Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a treia)

17 mai 2017*

RecursMarcă a Uniunii EuropeneMarcă figurativă care conține elementul verbal «deluxe»
Refuzul înregistrării de către examinator

În cauza C-437/15 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, introdus la 10 august 2015,

Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), reprezentat de S. Palmero Cabezas, în calitate de agent,

recurent,

cealaltă parte din procedură fiind:

Deluxe Entertainment Services Group Inc., fostă **Deluxe Laboratories** Inc., cu sediul în Burbank (Statele Unite), reprezentată de L. Gellman, advocate, și de Esteve Sanz, abogada,

reclamantă în primă instanță,

CURTEA (Camera a treia),

compusă din domnul L. Bay Larsen, președinte de cameră, domnii M. Vilaras, J. Malenovský, M. Safjan și D. Šváby (raportor), judecători,

avocat general: domnul M. Campos Sánchez-Bordona,

grefier: doamna M. Ferreira, administrator principal,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 9 noiembrie 2016,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 25 ianuarie 2017,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Prin recursul formulat, **Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală** (EUIPO) solicită anularea Hotărârii Tribunalului Uniunii Europene din 4 iunie 2015, Deluxe Laboratories/OAPI (deluxe) (T-222/14, denumită în continuare „hotărârea atacată”, EU:T:2015:364), prin care s-a anulat

* Limba de procedură: spaniola.

Decizia Camerei a doua de recurs a EUIPO din 22 ianuarie 2014 (R 1250/2013-2), care a respins calea de atac introdusă de Deluxe Laboratories Inc., devenită ulterior Deluxe Entertainment Services Group Inc. (denumită în continuare „Deluxe”), împotriva deciziei examinatorului care a refuzat înregistrarea semnului figurativ „deluxe” ca marcă a Uniunii Europene (denumită în continuare „decizia în litigiu”).

Cadrul juridic

2 Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca Uniunii Europene (JO 2009, L 78, p. 1) prevede la articolul 7, intitulat „Motive absolute de refuz”:

„(1) Se respinge înregistrarea următoarelor:

[…]

(b) mărci care sunt lipsite de caracter distinctiv;

[…]

(2) Alineatul (1) se aplică chiar dacă motivele de refuz nu există decât într-o parte a Uniunii.”

3 Articolul 75 din acest regulament prevede:

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

Istoricul litigiului

4 La punctele 1-7 din hotărârea atacată, Tribunalul a rezumat situația de fapt după cum urmează:

„1 La 10 octombrie 2012, reclamanta, [Deluxe] a depus o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la [EUIPO], în conformitate cu Regulamentul […] nr. 207/2009 […]

2 Marca [solicitată] este semnul figurativ următor:



3 Produsele și serviciile pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasele 9, 35, 37, 39-42 și 45 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, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

— clasa 9: «Filme cinematografice și filme de televiziune care conțin videoclipuri muzicale, de acțiune/aventură, comedie, dramă, groază, familie, copii, animație, sport, documentare, publicitate, science fiction, istorie, educație, acțiune în direct, efectuate pe calculator, animate, 2D, 3D, trailere, anunțuri de interes public, ficțiune, non ficțiune, realitate și thrillere; mijloace digitale, respectiv DVD, HD DVD înregistrate, discuri optice înregistrate conținând videoclipuri muzicale, de acțiune și aventură, comedie, dramă, groază, familie, copii, animație, sport, documentare, publicitate, science fiction, istorie, educație, acțiune în direct, realizate de calculator, animate, în 2D, în 3D, trailere, anunțuri de servicii publice, ficțiune, non ficțiune, realitate și thrillere; înregistrări audio și video descărcabile care conțin filme cinematografice, emisiuni TV și programe video»;

