HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a șasea)

10 februarie 2010 *

În cauza T-344/07,

O2 (Germany) GmbH & Co. OHG, cu sediul în München (Germania), reprezentată de A. Fottner și M. Müller, avocați,

reclamantă,

împotriva

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

pârât,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a OAPI din 5 iulie 2007 (cauza R 1583/2006-4) privind o cerere de înregistrare a semnului verbal Homezone ca marcă comunitară,

* Limba de procedură: germana.

TRIBUNALUL (Camera a șasea),

compus din domnii A. W. H. Meij, președinte, V. Vadapalas și L. Truchot (raportor), judecători,

grefier: domnul J. Palacio González, administrator principal,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 10 septembrie 2007,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 21 decembrie 2007,

în urma ședinței din 18 decembrie 2008,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

1 La 10 octombrie 2005, reclamanta, O2 (Germany) GmbH & Co. OHG, a formulat, în temeiul Regulamentului (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), cu modificările ulterioare [înlocuit de Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie

2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1)], o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI).

2 Marca a cărei înregistrare s-a solicitat este semnul verbal Homezone.

3 Produsele și serviciile pentru care s-a solicitat înregistrarea fac parte din clasele 9, 38 și 42 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare.

4 Prin Decizia din 7 noiembrie 2006, examinatorul, în conformitate cu articolul 7 alineatul (1) literele (b) și (c) și alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 7 alineatul (1) literele (b) și (c) și alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009], a respins cererea de înregistrare pentru următoarele produse și servicii:

— clasa 9: „Aparate pentru înregistrarea, transmiterea și reproducerea sunetului sau imaginii; suporturi magnetice de înregistrare; echipament pentru prelucrarea datelor și calculatoare”;

— clasa 38: „Telecomunicații; închiriere de echipament de telecomunicații; prestări de servicii în legătură cu serviciile online, respectiv transmiterea de mesaje și de informații de orice tip; servicii de informații telefonice, în special prin stabilirea directă a comunicației orale cu linia solicitată; comunicarea de numere de telefon, adrese și numere de fax; servicii prestate de operatori de rețele, curtieri în domeniul informațiilor și furnizori de acces, mai precis curtaj și închiriere de timp de acces la

rețele de date și la bănci de date, în special pe internet; furnizarea de acces la bănci de date pe rețele informatice”;

— clasa 42: „Servicii de inginerie; programare pentru calculatoare; servicii prestate de programatori; expertiză tehnică; consiliere tehnică și expertiză; închiriere de echipament pentru prelucrarea datelor și calculatoare; proiectare și planificare tehnică de instalații pentru telecomunicații; servicii prestate de operatori de rețele, curtieri în domeniul informațiilor și furnizori de acces, mai precis curtaj și închiriere de timp de acces la rețele de date și la bănci de date; cercetare în domeniul tehnicilor de telecomunicații; actualizarea programelor pentru bănci de date; înregistrarea datelor în băncile de date; instalarea și întreținerea programelor pentru baze de date; închirierea de timp de acces la un centru server de baze de date”.

5 La 1 decembrie 2006, reclamanta a formulat recurs împotriva acestei decizii.

6 Prin Decizia din 5 iulie 2007 (denumită în continuare „decizia atacată”), Camera a patra de recurs a respins recursul și a confirmat decizia examinatorului. Camera de recurs a considerat, mai întâi, că articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 se opunea înregistrării mărcii verbale Homezone, apreciind că aceasta din urmă era compusă exclusiv din indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna caracteristicile produselor și ale serviciilor în cauză. Camera de recurs a arătat apoi că marca solicitată nu putea să distingă produsele și serviciile în cauză după originea lor comercială și că o marcă verbală ce desemnează într-un mod direct perceptibil caracteristicile produselor respective este în mod necesar, din această cauză, lipsită de caracter distinctiv. În sfârșit, aceasta a precizat că motivele de refuz ce rezultă din articolul 7 alineatul (1) literele (b) și (c) nu puteau fi înlăturate în conformitate cu articolul 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 207/2009]. Întrucât reclamanta nu a adus dovada implantării mărcii în Marea Britanie și în Irlanda, motivele de refuz există nu numai în regiunile germanofone, ci și în regiunile anglofone.

Concluziile părților

7 Reclamanta solicită Tribunalului:

— anularea deciziei atacate;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată, inclusiv a celor aferente procedurii în fața OAPI.

8 OAPI solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

Cu privire la admisibilitatea documentelor prezentate pentru prima dată în fața Tribunalului

9 În cursul ședinței, reclamanta a prezentat diferite documente în susținerea răspunsului la una dintre întrebările scrise adresate de Tribunal.

