HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a treia)

20 octombrie 2011 *

În cauzele conexate C-344/10 P și C-345/10 P,

având ca obiect recursuri formulate în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, introduse la 7 iulie 2010,

Freixenet SA, cu sediul în Sant Sadurní d'Anoia (Spania), reprezentată de F. de Visscher, E. Cornu și D. Moreau, avocați,

recurentă,

cealaltă parte în proces fiind:

Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de domnul A. Folliard-Monguiral, în calitate de agent,

pârât în primă instanță,

* Limba de procedură: franceza.

CURTEA (Camera a treia),

compusă din domnul K. Lenaerts, președinte de cameră, domnul J. Malenovský, doamna R. Silva de Lapuerta, domnii G. Arestis (raportor) și T. von Danwitz, judecători,

avocat general: doamna E. Sharpston,
grefier: domnul K. Malacek, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 18 mai 2011,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Prin recursurile formulate, Freixenet SA (denumită în continuare „Freixenet”) solicită anularea Hotărârilor Tribunalului Uniunii Europene din 27 aprilie 2010, Freixenet/OAPI (Sticlă sablată albă) (T-109/08, denumită în continuare „Hotărârea T-109/08”) și Freixenet/OAPI (Sticlă sablată neagră mată) (T-110/08, denumită în continuare „Hotărârea T-110/08”) (denumite în continuare, împreună, „hotărârile atacate”), prin care Tribunalul a respins acțiunile formulate de aceasta împotriva Deciziilor Camerei întâi de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene

și modele industriale) (OAPI) din 30 octombrie 2007 (cauza R 97/2001-1) și, respectiv, din 20 noiembrie 2007 (cauza R 104/2001-1), privind cererile de înregistrare ca mărci comunitare a unor semne reprezentând o sticlă sablată albă, precum și o sticlă sablată neagră mată (denumite în continuare „deciziile 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 (JO L 78, p. 1), intrat în vigoare la 13 aprilie 2009. Cu toate acestea, având în vedere data faptelor, în prezentele litigii rămâne aplicabil Regulamentul nr. 40/94.

3 În conformitate cu articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt lipsite de caracter distinctiv.

4 În temeiul articolului 7 alineatul (3) din acest regulament, motivul absolut de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul amintit nu se opune înregistrării unei mărci în cazul în care aceasta a dobândit, pentru produsele pentru care se cere înregistrarea, un caracter distinctiv după ce a fost utilizată.

5 Articolul 38 alineatul (3) din același regulament prevede că cererea nu poate fi respinsă înainte ca solicitantului să i se fi acordat posibilitatea de a-și retrage sau de a-și modifica cererea ori de a prezenta observații.

6 Articolul 73 din Regulamentul nr. 40/94 prevede:

„Hotărârile [OAPI] sunt motivate. Acestea nu se pot întemeia decât pe motive sau dovezi asupra cărora părțile interesate au avut posibilitatea de a formula observații."

Situația de fapt

7 La 1 aprilie 1996, Freixenet a formulat la OAPI două cereri de înregistrare a unor mărci comunitare referitoare la reprezentările în litigiu. În aceste cereri, Freixenet a arătat că mărcile a căror înregistrare o solicita fac parte din categorie „altele" și constau în forma de prezentare a unui produs. În cererea care a dus la pronunțarea Hotărârii T-109/08, Freixenet a solicitat culoarea „auriu mat" și a descris marca respectivă ca fiind „o sticlă sablată albă care, atunci când este umplută cu vin, ia un aspect auriu mat ca și cum ar fi glazurată". În cererea care a dus la pronunțarea Hotărârii T-110/08, Freixenet a solicitat culoarea „negru mat" și a descris marca respectivă ca fiind o „sticlă sablată neagră mată". Totodată, la aceste cereri a fost anexată o declarație în cuprinsul căreia Freixenet afirma că marca „nu urmărește obținerea protecției private și exclusive a formei sticlei, ci numai a aspectului specific al suprafeței acesteia".