— clasa 35: «Control de inventar, localizare și urmărire computerizată a pachetelor în tranzit; publicitate și marketing de filme cinematografice, emisiuni de televiziune și reclame; pregătirea de afișaje audiovizuale în domeniul muzicii, al filmelor cinematografice, al emisiunilor TV și al reclamelor; pregătire de prezentări audiovizuale pentru publicitate; servicii de editare postproducție pentru reclame video și audio; servicii de comercializare de produse; servicii comerciale, și anume externalizarea în domeniul serviciilor de traducere, și anume servicii de transfer de informații pentru titluri și subtitrări pentru lucrări audiovizuale; gestiune comercială a mijloacelor fixe sub formă de programe de televiziune, filme de acțiune și reclame și conținut media audio-vizual comercial, industrial și corporativ; planificare și organizare de târguri, de expoziții în scop comercial sau publicitar în domeniul divertismentului, televiziunii, software-ului și jocurilor video; servicii organizaționale, și anume indexarea fișierelor digitale reprezentând filme, conținut video, audio, imagini și documente pentru industria postproducție; administrarea fișierelor digitale reprezentând filme, conținut video, audio, imagini și documente pentru industria postproducție; servicii de prezentare de fișiere digitale reprezentând filme, conținut video, audio, imagini și documente pentru industria postproducție; gestionarea inventarului, și anume localizarea fișierelor digitale reprezentând filme, conținut video, audio, imagini și documente pentru industria postproducție; servicii de administrarea afacerilor, și anume administrarea patrimoniului digital și intelectual»;

— clasa 37: «Servicii de remontare de filme, benzi, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online, concret, curățare de filme, benzi, DVD-uri, DVD-uri HD, discuri optice și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online»;

— clasa 39: «Depozit și transport de camere video, filme, video, mijloace digitale, prelucrare de date și accesorii pentru acestea; stocare și depozitare de filme, mijloace digitale și video, materiale promoționale legate de filme, emisiuni TV și publicitate și anume îmbrăcăminte, afișe, decupaje din filme, emisiuni TV și publicitate; stocare electronică de imagini digitale și video, înregistrări cinematografice, de emisiuni TV și de publicitate, de filme cinematografice digitale, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice și alte suporturi înregistrate, digitale și online; stocare de discuri video master, casete audio și CD ROM-uri cu muzică și imagini; servicii de administrare media, și anume mutare, arhivare și transfer de fișiere digitale ce conțin filme, conținut video, audio, imagini și documente pentru industria postproducție; ambalare de articole pentru transport; livrare de bunuri cu camionul; servicii de depozitare și păstrare în magazii; servicii de ambalare a mărfii pentru terți, și anume ambalare a muzicii, a casetelor video, a DVD-urilor, a HD DVD-urilor, a discurilor optice și a altor suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; servicii de ambalare la comandă pentru sunete, imagini video și înregistrări de sunet; ambalare pe baza comenzii și specificației terților»;

— clasa 40: «Reproducere și copiere de filme cinematografice, de emisiuni TV, de publicitate și de programe video pe film, casetă video, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; montaj și copiere de printuri de filme pozitive și negative pe casete video, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; tăiere de negative; închiriere de mașini și aparate de imprimare pentru developarea și imprimarea industrială în industria fotografică, cinematografică și de televiziune; accentuarea culorilor în filme cinematografice alb-negru; subtitrare de filme și imagini video pentru persoane cu handicap auditiv; servicii digitale de corectare a imaginilor video și transfer digital de imagini video, și anume asigurarea corectării culorii și conversia filmelor cinematografice, de televiziune și publicitare în filme video; film și orice altă reproducere de medii video, și anume remontarea de filme dintr-un format în altul; fabricare pe bază de contract în domeniul discurilor optice; copiere de casete video, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online în toate formatele profesioniste; servicii video, remontare, copierea formatelor profesionale de benzi video, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; servicii de developare de filme; servicii de transfer de film pe casetă video, DVD, HD DVD, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online, și anume conversia peliculei de film cinematografic, de televiziune sau publicitar în bandă video, DVD, HD DVD, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; recondiționare digitală de pelicule cinematografice; servicii de creare a copiilor de rezervă pentru filme și alte medii video, și anume păstrare și restaurare digitală a filmelor cinematografice; servicii de imprimare pentru înregistrarea de sunete, imagini video și date; procesare și imprimare de filme cinematografice, de televiziune și publicitare; conversia filmelor cinematografice, de televiziune și publicitare din format 2D în format 3D; funcționarea de laboratoare de prelucrare a filmelor cinematografice, de televiziune și publicitare; formatarea și conversia suporturilor și datelor digitale; conversie digitală de pelicule cu filme cinematografice în benzi video și DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte formate înregistrate, digitale, descărcabile și online; servicii de transfer digital de pe filme pe casete, și anume transferarea filmului pe DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte formate înregistrate, digitale, descărcabile și online»;