10 OAPI a făcut observația că depunerea acestor documente este tardivă.

11 Întrucât, pentru a se răspunde la întrebările adresate de Tribunal, nu era necesară prezentarea niciunui document, aceste documente, prezentate pentru prima dată în fața Tribunalului, nu pot fi luate în considerare. În fapt, acțiunea formulată în fața Tribunalului are ca obiect controlul de legalitate a deciziilor camerelor de recurs ale OAPI în sensul articolului 63 din Regulamentul nr. 40/94 (devenit articolul 65 din Regulamentul nr. 207/2009), astfel încât Tribunalul nu are rolul de a reexamina circumstanțele de fapt în lumina probelor prezentate pentru prima dată în fața acestuia. Trebuie înlăturate, așadar, documentele sus-menționate, fără a mai fi necesar să se examineze forța probantă a acestora [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 24 noiembrie 2005, Sadas/OAPI – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, Rec., p. II-4891, punctul 19, și Hotărârea Tribunalului din 12 noiembrie 2008, Nalocebar/OAPI – Limiñana y Botella (Limoncello di Capri), T-210/05, nepublicată în Repertoriu, punctul 16 și jurisprudența citată]

Cu privire la fond

12 În susținerea acțiunii, reclamanta invocă trei motive. În cadrul primului motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, aceasta susține că, spre deosebire de ceea ce a decis camera de recurs, semnul verbal

Homezone nu desemnează produse și servicii pentru care a fost solicitată înregistrarea. În cadrul celui de al doilea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, aceasta susține că, pentru a concluziona că semnul este lipsit de caracter distinctiv, camera de recurs s-a întemeiat numai pe caracterul descriptiv al acestui semn, fără a demonstra lipsa de caracter distinctiv. În sfârșit, în cadrul ultimului motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94, reclamanta susține că semnul Homezone prezintă un caracter distinctiv ca urmare a utilizării.

Cu privire la primul motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94

— Argumentele părților

13 Reclamanta susține că motivul de refuz întemeiat pe articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 nu se aplică decât mărcilor și indicațiilor ce desemnează în mod direct produse sau servicii. Pentru a putea afirma că o marcă desemnează produse sau servicii, ar trebui ca denumirea respectivă să fie atât de clară și de certă, încât categoriile de public vizate să poată stabili imediat și fără nicio reflecție suplimentară o legătură concretă și directă între produsele și serviciile vizate și semnificația mărcii solicitate. Trebuie să se țină seama de faptul că publicul vizat, ce include specialiștii, percepe semnele distinctive ale produselor și serviciilor astfel cum îi apar și că, în mod obișnuit, nu are tendința de a le analiza denumirea pentru a afla dacă aceasta desemnează ceva anume.

14 În opinia reclamantei, camera de recurs nu a făcut dovada că marca solicitată îndeplinea aceste condiții. Aceasta susține că respectiva cameră de recurs nu a precizat de ce, în limbajul curent englez sau german, termenul „homezone”, care nu îndeplinește nicio funcție distinctivă, este descriptiv. Reclamanta adaugă că în mod greșit a apreciat camera de recurs că publicul germanofon percepe „homezone” sau „home zone” ca însemnând „zona domiciliului” sau „zonă de proximitate”. În sfârșit, aceasta mai susține

că respectiva cameră de recurs nu a demonstrat existența unei legături directe între termenul „homezone” și produsele și serviciile vizate sau caracteristicile acestora.

15 În replică, OAPI arată că elementul verbal „homezone” poate descrie caracteristici ale produselor și serviciilor în cauză. În opinia OAPI, „homezone” poate desemna o zonă în care se aplică un tarif redus, comparabil cu prețurile din rețeaua de telefonie fixă, ceea ce constituie una dintre caracteristicile serviciilor de telecomunicații cuprinse în clasa 38. Acest avantaj tarifar ar fi de asemenea un element relevant pentru celelalte servicii incluse în clasa 38, oferite de obicei împreună cu serviciul de telecomunicații. Pe de altă parte, produsele din clasa 9, precum și serviciile incluse în clasa 42 pentru care a fost solicitată înregistrarea, ar fi indispensabile pentru furnizarea serviciului de telecomunicații. Posibilitatea utilizării acestor produse și servicii în afara domeniului telecomunicațiilor nu ar exclude faptul că această funcționalitate tehnică, respectiv utilizarea acestora pentru serviciile de telecomunicații cuprinse în clasa 38, face ca semnul Homezone să devină descriptiv cu privire la aceste produse. În plus, semnul Homezone ar putea informa consumatorii că produsele și serviciile în discuție sunt destinate utilizării la domiciliu sau că respectivele servicii sunt supuse unor tarife speciale pentru zona domiciliului.

16 OAPI apreciază că a fost respectată obligația de a efectua o interpretare globală a semnului verbal în cauză. În plus, nu ar fi relevant să se ridice problema celorlalte semnificații posibile ale semnului Homezone, din moment ce este suficient ca una dintre semnificațiile potențiale să prezinte un caracter descriptiv în ceea ce privește serviciile și produsele pentru care este solicitată înregistrarea.

17 Acesta susține că aprecierea caracterului descriptiv al unui semn trebuie să aibă ca bază punctul de vedere al consumatorului mediu și al profesionistului confruntat cu produsele în cauză incluse în clasa 9 și cu serviciile în cauză incluse în clasele 38 și 42. Pe de altă parte, utilizarea descriptivă a semnului în spațiul germanofon ar fi fost constatată pe baza unor informații fiabile.

— Aprecierea Tribunalului

18 Conform articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea „mărci[lor] 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”.