8 Produsele pentru care s-au solicitat înregistrările 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 modificările și revizuirile ulterioare, și corespund descrierii următoare: „vinuri spumoase".

9 Prin Deciziile din 29 noiembrie 2009, examinatorul OAPI a respins cererile de înregistrare a mărcilor formulate, cu motivarea că mărcile respective erau lipsite de caracter distinctiv, iar probele prezentate de Freixenet nu permiteau să se concluzioneze că mărcile respective au dobândit un caracter distinctiv prin utilizare, în sensul articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94.

10 Prin Deciziile din 11 februarie 2004 din cauzele R 97/2001-4 și R 104/2001-4, Camera a patra de recurs a OAPI a respins căile de atac formulate de Freixenet împotriva deciziei examinatorului.

11 Prin Hotărârile pronunțate la 4 octombrie 2006, Freixenet/OAPI (Forma unei sticle sablate albe) (T-190/04) și Freixenet/OAPI (Forma unei sticle sablate negre mate) (T-188/04), Tribunalul a anulat aceste decizii, apreciind că, în speță, camera de recurs încălcase articolul 73 din Regulamentul nr. 40/94 și principiul respectării dreptului la apărare.

12 Prin Deciziile din 12 decembrie 2006, prezidiul camerelor de recurs ale OAPI a trimis aceste cauze spre soluționare Camerei întâi de recurs.

13 Prin scrisorile din 18 iunie 2007, în considerarea faptului că Tribunalul a reproșat Camerei a patra de recurs a OAPI că și-a întemeiat deciziile pe probe care nu au fost aduse în prealabil la cunoștința Freixenet, Camera întâi de recurs a OAPI a transmis acesteia ilustrațiile sticlelor care fuseseră citate în deciziile Camerei a patra de recurs, anulate de Tribunal, precum și linkurile citate în Deciziile examinatorului din 29 noiembrie 2000.

14 Prin scrisorile din 9 august 2007, Freixenet a prezentat observații cu privire la informațiile menționate mai sus.

15 Prin deciziile în litigiu, Camera întâi a OAPI a respins căile de atac cu care a fost sesizată.

Procedurile în fața Tribunalului și hotărârile atacate

16 Prin cererile introductive depuse la grefa Tribunalului la 28 februarie 2008, Freixenet a formulat două acțiuni solicitând acestuia să anuleze deciziile în litigiu și să constate că cererile de înregistrare a mărcilor comunitare privind reprezentările în litigiu îndeplineau condițiile prevăzute pentru a fi publicate în conformitate cu articolul 40 din Regulamentul nr. 40/94.

17 În susținerea acestor acțiuni, Freixenet a invocat trei motive, întemeiate pe încălcarea articolului 73 din Regulamentul nr. 40/94, a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament și, respectiv, a articolului 7 alineatul (3) din regulament.

18 Prin hotărârile atacate, Tribunalul a respins cele trei motive și a respins acțiunile în totalitate.

19 În special, în ceea ce privește primul aspect al primului motiv, întemeiat pe încălcarea obligației de motivare prevăzute la articolul 73 prima teză din Regulamentul

nr. 40/94, Tribunalul a considerat la punctele 20 din hotărârile atacate că, atunci când a făcut trimitere expresă la experiența practică dobândită în general din comercializarea produselor de larg consum pentru a concluziona că mărcile a căror înregistrare se solicita erau lipsite de caracter distinctiv din perspectiva articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulament, camera de recurs nu a furnizat referiri precise la elemente din dosar. Prin urmare, la punctele 21 din hotărârile atacate, Tribunalul a respins acest prim aspect.