— clasa 41: «Servicii de laboratoare și servicii de postproducție pentru pelicule de filme cinematografice, de televiziune și publicitare, casete video și benzi video digitale, și anume scanare la rezoluție mare de pelicule, contorizare digitală a culorii, înregistrare pe film laser de imagini video digitale și imagini de înaltă definiție pe film; servicii de montaj digital și video pentru filme cinematografice, emisiuni TV și reclame; servicii foto de prelucrare digitală; manipulare digitală și

electronică de imagini pentru filme cinematografice, emisiuni TV și reclame; înregistrare de imagini digitale pe peliculă; producție de medii video și audio, și anume producție de casete video și DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online pentru terți; producții de efecte speciale vizuale, optice și digitale pentru terți, pentru televiziune, filme cinematografice, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online și anume, cinematografie digitală; servicii de înregistrare și de producție audio; servicii de editare de filme; producție electronică de filme cinematografice, de televiziune și publicitare din înregistrări pe bandă video, pe DVD, HD DVD, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; producție de efecte speciale vizuale pentru casete video, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; producție și distribuție de filme cinematografice, emisiuni TV și reclame; asigurarea de servicii de voice over pentru casete video, înregistrări, DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice preînregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; servicii de consultanță cu privire la producția și distribuția de filme; producție de discuri video master, casete audio și CD ROM-uri cu muzică și imagini; planificarea distribuirii sau transmiterii de filme cinematografice, emisiuni TV și reclame; servicii de distribuire pentru film, bandă, DVD uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrate și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; servicii de dublare și editare de filme; bandă video și bandă sonoră pentru cinematograf, televiziune și reclame»;

— clasa 42: «Proiectare și dezvoltare de software de calculator; studiu si creare de produse; găzduire de site-uri web pentru terți; servicii de creare pagini web pentru terți; digital watermarking; servicii de proiectare grafică pentru mijloace de imprimare în domeniul divertismentului; proiectare personalizată de meniu de DVD pentru terți; proiectare pentru terți de ambalaje pentru muzică, video și DVD și suport digital; control al calității duplicării, copierii și distribuirii de filme digitale și video pentru terți; servicii de creare de conținut, și anume creare și dezvoltare de software informatic interactiv și alt conținut media înregistrat; proiectare și dezvoltare de produse multimedia, și anume proiectare de meniu DVD pentru terți; recuperarea fișierelor digitale reprezentând filme, conținut video, audio, imagini și documente pentru industria postproducție; conversia datelor sau documentelor din format fizic în format electronic; servicii de scriere pe DVD-uri, HD DVD-uri, discuri optice înregistrare și alte suporturi înregistrate, digitale, descărcabile și online; comprimare digitală de date; comprimare digitală de date audio și video; comprimarea digitală de date cinematografice și video; servicii de comprimare digitală de suporturi și de date digitale»;

— clasa 45: «Servicii de consultanță în domeniul securității produsului în industria cinematografică, televiziune și publicitară, și anume autentificarea produselor, detectarea pirateriei de produse și înregistrarea și urmărirea datelor digitale; tipărituri de siguranță, și anume codare de medii și date digitale folosite la depistarea de surse de copii neautorizate ale acestora și asigurarea codării și transcodării de medii și date digitale; codarea de pelicule de filme cinematografice, de televiziune și publicitare pentru utilizare la detectarea sursei de copii neautorizate ale acestora; furnizare de securitate pentru conținutul materialelor media înregistrate; administrarea drepturilor anti piraterie, și anume servicii de securizare a produselor în industria filmelor cinematografice, televiziunii și publicitară; tehnologie și servicii aferente siguranței, și anume servicii de localizare și urmărire utilizate la asigurarea, localizarea și urmărirea peliculelor codate împotriva fraudei, pirateriei și falsificării; servicii de protecție a conținutului electronic; cercetare și dezvoltare în legătură cu descărcarea și stocarea ilegală de fișiere digitale de filme cinematografice, de televiziune și publicitare».