19 În plus, din articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 rezultă că se respinge înregistrarea unui semn în cazul în care are un caracter descriptiv sau nu prezintă caracter distinctiv în limba unui stat membru, chiar dacă poate fi înregistrat în alt stat membru (Hotărârea Curții din 19 septembrie 2002, DKV/OAPI, C-104/00 P, Rec., p. I-7561, punctul 40).

20 Prin interzicerea înregistrării ca marcă comunitară a unor astfel de semne sau indicații, articolul 7 alineatul (1) litera (c), din Regulamentul nr. 40/94 urmărește un scop de interes general, care impune ca semnele sau indicațiile care descriu caracteristicile produselor sau ale serviciilor pentru care a fost solicitată înregistrarea să poată fi utilizate de toți în mod liber. În consecință, dispoziția menționată împiedică rezervarea unor astfel de semne sau indicații în favoarea unei singure întreprinderi ca urmare a înregistrării acestora ca mărci [Hotărârea Curții din 23 octombrie 2003, OAPI/Wrigley, C-191/01 P, Rec., p. I-12447, punctul 31, și Hotărârea Tribunalului din 14 iunie 2007, Europig/OAPI (EUROPIG), T-207/06, Rep., p. II-1961, punctul 24].

21 Pentru a intra sub incidența articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, este suficient ca semnul verbal, cel puțin în privința uneia dintre semnificațiile sale potențiale, să desemneze o caracteristică a produselor sau a serviciilor în cauză [Hotărârea Curții din 12 februarie 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec., p. I-1619, punctul 97, și Ordonanța Curții din 13 februarie 2008, Indorata-Serviços e Gestão/OAPI, C-212/07 P, nepublicată în Repertoriu, punctul 35; a se vedea de asemenea, prin analogie, Hotărârea Curții OAPI/Wrigley, citată anterior, punctul 32].

22 Prin urmare, pentru aplicarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, trebuie examinat dacă, cel puțin în privința uneia dintre semnificațiile sale potențiale, semnul respectiv desemnează o caracteristică a produselor și serviciilor în cauză.

23 Potrivit jurisprudenței, caracterul distinctiv al unui semn trebuie 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 [Hotărârea Tribunalului din 20 martie 2002, DaimlerChrysler/OAPI (CARCARD), T-356/00, Rec., p. II-1963, punctul 25, și Hotărârea Tribunalului din 14 aprilie 2005, Celltech/OAPI (CELLTECH), T-260/03, Rec., p. II-1215, punctul 28].

24 În speță, astfel cum a precizat camera de recurs la punctul 16 din decizia atacată, aspect necontestat de reclamantă, termenul „homezone", care este compus din cuvinte englezești, va fi înțeles nu numai de consumatorii anglofoni, ci și de majoritatea consumatorilor germanofoni, având în vedere că termenul „zone" există și în limba germană, iar cuvântul „home" face parte din vocabularul de bază al limbii engleze. Este, așadar, necesar să se considere că publicul relevant este anglofon și germanofon.

25 Întrucât serviciile și produsele vizate sunt destinate unor consumatori finali, dar și, pentru o parte dintre acestea, unui public specializat, publicul relevant este constituit atât din profesioniști, cât și din consumatori finali, normal informați și suficient de atenți și de avizați.

26 În ceea ce privește semnificația mărcii solicitate, din jurisprudență rezultă că, pentru ca o marcă alcătuită dintr-un cuvânt sau dintr-un neologism ce rezultă dintr-o combinație de elemente să fie considerată descriptivă în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, un eventual caracter descriptiv trebuie constatat nu numai pentru fiecare dintre elemente, ci și pentru cuvânt sau pentru neologism ca atare [Hotărârea Tribunalului din 12 iunie 2007, MacLean-Fogg/OAPI (LOKTHREAD), T-339/05, nepublicată în Repertoriu, punctul 30 și jurisprudența citată].

27 O marcă constituită dintr-un neologism sau dintr-un cuvânt compus din elemente, fiecare dintre acestea fiind descriptiv în ceea ce privește caracteristicile produselor sau serviciilor pentru care se solicită înregistrarea, este ea însăși descriptivă în ceea ce privește caracteristicile acestor produse sau [ale acestor] servicii, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, cu excepția cazului în care există o diferență perceptibilă între neologism sau cuvânt și simpla însumare a elementelor care îl compun. Aceasta presupune că, datorită caracterului neobișnuit al combinației în raport cu produsele sau serviciile menționate, neologismul sau cuvântul creează o impresie suficient de îndepărtată de cea produsă prin simpla reunire a indicațiilor aduse de elementele care îl compun, astfel încât acesta primează în fața însumării acestor elemente. În această privință, este pertinentă de asemenea analiza termenului în cauză potrivit regulilor lexicale și gramaticale corespunzătoare (a se vedea Hotărârea LOKTHREAD, citată anterior, punctul 31 și jurisprudența citată).

28 În speță, semnul Homezone este compus din două cuvinte, „home” și „zone”, unite astfel încât să formeze un singur cuvânt.

29 Termenul „home” înseamnă, în limba engleză, „cămin, casă, domiciliu, patrie” și corespunde cuvântului „heim” din limba germană. Cel de al doilea termen, „zone”, care există și în limba germană, desemnează, în ambele limbi, un teritoriu sau un spațiu delimitat. Fiecare dintre aceste elemente poate, prin urmare, să prezinte un caracter descriptiv, din moment ce are o semnificație precisă.