20 În cadrul aceluiași aspect, Tribunalul a arătat la punctele 22 din hotărârile atacate că camera de recurs și-a susținut teza conform căreia experiența de fiecare zi confirmă ideea că adevărata marcă a vinului spumos o reprezintă eticheta prin afirmația că „[i]lustrațiile citate în decizia Camerei a patra, transmise [reclamantei Freixenet], și cele pe care [Freixenet] însăși le-a descoperit în cursul cercetărilor sale constituie cea mai bună dovadă a acestui fapt". Tribunalul a considerat, la punctele 23 din aceste hotărâri, că toate ilustrațiile menționate confirmau îndeajuns ideea că adevărata marcă a vinului spumos o reprezintă eticheta, iar nu forma ambalajului, ceea ce constituia motivarea prezentată de camera de recurs în fundamentarea deciziilor în litigiu.

21 În ceea ce privește al doilea aspect al primului motiv, întemeiat pe încălcarea dreptului de a fi ascultat prevăzut la articolul 73 a doua teză din Regulamentul nr. 40/94, Tribunalul a arătat la punctele 44 din hotărârile atacate că, potrivit Camerei întâi de recurs a OAPI, elementul esențial care permite identificarea originii produsului de către consumatorul vizat este eticheta aplicată pe sticla de vin spumos, mai degrabă decât forma sticlei sau aspectul exterior al acesteia. La punctele 45 din hotărârile atacate, Tribunalul a precizat că această apreciere reprezenta poziția finală adoptată de OAPI și că, prin urmare, ea nu trebuia, în principiu, să fie prezentată reclamantei Freixenet pentru observații. Potrivit Tribunalului, respectiva apreciere nu se întemeia pe elemente de fapt pe care camera de recurs le-a adunat din oficiu, ci era o extindere a argumentației invocate de examinator la 19 noiembrie 1998, prin care se indica reclamantei Freixenet că marca a cărei înregistrare se solicita prezenta aspectul obișnuit al unei sticle de vin spumos și era, prin urmare, lipsită de orice caracter distinctiv în aplicarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament.

22 În cadrul acestui al doilea aspect al primului motiv, Tribunalul a mai arătat la punctele 46 din hotărârile menționate că se putea prezuma că sunt cunoscute de toată lumea și inclusiv de Freixenet deducțiile făcute pe baza experienței practice, mai precis importanța etichetei aplicate pe un vin spumos ca element ce permite stabilirea originii produsului de către consumatorul vizat și varietatea modurilor de prezentare. Potrivit Tribunalului, aceste deducții se încadrau în categoria faptelor notorii, a căror exactitate nu trebuie stabilită de OAPI. Tribunalul a mai arătat că argumentația menționată, prezentată cu titlu principal de camera de recurs în deciziile în litigiu, se înscria în contextul discuțiilor purtate între Freixenet și OAPI cu privire la elementele care trebuie luate în considerare pentru a stabili caracterul distinctiv al mărcilor a căror înregistrare se solicita.

23 La punctele 47 din hotărârile atacate, Tribunalul a indicat că ideea potrivit căreia eticheta constituie elementul de referință pentru consumatorul de vin spumos, care nu se întemeiază pe alte elemente, precum culoarea sticlei sau aspectul suprafeței acesteia, reprezintă elementul central al raționamentului OAPI și nu este decât o constatare care rezultă din experiența practică. Considerând că această idee nu putea să fie ignorată de Freixenet, Tribunalul a statuat că Freixenet era, așadar, perfect în măsură să respingă ideea reținută de examinator și, ulterior, de Camera întâi de recurs a OAPI pentru a stabili lipsa caracterului distinctiv al mărcilor a căror înregistrare se solicita și putea astfel să invoce faptul că, în mod obișnuit, la alegerea acestui produs, consumatorul vizat nu ia în considerare eticheta, ci ambalajul vinului spumos.

24 Pe de altă parte, constatând că Freixenet a avut ocazia să prezinte observații cu privire la ilustrațiile sticlelor citate în deciziile Camerei a patra de recurs a OAPI, Tribunalul a statuat, la punctele 48 din aceste hotărâri, că Freixenet nu putea invoca în mod întemeiat în această privință încălcarea articolului 73 a doua teză din Regulamentul nr. 40/94.

