor (a se vedea în acest sens Hotărârea din 21 octombrie 2004, KWS Saat/OAPI, C-447/02 P, Rec., p. I-10107, punctul 78, și Hotărârile Storck/OAPI, punctul 26, și, respectiv, Audi/OAPI, punctele 35 și 36, citate anterior).

33 Cu toate acestea, deși criteriile de apreciere a caracterului distinctiv sunt aceleași pentru diferitele categorii de mărci, este posibil, în cadrul aplicării acestor criterii, ca percepția publicului relevant să nu fie în mod necesar aceeași pentru fiecare dintre aceste categorii și, prin urmare, stabilirea caracterului distinctiv în cazul mărcilor din anumite categorii poate fi mai dificilă decât în cazul altor categorii (a se vedea Hotărârea din 29 aprilie 2004, Procter & Gamble/OAPI, C-473/01 P și C-474/01 P, Rec., p. I-5173, punctul 36, Hotărârea din 21 octombrie 2004, OAPI/Erpo Möbelwerk, C-64/02 P, Rec., p. I-10031, punctul 34, și Hotărârea Henkel/OAPI, citată anterior, punctele 36 și 38, precum și Hotărârea Audi/OAPI, citată anterior, punctul 37).

34 În această privință, Curtea a precizat deja că dificultățile pe care le-ar putea implica, prin însăși natura lor, anumite categorii de mărci în ceea ce privește stabilirea caracterului lor distinctiv – dificultăți de care este legitim să se țină cont – nu justifică stabilirea unor criterii specifice care să completeze sau care să deroge de la aplicarea criteriului caracterului distinctiv, astfel cum este interpretat în jurisprudență (a se vedea Hotărârile OAPI/Erpo Möbelwerk, punctul 36, și Audi/OAPI, punctul 38, citate anterior).

35 Or, rezultă din jurisprudența Curții cu privire la articolul 3 din Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1998 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92), a cărui formulare este identică formulării articolului 7 din Regulamentul nr. 40/98, că respectivul caracter distinctiv al unei mărci trebuie întotdeauna apreciat *in concreto*, în raport cu produsele sau serviciile vizate (a se vedea în acest sens Hotărârea Libertel, citată

anterior, punctul 76, precum și Hotărârea din 12 februarie 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec., p. I-1619, punctele 31 și 33).

36 Astfel cum a arătat avocatul general la punctul 47 din concluzii, cerința unei aprecieri concrete a capacității semnului în cauză de a distinge produsele sau serviciile vizate de cele ale altor întreprinderi permite concilierea motivului de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 cu recunoașterea, la articolul 4 din regulamentul menționat, a capacității generale a unui semn de a constitui o marcă.

37 În această privință, trebuie să se sublinieze că, deși din jurisprudența citată reiese că a fost recunoscută de către Curte existența anumitor categorii de semne în cazul cărora ar fi mai dificil să existe un caracter distinctiv *ab initio*, totuși Curtea nu a dispensat astfel oficiile competente în domeniul mărcilor de realizarea unei examinări *in concreto* a caracterului distinctiv al acestora.

38 În ceea ce privește mai precis faptul că semnul în cauză este constituit dintr-o literă unică fără nicio modificare grafică, trebuie amintit că înregistrarea unui semn ca marcă nu este condiționată de constatarea unui anumit nivel de creativitate sau de imaginație lingvistică ori artistică din partea titularului mărcii (Hotărârea din 16 septembrie 2004, SAT.1/OAPI, C-329/02 P, Rec., p. I-8317, punctul 41).

39 În consecință, cu atât mai mult cu cât stabilirea caracterului distinctiv poate fi mai dificilă pentru o marcă ce constă într-o literă unică decât pentru alte mărci verbale, OAPI este ținut să efectueze o apreciere a capacității semnului în cauză de a distinge diferitele produse sau servicii în cadrul unei examinări concrete cu privire la aceste produse sau servicii.