[…]

5 Prin decizia din 13 iunie 2013, examinatorul a respins cererea pentru toate produsele și serviciile vizate la punctul 3 de mai sus, în aplicarea articolului 7 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009, pentru motivul că marca solicitată, pe de o parte, era lipsită de caracter distinctiv și, pe de altă parte, informa consumatorii cu privire la calitatea produselor și serviciilor în cauză.

6 La 3 iulie 2013, [Deluxe] a introdus o cale de atac la [EUIPO], în temeiul articolelor 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009, împotriva deciziei examinatorului.

7 Prin [decizia în litigiu], Camera a doua de recurs a [EUIPO] [denumită în continuare «camera de recurs»] a confirmat decizia examinatorului. Ea a considerat, printre altele, că elementul verbal «deluxe» nu permite prin sine însuși, pe teritoriul Uniunii Europene în care se înțelege limba engleză, diferențierea produselor și a serviciilor reclamantei de cele ale concurenților săi, deoarece face parte dintr-un ansamblu banal de clișee promoționale și constă într-o simplă «afirmație privind calitatea superioară». A adăugat că termenul «deluxe» face parte din categoria termenilor care trebuie excluși din monopolul mărcii și că elementul figurativ în cauză nu este suficient pentru a conferi un caracter distinctiv mărcii solicitate. Pentru aceleași motive, camera de recurs a confirmat decizia examinatorului în ceea ce privește faptul că marca solicitată informează consumatorii cu privire la calitatea produselor și a serviciilor în cauză. Camera de recurs a considerat totodată că marca respectivă nu a dobândit caracter distinctiv prin utilizare pe teritoriul Uniunii.”

Procedura în fața Tribunalului și hotărârea atacată

5 Prin cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 10 aprilie 2014, Deluxe a formulat o acțiune având ca obiect anularea deciziei în litigiu.

6 În susținerea acțiunii formulate, Deluxe a invocat cinci motive, toate întemeiate pe încălcarea obligației de motivare, a articolului 7 alineatul (1) litera (c), a articolului 7 alineatul (1) litera (b) și a articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 207/2009, respectiv a principiului protecției încrederii legitime, a drepturilor dobândite și a legalității actelor comunitare.

7 Deluxe a susținut că, în speță, camera de recurs nu a motivat refuzul înregistrării mărcii în cauză în raport cu fiecare dintre produsele și serviciile vizate. Ea a afirmat printre altele că această camera nu a ținut seama de caracteristicile fiecăruia dintre aceste produse și aceste servicii, deși era un element esențial pentru a stabili caracterul fantezist, sugestiv sau aluziv al termenului „deluxe”.

8 EUIPO a arătat că din expresia „fără excepție”, care figurează în decizia în litigiu, rezultă că, în speță, camera de recurs a efectuat o examinare individuală a produselor și a serviciilor în cauză și că aceasta a putut adopta o motivare generală din moment ce toate aceste produse și toate aceste servicii se încadrau în sectorul audiovizual.

9 Tribunalul a admis acțiunea formulată de Deluxe.

10 După ce a amintit, la punctele 15-18 din hotărârea atacată, jurisprudența Curții, Tribunalul a reținut, la punctele 20-22 din hotărâre, că, în speță, în privința descrierii a mai mult de 90 de produse și de servicii din opt clase distincte și din domenii diferite, acestea prezentau între ele diferențe, ținând seama de natura, de caracteristicile, de destinațiile și de modul lor de comercializare, astfel încât nu se putea considera că alcătuiesc o categorie omogenă care să îi permită camerei de recurs să adopte o motivare generală. Or, camera de recurs nu a arătat că produsele și serviciile în cauză prezentau o legătură suficient de directă și de concretă între ele încât să formeze o categorie omogenă (denumită în continuare „legătura necesară”).

11 Astfel, după cum a reținut Tribunalul la punctul 23 din hotărârea atacată, camera de recurs se referă în general la „produse și servicii”, la „toate produsele și serviciile” și la „produsele și serviciile în discuție”, însă nu se referă în mod specific la niciunul dintre produsele și serviciile din clasele vizate, nici chiar la categorii sau la grupe de produse și de servicii. Prin urmare, Tribunalul a conchis, la punctul 24 din hotărârea atacată, că, prin faptul că nu a examinat caracterul distinctiv al mărcii solicitate pentru fiecare dintre produsele și serviciile în cauză, camera de recurs nu a efectuat aprecierea concretă impusă la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009 în ceea ce privește produsele și serviciile din clasele vizate și nu a motivat decizia în litigiu corespunzător cerințelor legale în acest sens.