25 La punctele 49 din hotărârile atacate, Tribunalul a concluzionat că Freixenet fusese ascultată în sensul articolului 73 a doua teză din Regulamentul nr. 40/94, în măsura în care a putut să își prezinte poziția cu privire la motivele pentru care OAPI intenționa să respingă cererile de înregistrare a mărcilor pentru că nu prezentau caracterul distinctiv impus în această privință. Ulterior, la punctele 50 din aceste hotărâri, Tribunalul a considerat că în mod neîntemeiat Freixenet susținea că, în speță, camera de recurs a încălcat această dispoziție pentru că nu i-a solicitat să prezinte observații cu privire la fapte notorii pe care nu putea să nu le cunoască și care constituiau poziția finală a OAPI ori cu privire la ilustrațiile sticlelor respective. Prin urmare, Tribunalul a respins al doilea aspect al primului motiv.

26 Referitor la cel de al doilea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, Tribunalul a arătat printre altele la punctul 75 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 74 din Hotărârea T-110/08 că, în ceea ce privește aprecierea propriu-zisă a caracterului distinctiv al mărcilor a căror înregistrare se solicita, camera de recurs a OAPI considerase că culoarea și mătuirea sticlei nu putea „funcționa ca marcă" pentru vinul spumos. În plus, Tribunalul a indicat la punctul 76 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 75 din Hotărârea T-110/08 că, în acest context, Freixenet invoca caracterul original al mărcilor amintite la data de 1 aprilie 1996, care nu a fost contestat ca atare de respectiva cameră de recurs în deciziile litigioase. Potrivit Tribunalului, o astfel de originalitate nu ar fi suficientă totuși pentru a stabili caracterul distinctiv al mărcilor amintite în ceea ce privește produsele vizate și publicul relevant.

27 La punctul 79 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 78 din Hotărârea T-110/08, Tribunalul a statuat că cele două aprecieri de fapt ale camerei de recurs a OAPI, necontestate ca atare de Freixenet și întemeiate, pe de o parte, pe faptul că nicio sticlă nu se vinde fără etichetă sau fără o mențiune echivalentă și, pe de altă parte, pe faptul că Freixenet însăși utiliza marca FREIXENET pe sticlele a căror înregistrare ca marcă o solicita, permiteau să se confirme ideea dedusă din experiența practică

conform căreia culoarea și mătuirea sticlei nu puteau „funcționa ca marcă” pentru vinul spumos în ceea ce privește publicul relevant.

28 În cadrul acestui al doilea motiv, Tribunalul a amintit, pe de altă parte, la punctul 81 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 80 din Hotărârea T-110/08, că nu se contesta aspectul original al mărcilor a căror înregistrare se solicită. Aspectele contestate ar ține de faptul că marea majoritate a consumatorilor nu percep aspectul sticlelor ca fiind un element util pentru a stabili originea vinului spumos respectiv, ci preferă să se refere la etichetă.

29 În plus, la punctul 82 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 81 din Hotărârea T-110/08, Tribunalul a statuat că, în ceea ce privește argumentul întemeiat pe faptul că niciuna dintre ilustrațiile sticlelor de vin spumos evocate în deciziile în litigiu nu s-ar referi la o sticlă comercializată la data la care s-a solicitat înregistrarea mărcilor, era suficient să se arate că acest argument era inoperant din moment ce camera de recurs a OAPI subliniase pe bună dreptate în aceste decizii că „nu există nicio situație precedentă de întreprindere vinicolă care să fi oferit publicului vin în sticle fără inscripții, bazându-se exclusiv sau în principal pe aspectul formal al sticlei ca indicator al originii industriale sau comerciale a produsului”. Tribunalul a concluzionat că, în orice caz, presupunând chiar că Freixenet ar fi fost prima care a utilizat ambalajul pentru care s-a solicitat înregistrarea mărcilor, nu este mai puțin adevărat că originalitatea acestui ambalaj nu ar fi suficientă, deoarece consumatorul ține cont, indiferent de perioadă, de un alt element pentru a se hotărî în momentul cumpărării, dată fiind în special marea varietate de moduri de prezentare propuse în magazine.