40 Prin urmare, prin faptul că a verificat dacă a fost efectuată de către Camera a patra de recurs a OAPI o examinare concretă a capacității semnului în cauză de a distinge produsele vizate de cele ale altor întreprinderi, Tribunalul a aplicat în mod corect articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

41 Așadar, primul aspect al motivului unic trebuie respins ca nefondat.

Cu privire la al doilea aspect al motivului unic

Argumentele părților

42 Potrivit OAPI, Tribunalul nu a ținut seama de faptul că examinarea caracterului distinctiv al unui semn este o analiză *a priori* și că, în consecință, decizia adoptată în urma acestei examinări prezintă întotdeauna un caracter dubitativ. În opinia OAPI, consumatorul mediu este un concept juridic, iar examinarea caracterului distinctiv al unui semn trebuie efectuată independent de orice utilizare efectivă a acestui semn pe piață.

43 În replică, BORCO susține că simplele supoziții nu sunt suficiente pentru a se putea constata lipsa oricărui caracter distinctiv al unui semn. În caz contrar, OAPI ar putea respinge, fără motive concrete, orice cerere de înregistrare a unei mărci pentru lipsa caracterului distinctiv, bazându-se exclusiv pe presupunerea că marca în cauză ar putea eventual, pentru motive pe care însuși OAPI le-ar ignora, să fie lipsită de caracterul distinctiv necesar. Acest demers ar fi incompatibil cu jurisprudența Curții, potrivit

căreia OAPI trebuie să efectueze, în cadrul examinării motivelor absolute de refuz, o analiză aprofundată și completă a tuturor faptelor și împrejurărilor pertinente.

Aprecierea Curții

44 Trebuie subliniat că cerința de a efectua o examinare a priori a caracterului distinctiv al unui semn nu se opune ca această examinare să fie efectuată *in concreto.*

45 Astfel, după cum reiese din jurisprudența Curții, examinarea cererilor de înregistrare nu trebuie să fie minimă, ci trebuie să fie strictă și completă pentru a evita înregistrarea necorespunzătoare a mărcilor și pentru a garanta, pentru motive de securitate juridică și de bună administrare, că mărcile a căror utilizare ar putea fi contestată cu succes în instanță nu fac obiectul unei înregistrări (a se vedea în acest sens Hotărârile Libertel, punctul 59, și OAPI/Erpo Möbelwerk, punctul 45, citate anterior).

46 Însuși obiectivul controlului *a priori* ar fi, așadar, contracarat dacă, în pofida cerinței, amintite la punctul 39 din prezenta hotărâre, de a efectua o examinare concretă a caracterului distinctiv al mărcii a cărei înregistrare este solicitată, OAPI s-ar putea prevala, fără o justificare pertinentă, de supoziții sau de simple îndoieli.

47 În consecință, Tribunalul a apreciat în mod întemeiat, la punctul 54 din hotărârea atacată, că, întemeindu-se pe un motiv dubitativ, Camera a patra de recurs a OAPI nu

a putut îndeplini cerințele ce caracterizează examinarea caracterului distinctiv al unui semn a cărui înregistrare ca marcă este solicitată în cadrul Regulamentului nr. 40/94.

48 Prin urmare, cel de al doilea aspect al motivului unic trebuie respins ca nefondat.

Cu privire la al treilea aspect al motivului unic

Argumentele părților

49 OAPI susține că Tribunalul nu a respectat împărțirea sarcinii probei în cadrul examinării efectuate în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, în măsura în care a considerat că OAPI trebuie să stabilească întotdeauna referindu-se la fapte concrete lipsa caracterului distinctiv al mărcii a cărei înregistrare este solicitată.

50 Întrucât procedura de înregistrare este o procedură administrativă, iar nu o procedură contradictorie, în cadrul căreia OAPI ar trebui să aducă solicitantului dovezi în susținerea motivelor de refuz, ar reveni solicitantului care se prevalează, în cadrul căii de atac, de caracterul distinctiv al mărcii a cărei înregistrare este solicitată obligația de a prezenta informații concrete și susținute care să demonstreze că această marcă are caracter distinctiv.