12 În cadrul examinării argumentelor formulate de EUIPO, Tribunalul a constatat, la punctul 26 din hotărârea atacată, că din expresia „fără excepție” nu rezultă nici măcar indirect că camera de recurs a apreciat caracterul distinctiv al mărcii solicitate în raport cu toate produsele și cu toate serviciile vizate. Astfel, după cum a observat Tribunalul, camera de recurs s-a limitat să indice în decizia în litigiu că toate produsele, fără excepție, pot fi prezentate ca fiind de calitate superioară și că toate serviciile, fără excepție, pot fi prezentate ca furnizând o astfel de calitate. Ea nu a indicat că produsele și serviciile din clasele vizate prezintă legătura necesară între ele și, prin urmare, nu a menționat niciun element de natură să justifice faptul că a recurs la o motivare generală.

13 În ceea ce privește argumentul formulat de EUIPO, potrivit căruia produsele și serviciile în cauză erau direct legate de sectorul audiovizual, Tribunalul a reținut, la punctul 27 din hotărârea atacată, că această constatare nu figurează în decizia în litigiu. În plus, Tribunalul a negat existența legăturii necesare între anumite produse și servicii, precum filmele cinematografice, serviciile de livrare de bunuri cu camionul, servicii de depozitare de mărfuri, servicii de proiectare și de dezvoltare de produse, precum și de găzduire și de creare de site-uri web pentru terți. Tribunalul a constatat că, în orice caz, existența unei astfel de legături nu rezultă din cuprinsul deciziei în litigiu. În sfârșit, Tribunalul a considerat că, presupunând că este dovedit, faptul că termenul „deluxe” constituie un termen elogios și promoțional care se poate aplica tuturor produselor și serviciilor în cauză este lipsit de relevanță în această privință.

14 În consecință, Tribunalul a anulat decizia în litigiu.

Concluziile părților

15 Prin recursul formulat, EUIPO solicită Curții:

— anularea hotărârii atacate;

— obligarea reclamantei în fața Tribunalului la plata cheltuielilor de judecată.

Cu privire la recurs

16 Prin recursul formulat, EUIPO invocă un singur motiv întemeiat pe încălcarea articolului 75 prima teză din Regulamentul nr. 207/2009 coroborat cu articolul 7 alineatul (1) litera (b) și alineatul (2) din acest regulament. Acest motiv cuprinde două aspecte.

Argumentele părților

17 Prin primul aspect al motivului unic, EUIPO reproșează Tribunalului că a comis o eroare de drept prin faptul că a limitat posibilitatea de a adopta o motivare generală numai la cazul în care produsele sau serviciile constituie categorii omogene. EUIPO consideră că Tribunalul nu poate exclude posibilitatea

de a proceda la o motivare generală în privința unei diversități de produse și de servicii atunci când percepția semnului în raport cu fiecare dintre ele este uniformă și, prin urmare, motivarea care le este aplicabilă rămâne invariabilă.

18 Astfel, potrivit EUIPO, este suficient ca produsele și serviciile desemnate în cererea de înregistrare să prezinte o caracteristică comună pentru ca o motivare generală să fie permisă în privința lor. Această caracteristică comună ar fi că, pentru fiecare dintre produsele și serviciile vizate, sugerarea unei calități ridicate ar fi percepută ca un simplu argument de vânzare. În speță, semnul „deluxe” ar vehicula în aceeași manieră pentru toate aceste produse și pentru toate aceste servicii un mesaj elogios și promoțional care nu poate să permită publicului să identifice originea respectivelor produse sau a respectivelor servicii. În susținerea argumentației sale, EUIPO invocă motivarea reținută de Curte în Ordonanța din 11 decembrie 2014, FTI Touristik/OAPI (C-253/14 P, nepublicată, EU:C:2014:2445), prin care Curtea ar fi recunoscut existența unei legături suficient de directe și de concrete între produsele și serviciile vizate având în vedere o caracteristică comună care ar consta în faptul că toate produsele și serviciile puteau face obiectul unor reduceri și al unor avantaje speciale.