30 În consecință, la punctul 85 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 84 din Hotărârea T-110/08, Tribunalul a statuat că în mod întemeiat camera de recurs a considerat că mărcile a căror înregistrare se solicita sunt lipsite de caracter distinctiv și, ca urmare, a respins al doilea motiv.

31 În ceea ce privește al treilea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94, Tribunalul a arătat în special la punctul 113 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 108 din Hotărârea T-110/08 că nu se poate contesta că 9 dintre cele 15 state membre care alcătuiau Comunitatea Europeană la momentul depunerii cererilor de înregistrare nu erau incluse în studiile de piață prezentate de Freixenet.

32 Tribunalul a precizat în plus la punctul 112 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 118 din Hotărârea T-110/08 că, întrucât mărcile a căror înregistrare se solicita sunt constituite din modul de prezentare a unui produs, nu există niciun obstacol lingvistic la înregistrare și că, prin urmare, pentru ca aceste mărci să poată fi înregistrate în temeiul articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94, trebuia, în principiu, să se stabilească dobândirea caracterului distinctiv prin utilizare pe întreg teritoriul Comunității în care acest caracter distinctiv intrinsec lipsea.

33 Tribunalul a concluzionat la punctul 123 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 119 din Hotărârea T-110/08 că, în lipsa unor dovezi cu caracter probant suficient pentru 14 dintre cele 15 state membre vizate, dobândirea caracterului distinctiv prin utilizare în Spania nu putea fi considerată, așadar, suficientă pentru înregistrarea unei mărci comunitare, care avea un caracter unitar și își producea efectele în ansamblul Comunității. Tribunalul a considerat totodată că Freixenet nu se putea prevala în acest scop și prin analogie de Hotărârea din 6 octombrie 2009, PAGO International (C-301/07, Rep., p. I-9429), care privește o cerere de pronunțare a unei hotărâri preliminare referitoare la articolul 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 și problema protecției conferite de renumele unei mărci comunitare deja înregistrate. În consecință, Tribunalul a statuat că, în mod întemeiat, camera de recurs a OAPI considerase că probele prezentate de Freixenet erau insuficiente pentru a demonstra caracterul distinctiv dobândit prin utilizarea semnelor a căror înregistrare se solicită și, prin urmare, a respins al treilea motiv.

Concluziile părților și procedura în fața Curții

34 Freixenet solicită Curții:

— anularea hotărârilor atacate,

— admiterea concluziilor pe care le-a prezentat în fața Tribunalului și

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

35 OAPI solicită Curții:

— respingerea recursurilor și

— obligarea Freixenet la plata cheltuielilor de judecată.

36 Prin Ordonanța președintelui Curții din 10 noiembrie 2010, cauzele C-344/10 P și C-345/10 P au fost conexate pentru buna desfășurare a procedurii orale și în vederea pronunțării hotărârii.

Cu privire la recursuri

37 În susținerea recursurilor formulate, Freixenet invocă trei motive, întemeiate, primul, pe încălcarea articolului 38 alineatul (3) și a articolului 73 din Regulamentul nr. 40/94, precum și a articolului 296 TFUE și a articolului 6 din Convenția europeană pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale, semnată la Roma la 4 noiembrie 1950, al doilea, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament și, al treilea, pe încălcarea articolului 7 alineatul (3) din regulamentul respectiv. Se impune să se examineze în primul rând cel de al doilea motiv.