51 Potrivit OAPI, acesta poate, atunci când stabilește lipsa caracterului distinctiv intrinsec al unei mărci a cărei înregistrare este solicitată, să își întemeieze analiza pe fapte care rezultă din experiența practică dobândită în general din comercializarea produselor de larg consum, fapte care sunt susceptibile de a fi cunoscute de orice persoană și care sunt cunoscute în special de consumatorii acestor produse. Într-o astfel de situație, OAPI nu ar fi obligat să prezinte exemple referitoare la o asemenea experiență practică.

52 Tribunalul ar încălca acest principiu atunci când, la punctul 54 din hotărârea atacată, reproșează Camerei a patra de recurs a OAPI că nu s-a referit la niciun fapt concret. Această cameră de recurs ar fi putut, contrar aprecierilor Tribunalului, să își întemeieze analiza pe fapte ce rezultă din experiența dobândită în general, potrivit căreia literele unice sunt utilizate în mod foarte obișnuit drept, între altele, desemnare a unui tip, a unui număr de cod sau a unei indicații de mărime și sunt percepute ca atare.

53 În opinia BORCO, această argumentare este greșită din punct de vedere juridic.

54 În temeiul articolului 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, revine OAPI, în cadrul aprecierii motivelor absolute de refuz în cursul procedurii de înregistrare, obligația de a examina din oficiu faptele pertinente. Numai atunci când OAPI a prezentat elementele concrete care indică lipsa caracterului distinctiv, solicitantul ar fi în măsură să respingă aceste elemente și i-ar reveni sarcina probei în cadrul procedurii jurisdicționale. OAPI ar ignora astfel, în recursul formulat, principii esențiale în materie de sarcină a probei.

Aprecierea Curții

55 Trebuie să se constate de la bun început că, reproșând Camerei a patra de recurs a OAPI că nu a stabilit lipsa caracterului distinctiv al mărcii a cărei înregistrare este solicitată, Tribunalul s-a limitat la aplicarea jurisprudenței citate la punctul 35 din prezenta hotărâre, potrivit căreia trebuie să se efectueze întotdeauna o examinare concretă a caracterului distinctiv al semnului în cauză.

56 Astfel cum a arătat avocatul general la punctul 59 din concluzii, considerații ținând de sarcina probei în cadrul procedurii de înregistrare a unei mărci nu pot exonera OAPI de obligațiile care îi revin în temeiul Regulamentului nr. 40/94.

57 Astfel, potrivit articolului 74 alineatul (1) din acest regulament, la examinarea motivelor absolute de refuz al înregistrării, OAPI este ținut să analizeze din oficiu faptele pertinente care l-ar putea determina să aplice un asemenea motiv.

58 Contrar celor susținute de OAPI, această cerință nu poate fi nici relativizată, nici răsturnată, în detrimentul solicitantului, în temeiul punctului 50 din Hotărârea din 25 octombrie 2007, Develey/OAPI (C-238/06 P, Rep., p. I-9375).

59 Astfel cum reiese din cuprinsul acestui punct, numai în măsura în care, în pofida analizei efectuate de OAPI, reclamanta se prevalează de caracterul distinctiv al unei mărci a cărei înregistrare este solicitată revine acesteia obligația de a furniza informații concrete și susținute care să demonstreze că marca în cauză are caracter distinctiv (Hotărârea Develey/OAPI, citată anterior, punctul 50).

60 Prin urmare, din moment ce analiza Camerei a patra de recurs a OAPI nu respectă cerințele amintite la punctul 35 din prezenta hotărâre, nu poate fi imputată BORCO o astfel de obligație.

61 În consecință, cel de al treilea aspect al motivului unic invocat de OAPI nu este fondat.

62 Având în vedere că niciunul dintre cele trei aspecte ale motivului unic invocat de OAPI nu este fondat, se impune respingerea recursului.

Cu privire la cheltuielile de judecată

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

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

1) Respinge recursul.

2) Obligă Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) la plata cheltuielilor de judecată.

Semnături