30 În plus, termenul „homezone”, compus prin juxtapunerea cuvintelor „home” și „zone”, nu este neobișnuit în ceea ce privește structura sa. Dimpotrivă, aceste tip de combinație este conform regulilor gramaticale ale limbilor engleză și germană. Rezultă că sensul care poate fi atribuit semnului în litigiu nu este diferit de cel care rezultă din combinarea celor doi termeni care îl compun, astfel încât nu poate crea o impresie diferită de cea produsă prin simpla reunire a indicațiilor aduse de acești doi termeni.

31 Reclamanta admite că, astfel cum a precizat camera de recurs la punctul 16 din decizia atacată, cuvintele „home” și „zone” au un sens în limba engleză. Aceasta consideră însă

că această expresie desemnează străzile dintr-o zonă rezidențială în cadrul căreia, prin adoptarea diferitor măsuri, se pune accentul pe o anumită calitate a vieții și pe un nivel înalt de securitate. În limba germană, expresia s-ar putea traduce prin „zonă cu circulație moderată", „stradă ce constituie un spațiu de joacă" sau „zonă rezidențială". În opinia sa, camera de recurs nu a demonstrat că semnul se traduce prin noțiunea „zona domiciliului" sau „zonă de proximitate" ori printr-un termen care desemnează, pentru publicul anglofon sau germanofon, produse sau servicii de telecomunicații.

32 În această privință, trebuie amintit că, în conformitate cu jurisprudența (a se vedea punctul 21 de mai sus), pentru a intra sub incidența articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, este suficient ca, în ceea ce privește una dintre semnificațiile sale potențiale, acest semn să desemneze una dintre caracteristicile produselor sau serviciilor în cauză. În plus, rezultă din jurisprudența citată la punctele 26 și 27 de mai sus că poate fi respinsă cererea de înregistrare a unei mărci compuse dintr-un neologism în cazul în care marca respectivă este descriptivă. Așadar, reclamanta nu poate reproșa camerei de recurs că și-a întemeiat aprecierea pe o traducere incorectă a semnului în litigiu și că a neglijat singura semnificație care ar trebui să îi fie atribuită.

33 Camera de recurs nu a săvârșit o eroare atunci când a dedus din semnificația fiecăruia dintre aceste elemente că elementul verbal „homezone" înseamnă, în una dintre accepțiunile posibile, „zona domiciliului" sau „zonă de proximitate".

34 În măsura în care una dintre accepțiunile posibile ale semnului în litigiu a fost reținută în mod întemeiat de camera de recurs, trebuie amintit că, pentru ca un semn să intre sub incidența interdicției prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, trebuie să prezinte o legătură suficient de directă și de concretă cu produsele sau cu serviciile în cauză, de natură să permită publicului vizat să perceapă imediat și fără nicio reflecție suplimentară o descriere a produselor sau a serviciilor în cauză ori a uneia dintre caracteristicile acestora [Ordonanța Curții din 5 februarie 2004, Streamserve/OAPI, C-150/02 P, Rec., p. I-1461, punctul 31, Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Streamserve/OAPI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec., p. II-723, punctul 40, Hotărârea Tribunalului din 20 noiembrie 2007, Tegometall International/OAPI – Wuppermann (TEK), T-458/05, Rep., p. II-4721, punctul 80, și Hotărârea Tribunalului din 9 iulie 2008, Reber/OAPI – Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (Mozart), T-304/06, Rep., p. II-1927, punctul 90].

35 Este necesar să se analizeze dacă aceasta este situația în cauză pentru produsele și serviciile vizate în cererea de înregistrare a mărcii.

— Cu privire la serviciile de telecomunicații din clasa 38

36 În ceea ce privește aceste servicii, camera de recurs a dedus caracterul descriptiv al termenului „homezone” din două serii de constatări.

37 Pe de o parte, aceasta a precizat, la punctele 17 și 18 din decizia atacată, că furnizorii de servicii de telefonie mobilă oferă unele dintre aceste servicii la tarife comparabile cu cele din rețeaua de telefonie fixă atunci când utilizatorul se află într-o zonă pe care a definit-o el însuși și că, astfel cum atestă exemplele ce provin de pe internet menționate de examinator, cuvântul „homezone” era utilizat de anumiți furnizori nu în calitate de marcă, ci în mod descriptiv pentru desemnarea acestor servicii.

38 Pe de altă parte, camera de recurs a considerat, la punctul 19 din decizia atacată, că este lipsită de importanță problema dacă semnul solicitat era deja utilizat pentru a desemna serviciul de telefonie mobilă descris, din moment ce nu este indispensabil, pentru respingerea unei cereri de înregistrare în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, ca semnul să fie utilizat în mod efectiv în ziua depunerii cererii de înregistrare. Aceasta a adăugat că, în speță, acest semn în sine este susceptibil să desemneze caracteristica esențială a unui astfel de serviciu, și anume zona pentru care se poate aplica tariful redus, comparabil cu tarifele din rețeaua de telefonie fixă.