Argumentele părților

38 Prin intermediul celui de al doilea motiv, Freixenet susține că Tribunalul a încălcat articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 statuând în hotărârile atacate că, în susținerea refuzului de înregistrare, camera de recurs a OAPI nu era obligată să prezinte elemente concrete și că putea să se limiteze la a afirma existența unui fapt pretins notoriu pentru a nega caracterul distinctiv al mărcilor a căror înregistrare se solicita, deși reclamanta furnizase indicații concrete și detaliate care atestau caracterul original al acestor mărci la data relevantă, în sensul că acestea difereau în mod semnificativ de norma sau uzanțele sectorului vizat. Din moment ce, potrivit jurisprudenței, aprecierea capacității distinctive trebuie să fie concretă, OAPI ar fi

obligat să răspundă în concret la elementele concrete prezentate de solicitant și nu s-ar putea limita la negații vagi și generale, astfel cum a admis în mod eronat Tribunalul în hotărârile atacate.

39 În plus, Freixenet insistă asupra faptului că, la 1 aprilie 1996, mărcile a căror înregistrare se solicita se delimitau în mod substanțial de normele sectorului și arată că, în această privință, caracterul original al acestor mărci a fost recunoscut atât de camera de recurs a OAPI, cât și de Tribunal la punctele 76 și 81 din Hotărârea T-109/08, precum și la punctele 75 și 80 din Hotărârea T-110/08. Recurenta susține că, în măsura în care, în conformitate cu jurisprudența, simpla capacitate de a distinge originea produsului este suficientă pentru ca motivul de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 să nu se aplice și ținând seama de împrejurarea că aceste mărci aveau un caracter distinctiv minimal, ceea ce Tribunalul a recunoscut calificându-le drept originale, acesta din urmă a săvârșit o eroare de drept încălcând dispoziția respectivă prin faptul că nu a recunoscut caracterul distinctiv al mărcilor amintite, chiar în condițiile în care era îndeplinit criteriul de protecție.

40 Freixenet reproșează totodată Tribunalului încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 prin importanța pe care a acordat-o necesității de a combina un element verbal cu mărcile a căror înregistrare se solicita, însușindu-și, la punctul 82 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 81 din Hotărârea T-110/08, aprecierea camerei de recurs a OAPI potrivit căreia „nu există nicio situație precedentă de întreprindere vinicolă care să fi oferit publicului vin în sticle fără inscripții, bazându-se exclusiv sau în principal pe aspectul formal al sticlei ca indicator al originii industriale sau comerciale a produsului”. Tribunalul ar fi prezumat astfel în mod eronat că un semn care nu este verbal nu avea nicio capacitate distinctivă atunci când nu era utilizat în combinație cu un element verbal, deși nici acest regulament, nici jurisprudența nu ar condiționa înregistrarea unei mărci constituite din forma de prezentare a unui produs sau din modul de prezentare a ambalajului de prezența unor inscripții sau a unor elemente verbale.

41 OAPI contestă argumentația prezentată de Freixenet și susține că acest al doilea motiv trebuie respins ca neîntemeiat.

Aprecierea Curții

42 Din jurisprudența constantă rezultă că, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, caracterul distinctiv al unei mărci înseamnă că această marcă permite să se identifice produsul a cărui înregistrare este solicitată ca provenind de la o întreprindere determinată și, prin urmare, să se distingă acel produs de cele ale altor întreprinderi (a se vedea în special Hotărârea din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 P și C-457/01 P, Rec., p. I-5089, punctul 34, Hotărârea din 7 octombrie 2004, Mag Instrument/OAPI, C-136/02 P, Rec., p. I-9165, punctul 29, și Hotărârea din 25 octombrie 2007, Develey/OAPI, C-238/06 P, Rep., p. I-9375, punctul 79).