39 Reclamanta susține că respectiva cameră de recurs nu a explicat de unde rezultă că termenul „homezone” era utilizat pentru a desemna serviciile în cauză.

40 Trebuie constatat că, prin intermediul motivelor amintite la punctul 37 de mai sus, camera de recurs, după ce a descris serviciile de telefonie desemnate, în opinia sa, prin termenul „homezone”, s-a referit la exemplele menționate de examinator și a dedus că acest cuvânt era utilizat în mod descriptiv de anumiți furnizori.

41 În măsura în care camera de recurs s-a pronunțat în funcție de caracteristicile anumitor servicii de telefonie mobilă specifice, prezente pe piață, și nu în funcție de caracteristicile obișnuite ale serviciilor de telecomunicații, considerate independent de prezența lor pe piață, aceasta era obligată, pentru a decide astfel, să demonstreze caracterul descriptiv al mărcii solicitate în privința respectivelor servicii de telefonie mobilă.

42 Or, din moment ce camera de recurs s-a limitat să facă trimitere, fără să le descrie, cel puțin sumar, la exemplele desprinse din piața telefoniei mobile menționate de examinator, decizia atacată nu permite să se concluzioneze că marca Homezone prezintă un caracter descriptiv în ceea ce privește serviciile de telecomunicații din clasa 38.

43 Astfel, exemplele menționate sunt citate de examinator în susținerea raționamentului prin care acesta înțelege să demonstreze că, în măsura în care era deja utilizat pe piața în cauză pentru a desemna produse și servicii, semnul în litigiu este lipsit de caracter distinctiv. Aceste exemple nu pot susține un raționament întemeiat pe articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, privind caracterul descriptiv al mărcii.

44 Trebuie adăugat că respectiva cameră de recurs nu explică de ce exemplele menționate ar putea să justifice caracterul descriptiv al mărcii Homezone.

45 Pe de altă parte, chiar presupunând că ar fi fost menționate în cadrul examinării unui motiv întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, exemplele vizate în decizia atacată sunt constituite din articole de pe internet, prezentate de examinator sub forma unei enumerări. Acesta s-a limitat să menționeze titlurile acestora și adresele site-urilor de pe care provin, precum și să citeze câteva fraze, a căror origine nu este indicată cu exactitate, respectivele denumiri și fraze, desprinse, probabil, din acele articole, referindu-se la cuvântul „homezone" fără alte precizări în ceea ce privește capacitatea acestui termen de a desemna serviciile în cauză.

46 Constatarea efectuată, pe de altă parte, de examinator pe baza unor informații de pe Wikipedia trebuie de asemenea să fie înlăturată, întrucât, fiind întemeiată pe un articol desprins dintr-o enciclopedie colectivă elaborată pe internet, al cărei conținut poate fi modificat oricând și, în anumite cazuri, de orice vizitator, chiar anonim, o astfel de constatare se întemeiază pe informații incerte.

47 Camera de recurs a adăugat că acțiunile întreprinse de reclamantă împotriva utilizării de către concurenții acesteia a cuvântului „homezone", astfel cum rezultă dintr-o ordonanță privind măsurile provizorii din 5 septembrie 2005, nu au putut să împiedice ca acest termen să se impună ca o denumire evidentă a serviciilor în cauză, însă nu a precizat nici sensul, nici conținutul ordonanței menționate pe care își întemeiază aprecierea și nici legătura dintre ordonanța respectivă și aprecierea menționată, aceasta din urmă fiind exprimată, în plus, sub forma unei simple afirmații.

48 Trebuie adăugat că respectiva cameră de recurs și-a întemeiat raționamentul pe premisa exactă potrivit căreia caracterul descriptiv al unui semn nu depinde de utilizarea sa efectivă (a se vedea punctul 38 de mai sus). Aceasta s-a limitat însă să constate că semnul Homezone este susceptibil să desemneze un tarif redus pentru serviciul de telefonie mobilă descris, fără a preciza de unde rezultă că semnul, în legătură cu care a reținut că poate desemna o „zonă a domiciliului" sau o „zonă de proximitate", cuprinde o trimitere la noțiunea de tarif și, în consecință, poate desemna un serviciu de telecomunicații caracterizat printr-un mod specific de tarifare.

49 Reiese că respectiva cameră de recurs, care s-a pronunțat exclusiv prin trimiterea la anumite servicii de telefonie mobilă prezente pe piață, nu a demonstrat realitatea faptelor pe care și-a întemeiat raționamentul. Procedând astfel, nu a stabilit că Homezone poate desemna un serviciu de telecomunicații inclus în clasa 38 sau una dintre caracteristicile acestuia. În consecință, trebuie admis primul motiv în măsura în care privește aceste servicii.