43 Acest caracter distinctiv trebuie apreciat, pe de o parte, raportat la produsele sau la serviciile a căror înregistrare este solicitată și, pe de altă parte, raportat la percepția pe care publicul relevant o are asupra acestora (a se vedea în special Hotărârea Henkel/OAPI, citată anterior, punctul 35, Hotărârea din 22 iunie 2006, Storck/OAPI, C-25/05 P, Rec., p. I-5719, punctul 25, și Hotărârea Develey/OAPI, citată anterior, punctul 79).

44 În speță, astfel cum a arătat Tribunalul la punctul 69 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 68 din Hotărârea T-110/08, nu se contestă faptul că produsele în ca uză, mai precis vinurile spumoase, sunt produse de consum curent și că publicul vizat se compune din publicul larg din cele 15 state membre care constituiau Comunitatea la momentul depunerii cererilor de înregistrare.

45 Potrivit unei jurisprudențe de asemenea constante, criteriile de apreciere a caracterului distinctiv al mărcilor tridimensionale care sunt constituite din aspectul produsului însuși nu diferă de cele aplicabile altor categorii de mărci (a se vedea în special Hotărârea Mag Instrument/OAPI, citată anterior, punctul 30, Hotărârea din 12 ianuarie 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAPI, C-173/04 P, Rec., p. I-551, punctul 27, Hotărârea Storck/OAPI, citată anterior, punctul 26, și Hotărârea din 4 octombrie 2007, Henkel/OAPI, C-144/06 P, Rep., p. I-8109, punctul 36).

46 Cu toate acestea, în aplicarea acestor criterii, este necesar să se țină seama de faptul că percepția consumatorului mediu nu este în mod necesar aceeași în cazul unei mărci tridimensionale care constă în aspectul produsului însuși și în cazul unei mărci verbale sau figurative care constă într-un semn independent de aspectul produsului pe care îl desemnează. Astfel, consumatorul mediu nu este obișnuit să deducă proveniența produselor în funcție de forma acestora sau de aceea a ambalajului lor, în lipsa oricărui element grafic sau textual, și, prin urmare, stabilirea caracterului distinctiv al unei astfel de mărci tridimensionale ar putea fi mai dificilă decât în cazul unei mărci verbale sau figurative (a se vedea în special Hotărârile citate anterior Mag Instrument/OAPI, punctul 30, Deutsche SiSi-Werke/OAPI, punctul 28, și Storck/OAPI, punctul 27).

47 În aceste condiții, numai o marcă care se deosebește în mod semnificativ de norma sau uzanțele sectorului și, din acest motiv, este de natură a îndeplini funcția sa esențială de origine nu este lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 (a se vedea în special Hotărârile citate anterior Mag Instrument/OAPI punctul 31, Deutsche SiSi-Werke/OAPI, punctul 31, și Storck/OAPI, punctul 28).

48 Această jurisprudență, dezvoltată în materia mărcilor tridimensionale constituite din aspectul produsului însuși sau din ambalajul unor produse, precum lichidele, care sunt ambalate în comerț pentru motive legate de natura însăși a produsului (a se vedea Hotărârea citată anterior Deutsche SiSi-Werke/OAPI, punctul 29, și Hotărârea din 4 octombrie 2007, Henkel/OAPI, punctul 38), se aplică de asemenea atunci când, precum în speță, marca a cărei înregistrare se solicită este o „altă” marcă constituită

din aspectul specific al suprafeței ambalajului unui produs lichid. Astfel, într-un asemenea caz, marca nu constă nici într-un semn independent de aspectul ambalajului necesar pentru produsele pe care le desemnează (a se vedea în acest sens Hotărârea Storck/OAPI, citată anterior, punctul 29).

49 Deși la punctele 63-67 din Hotărârea T-109/08, precum și, respectiv, la punctele 62-66 din Hotărârea T-110/08 Tribunalul a identificat în mod corect criteriile stabilite în jurisprudență, din aceste hotărâri rezultă totuși că Tribunalul nu a urmat această jurisprudență la aprecierea prezentei spețe.

50 Astfel, în loc să verifice dacă mărcile a căror înregistrare se solicita se deosebeau în mod semnificativ de norma sau uzanțele sectorului vizat, Tribunalul s-a limitat să constate la modul general, la punctul 79 din Hotărârea T-109/08 și, respectiv, la punctul 78 din Hotărârea T-110/08, că, deoarece nicio sticlă nu se vinde fără etichetă sau fără o mențiune echivalentă, numai acest element verbal permite să se stabilească originea vinului spumos respectiv, astfel încât culoarea și mătuirea sticlei nu puteau „funcționa ca marcă" pentru vinul spumos în ceea ce privește publicul relevant atunci când nu erau utilizate în combinație cu un element verbal.

51 O astfel de apreciere conduce în mod sistematic la a exclude de la protecția ce ar putea fi conferită prin Regulamentul nr. 40/94 mărcile constituite din aspectul ambalajului produsului însuși care nu conțin o inscripție sau un element verbal.

52 Rezultă că Tribunalul a încălcat articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 (a se vedea în acest sens Hotărârea din 20 septembrie 2001, Procter & Gamble/OAPI, C-383/99 P, Rec., p. I-6251, punctul 45).

53 În aceste condiții, trebuie admis cel de al doilea motiv invocat de Freixenet și trebuie anulate hotărârile atacate, fără a fi necesară examinarea celorlalte motive de recurs.

Cu privire la acțiunile în fața Tribunalului

54 Potrivit articolului 61 primul paragraf a doua teză din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, aceasta poate, în cazul în care anulează decizia Tribunalului, să soluționeze ea însăși litigiul, atunci când acesta este în stare de judecată. Se impune constatarea că acesta este cazul în speță.

55 În ceea ce privește cererile formulate de Freixenet în fața Tribunalului privind anularea deciziilor în litigiu, întemeiate pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, acestea trebuie admise pentru motivele expuse la punctele 45-52 din prezenta hotărâre. Astfel, camera de recurs a OAPI a săvârșit aceeași eroare de drept ca și Tribunalul, apreciind la punctele 34 și 37 din Decizia din 30 octombrie 2007, precum și, respectiv, la punctele 31 și 34 din Decizia din 20 noiembrie 2007 că „aspectul formal nu îndeplinește funcția mărcii, pe când eticheta, da" și neexaminând, așadar, dacă mărcile a căror înregistrare se solicita se deosebeau în mod semnificativ de norma sau uzanțele sectorului în măsura în care erau lipsite de caracter distinctiv.

56 În aceste condiții, trebuie anulate deciziile în litigiu, fără a fi necesară examinarea celorlalte motive invocate de Freixenet în cadrul acțiunilor în fața Tribunalului.

Cu privire la cheltuielile de judecată

57 Potrivit articolului 122 din Regulamentul de procedură, atunci când recursul este fondat, iar Curtea soluționează ea însăși în mod definitiv litigiul, aceasta se pronunță asupra cheltuielilor de judecată. Potrivit articolului 69 alineatul (2) din acest regulament, aplicabil procedurii de recurs în temeiul articolului 118 din regulamentul menționat, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât Freixenet a solicitat obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată, iar acesta a căzut în pretenții, se impune obligarea acestuia la plata cheltuielilor de judecată privind atât procedurile în primă instanță, cât și recursurile.

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

1) **Anulează Hotărârile Tribunalului Uniunii Europene pronunțate la 27 aprilie 2010, Freixenet/OAPI (Sticlă sablată albă) (T-109/08) și Freixenet/OAPI (Sticlă sablată neagră mată) (T-110/08).**

2) **Anulează Deciziile Camerei întâi de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 30 octombrie 2007 (cauza R 97/2001-1) și din 20 noiembrie 2007 (cauza R 104/2001-1).**

3) **Obligă Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (OAPI) la plata cheltuielilor judecată privind atât procedurile în primă instanță, cât și recursurile.**

Semnături