— Cu privire la celelalte servicii incluse în clasa 38

50 În ceea ce privește aceste servicii, la punctul 20 din decizia atacată, camera de recurs a justificat refuzul de a înregistra semnul Homezone astfel:

„Alte servicii din clasa 38 pentru care este solicitată înregistrarea mărcii însoțesc și susțin recurgerea la un serviciu telefonic cu opțiunea tarifară cu cost redus prezentată. Astfel, la încheierea unui contract de telefonie, furnizorul de servicii pune la dispoziție, cu titlu de locațiune, anumite echipamente. În prezent, un contract de telefonie mobilă permite adesea recurgerea la servicii online. Serviciile de informații telefonice și alte servicii prestate de operatori de rețele, curtieri în domeniul informațiilor și furnizori de acces sunt incluse de asemenea în oferta globală tipică pe care o garantează de obicei contractele de telefonie mobilă. Stabilirea tarifelor, inclusiv opțiunea «Homezone», este direct relevantă și în privința acestor servicii".

51 Pentru a se pronunța cu privire la caracterul descriptiv al mărcii Homezone în privința celorlalte servicii incluse în clasa 38, camera de recurs s-a referit, așadar, în mod special la serviciile de informații telefonice și la celelalte servicii prestate de operatorii de rețea, de curtierii în domeniul informațiilor și de furnizorii de acces, unele dintre acestea fiind asigurate prin internet, în cadrul unor oferte globale de telefonie mobilă propuse în mod obișnuit de acești operatori.

52 Din acest motiv rezultă că respectiva cameră de recurs a dedus caracterul descriptiv al mărcii Homezone din constatarea că aceste servicii sunt asociate cu serviciile de telefonie mobilă ce cuprind opțiunea tarifară cunoscută sub denumirea „homezone”, în măsura în care sunt propuse în același timp cu oferta de telefonie mobilă, la diversificarea căreia contribuie astfel.

53 Or, astfel cum s-a constatat la punctele 40-49 de mai sus, camera de recurs nu a stabilit că marca Homezone putea desemna un serviciu de telecomunicații din clasa 38 sau una dintre caracteristicile acestuia. Camera de recurs nu poate, prin urmare, să considere că această marcă are un caracter descriptiv și pentru celelalte servicii din clasa 38 numai pentru motivul că sunt asociate cu serviciul de telefonie mobilă ce cuprinde opțiunea tarifară „homezone”.

54 Pe de altă parte, camera de recurs nu a caracterizat existența unui raport direct și concret pe care publicul relevant l-ar putea stabili între marca Homezone, care poate fi asociată unei idei de situare geografică și nu cuprinde nicio trimitere la noțiunea de tarif, și prestarea de servicii în raport cu servicii online sau cu servicii de informații telefonice. În plus, din decizia atacată nu rezultă că astfel de servicii pot fi oferite sau prestate potrivit modalităților stabilite în funcție de considerente geografice.

55 Reiese că respectiva cameră de recurs nu a stabilit că marca Homezone poate desemna alte servicii din clasa 38 decât serviciile de telecomunicații sau una dintre caracteristicile acestora. În consecință, trebuie admis primul motiv în măsura în care privește aceste servicii.

— Cu privire la produsele și serviciile din clasele 9 și 42

56 În ceea ce privește „aparate[le] pentru înregistrarea, transmiterea și reproducerea sunetului sau imaginii; suporturi[le] magnetice de înregistrare; echipament[ul] pentru

prelucrarea datelor și calculatoare", cuprinse în clasa 9, camera de recurs arată, la punctul 21 din decizia atacată, că cererea de înregistrare a mărcii Homezone trebuie respinsă pentru aceste produse, având în vedere că „permit prestarea serviciului de telefonie mobilă descris [de marcă]".

57 Astfel, potrivit camerei de recurs, motivul pentru care trebuie să se considere că semnul în litigiu poate desemna produsele în cauză incluse în clasa 9 este că acestea fac posibilă funcționarea serviciului de telefonie mobilă pe care acest semn îl descrie.

58 Este necesar să se constate că, pronunțându-se astfel, camera de recurs nu a răspuns cerințelor prevăzute de jurisprudența amintită la punctul 34 de mai sus, potrivit căreia, pentru ca un semn să fie considerat descriptiv, trebuie să se demonstreze că prezintă cu produsele sau serviciile în cauză un raport suficient de direct și de concret, astfel încât să permită publicului în cauză să perceapă imediat și fără nicio reflecție suplimentară o descriere a produselor sau a serviciilor în cauză sau a uneia dintre caracteristicile acestora.

59 În măsura în care a arătat că produsele în cauză incluse în clasa 9 „permit" prestarea serviciului de telefonie mobilă, camera de recurs a caracterizat un raport de natură funcțională între produsele menționate și unul dintre serviciile cuprinse în clasa 38, deși îi revenea obligația de a caracteriza existența unei legături directe și concrete pe care publicul relevant ar putea-o stabili între termenul „homezone", care poate fi asociat cu ideea unei poziții geografice, și produsele în cauză, destinate înregistrării, transmiterii și reproducerii sunetului sau a imaginilor, precum și prelucrării datelor.

60 Or, chiar presupunând că ar fi fost demonstrată, capacitatea acestor produse de a face posibilă funcționarea unui serviciu de telefonie mobilă caracterizat printr-o tarifare întemeiată pe poziția geografică a beneficiarului acestui serviciu nu este de natură să demonstreze caracterul descriptiv al semnului Homezone, a cărui semnificație este, în plus, independentă de orice noțiune de tarif, în privința unor astfel de produse sau a anumitor caracteristici ale acestora.

61 Reiese că respectiva cameră de recurs nu a stabilit că marca Homezone ar putea desemna produsele în cauză incluse în clasa 9 sau una dintre caracteristicile acestora. În consecință, trebuie admis primul motiv în măsura în care privește aceste produse.

62 Potrivit precizărilor camerei de recurs, constatarea că produsele în cauză incluse în clasa 9 permit prestarea serviciului de telefonie mobilă este valabilă și pentru serviciile cuprinse în clasa 42 care au dat naștere unor obiecții.

63 Aceasta a adăugat că „[s]ervicii[le] de inginerie; programarea[a] pentru calculatoare; servicii[le] prestate de programatori; expertiz[a] tehnică; consilierea[a] tehnică și expertiz[a]; închiriere[a] de echipament pentru prelucrarea datelor și calculatoare; proiectare[a] și planificare[a] tehnică de instalații pentru telecomunicații”, incluse în clasa 42, „servesc la punerea la dispoziție a tehnologiei adecvate”.

64 În sfârșit, camera de recurs a considerat că „servicii[le] prestate de operatori de rețele, curtieri în domeniul informațiilor și furnizori de acces, mai precis curtaj[ul] și închiriere[a] de timp de acces la bănci de date; cercetare[a] în domeniul tehnicilor de telecomunicații; actualizarea programelor pentru bănci de date; înregistrarea datelor în băncile de date; instalarea și întreținerea programelor pentru baze de date; închirierea de timp de acces la un centru server de baze de date” sunt „necesare pentru colectarea și prelucrarea parametrilor serviciului (de exemplu, poziția geografică și întinderea zonei domiciliului determinate de utilizator) și a datelor de legătură necesare pentru factura de telefon”.

65 Trebuie precizat că aceste motive nu caracterizează existența unei legături directe și concrete pe care publicul relevant ar putea să o stabilească între termenul „homezone”, înțeles în sensul de „zona domiciliului” sau de „zonă de proximitate”, și serviciile în discuție.

66 Pe de o parte, motivul pentru care serviciile din clasa 42 „permit prestarea serviciului de telefonie mobilă descris [de marcă]” prezintă aceleași insuficiențe ca acelea expuse la punctele 58 și 59 de mai sus cu privire la produsele în cauză incluse în clasa 9. Astfel, chiar presupunând că ar fi fost demonstrată, capacitatea serviciilor în cauză de a face posibilă funcționarea unui serviciu de telefonie mobilă caracterizat printr-o tarifare întemeiată pe poziția geografică a beneficiarului acestui serviciu nu este de natură să demonstreze caracterul descriptiv al semnului Homezone în privința unor astfel de servicii sau a anumitor caracteristici ale acestora.

67 Tehnologia proprie fiecăreia dintre categoriile de servicii în cauză incluse în clasa 42 este pusă la dispoziția serviciului de telefonie mobilă descris la punctul 59 de mai sus, iar evocarea generală și abstractă a unei astfel de puneri la dispoziție de tehnologii neidentificabile nu permite să se demonstreze, în lipsa unor elemente care să permită stabilirea unei legături între semnul Homezone și serviciile în cauză, caracterul descriptiv al acestui semn în privința serviciilor menționate sau a anumitor caracteristici ale acestora.

68 În sfârșit, motivul pentru care celelalte servicii în cauză sunt „necesare pentru colectarea și prelucrarea parametrilor serviciului (de exemplu, poziția geografică și întinderea zonei domiciliului determinate de utilizator) și a datelor de legătură necesare pentru factura de telefon”, pe lângă faptul că nu permite să se stabilească, pentru fiecare categorie de servicii în cauză, de unde rezultă că aceste servicii sunt necesare colectării și prelucrării parametrilor serviciului de telefonie mobilă și a datelor necesare facturării, din punctul de vedere al poziției geografice și al întinderii zonei domiciliului utilizatorului, nu este de natură să demonstreze caracterul descriptiv al semnului Homezone în privința unor astfel de servicii sau a anumitor caracteristici ale acestora. Nu rezultă din această motivare că publicul relevant va percepe semnul Homezone, imediat și fără nicio reflecție suplimentară, ca fiind descriptiv în privința uneia dintre caracteristicile acestor servicii.

69 Reiese că respectiva cameră de recurs nu a stabilit că marca Homezone putea desemna serviciile în cauză incluse în clasa 42 sau una dintre caracteristicile acestora. În

consecință, trebuie admis primul motiv în măsura în care privește aceste servicii și, prin urmare, toate serviciile pentru care a fost solicitată înregistrarea.

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

— Argumentele părților

70 Reclamanta susține că respectiva cameră de recurs a dedus lipsa de caracter distinctiv al semnului Homezone numai din caracterul său pretins descriptiv și că, din moment ce acesta din urmă nu a fost demonstrat, nu a fost dovedit nici motivul absolut de refuz al înregistrării prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

71 Aceasta susține, în plus, că respectiva cameră de recurs nu a răspuns la mai multe dintre argumentele sale.

72 OAPI arată că lipsa caracterului distinctiv al semnului în cauză rezultă din constatarea caracterului descriptiv al acestuia, astfel încât camera de recurs nu era obligată să expună celelalte motive pentru care a considerat că semnul în cauză era lipsit de caracter distinctiv. Acesta adaugă că semnul nu prezintă nicio originalitate din punct de

vedere vizual și fonetic care să îi poată conferi capacitatea de a distinge, în spiritul publicului relevant, produsele și serviciile reclamantei de cele ale altor întreprinderi.

— Aprecierea Tribunalului

73 În temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea mărcilor lipsite de caracter distinctiv.

74 Trebuie amintit, mai întâi, că rezultă dintr-o jurisprudență constantă că fiecare dintre motivele de refuz al înregistrării enumerate la articolul 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 este independent de celelalte și necesită o analiză separată (Hotărârea Curții din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 P și C-457/01 P, Rec., p. I-5089, punctul 45 și jurisprudența citată).

75 Curtea a mai precizat că motivele de refuz menționate trebuie interpretate din perspectiva interesului general pe care îl susține fiecare dintre ele. Interesul general luat în considerare la examinarea fiecăruia dintre aceste motive de refuz poate sau chiar trebuie să reflecte considerații diferite, în funcție de motivul de refuz în cauză (Hotărârea Henkel/OAPI, citată anterior, punctele 45 și 46).

76 În această privință, trebuie constatat că noțiunea de interes general subiacentă articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 se confundă, în mod evident, cu funcția esențială a mărcii, care este aceea de a garanta consumatorului sau utilizatorului final identitatea originii produsului sau serviciului desemnat de marcă, permițându-i să distingă, fără vreo posibilitate de confuzie, acest produs sau serviciu de cele care au o altă proveniență (Hotărârea Curții din 16 septembrie 2004, SAT.1/OAPI, C-329/02 P, Rec., p. I-8317, punctele 23 și 27, Hotărârea Curții din 15 septembrie 2005, BioID/OAPI, C-37/03 P, Rec., p. I-7975, punctul 60, și Hotărârea Curții din 8 mai 2008, Eurohypo/OAPI, C-304/06 P, Rep., p. I-3297, punctul 56).

77 În speță, la punctul 24 din decizia atacată, camera de recurs a considerat că cererea de înregistrare a mărcii în litigiu trebuia să fie respinsă pentru motivul că marca menționată nu era capabilă să distingă produsele și serviciile în cauză în funcție de originea lor comercială, din moment ce desemna într-un mod direct perceptibil caracteristici ale respectivelor produse sau servicii.

78 Camera de recurs a apreciat, așadar, caracterul distinctiv al termenului „homezone" limitându-se la o analiză a caracterului descriptiv al acestuia în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, iar decizia atacată nu cuprinde nicio analiză specială a motivului de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament.

79 Atunci când a analizat marca Homezone, camera de recurs a omis, în special, să ia în considerare interesul public pe care articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 urmărește în mod expres să îl protejeze, respectiv garantarea identității originii produsului sau serviciului desemnat de marcă.

80 În plus, întrucât nu a dovedit caracterul descriptiv al termenului „homezone” pentru niciunul dintre produsele și serviciile în cauză incluse în clasele 9, 38 și 42, camera de recurs nu putea, în orice caz, să deducă o lipsă de caracter distinctiv.

81 Rezultă că respectiva cameră de recurs nu a stabilit că marca Homezone era lipsită de caracter distinctiv în ceea ce privește produsele și serviciile în cauză incluse în clasele 9, 38 și 42. În consecință, cel de al doilea motiv trebuie admis.

82 Întrucât camera de recurs nu a demonstrat caracterul descriptiv și lipsa caracterului distinctiv al mărcii Homezone în privința produselor și serviciilor pentru care a fost solicitată înregistrarea, decizia atacată trebuie anulată, fără a fi necesar să se analizeze cel de al treilea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94, privind dobândirea caracterului distinctiv, ca urmare a utilizării, de o marcă descriptivă sau lipsită de caracter distinctiv.

Cu privire la cheltuielile de judecată

83 Potrivit articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. În speță, reclamanta a solicitat obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată din prezenta cauză. Întrucât OAPI a căzut în pretenții, se impune admiterea concluziilor reclamantei și obligarea acestuia la plata cheltuielilor de judecată efectuate de reclamantă în procedura din fața Tribunalului.

84 În plus, reclamanta a solicitat obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată efectuate de aceasta în procedura administrativă în fața OAPI. În această privință, trebuie amintit că, în temeiul articolului 136 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, cheltuielile necesare efectuate de părți în legătură cu procedura care s-a aflat pe rolul camerei de recurs sunt considerate cheltuieli de judecată recuperabile. Alta este însă situația cheltuielilor de judecată aferente procedurii desfășurate în fața examinatorului. Prin urmare, cererea reclamantei vizând obligarea OAPI, întrucât a căzut în pretenții, la plata cheltuielilor de judecată aferente procedurii administrative în fața OAPI nu poate fi admisă decât cu privire la cheltuielile necesare ale reclamantei aferente procedurii în fața camerei de recurs.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a șasea)

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 5 iulie 2007 (cauza R 1583/2006-4).

2) Obligă OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

Meij Vadapalas Truchot

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 10 februarie 2010.

Semnături