19 În consecință, EUIPO consideră că ar fi eronată concluzia de la punctul 24 din hotărârea atacată potrivit căreia camera de recurs nu a efectuat aprecierea concretă necesară, pentru că nu a identificat o omogenitate între toate produsele și serviciile.

20 De asemenea, EUIPO arată că Tribunalul a săvârșit o eroare de drept prin faptul că a înlăturat la punctul 27 din hotărârea atacată ca fiind nepertinentă constatarea camerei de recurs potrivit căreia termenul „deluxe” constituie un termen elogios și promoțional care se poate aplica tuturor produselor și serviciilor în cauză.

21 Deluxe răspunde că EUIPO a acordat un grad redus de fiabilitate cauzei BigXtra în care s-a dat Ordonanța din 11 decembrie 2014, FTI Touristik/OAPI (C-253/14 P, nepublicată, EU:C:2014:2445), în care a fost refuzată înregistrarea mărcii BigXtra pentru motivul că termenul avea un caracter evident elogios. Deluxe consideră că această cauză nu este relevantă, pentru că este diferită de cazul în speță. Astfel, termenul „deluxe” nu ar putea fi descriptiv sau elogios pentru produsele însele și nici pentru modalitatea de a le vinde, din moment ce nu ar exista o formă „deluxe” de a vinde un produs și cu atât mai puțin dacă ar fi luat în considerare publicul relevant.

22 Prin cel de al doilea aspect al motivului unic, EUIPO susține că interpretarea cerinței privind caracterul suficient de omogen efectuată de Tribunal, la punctele 20-22 și 26 din hotărârea atacată, care permite camerei de recurs să adopte o motivare generală pentru a respinge cererea de înregistrare a mărcii în cauză, nu respectă jurisprudența, în special Ordonanța din 18 martie 2010, CFCMCEE/OAPI (C-282/09 P, EU:C:2010:153). Astfel, prin faptul că a făcut o corelație între existența unei „categorii omogene” și descrierea produselor și serviciilor, Tribunalul ar fi interpretat în mod eronat noțiunea „categorie” sau „grup” de produse sau de servicii având un „caracter suficient de omogen” în sensul acestei jurisprudențe și, în consecință, noțiunea „legătură suficient de directă și de concretă” care trebuie să existe între produse și servicii.

23 Potrivit EUIPO, cerința privind caracterul suficient de omogen ar trebui înțeleasă într-un sens mai larg, astfel încât ar fi suficient ca produsele și serviciile să prezinte, toate, o caracteristică comună care ar putea exista și între produse sau servicii din sectoare diferite.

24 EUIPO susține că, în speță, decizia în litigiu indică în mod clar că caracteristica comună a produselor și a serviciilor vizate constă în aceea că toate produsele, fără excepție, pot fi prezentate ca fiind de calitate superioară și că toate serviciile, fără excepție, pot fi prezentate ca furnizând o astfel de calitate.

25 Deluxe contestă afirmația făcută de EUIPO potrivit căreia produsele și serviciile în cauză sunt suficient de omogene și că pot fi considerate, prin urmare, ca fiind un tot unitar.

Aprecierea Curții

26 Dat fiind că EUIPO contestă aprecierile Tribunalului menționate la punctele 10-13 din prezenta hotărâre și că cele două aspecte ale motivului unic sunt întemeiate pe o încălcare a articolului 7 alineatul (1) litera (b) și a articolului 75 din Regulamentul nr. 207/2009, acestea trebuie examinate împreună.

27 Cu titlu introductiv, reiese dintr-o jurisprudență constantă că autoritatea competentă nu se poate limita la o examinare minimă a unei cereri de înregistrare, ci că trebuie, dimpotrivă, să efectueze o analiză strictă și completă pentru a se evita înregistrarea necorespunzătoare a mărcilor (Hotărârea din 6 mai 2003, Libertel, C-104/01, EU:C:2003:244, punctul 59).

28 Întrucât înregistrarea unei mărci este solicitată întotdeauna pentru produsele și serviciile menționate în cererea de înregistrare, aprecierea dacă marca poate fi sau nu poate fi afectată de vreunul dintre motivele absolute de refuz trebuie să fie efectuată *in concreto* în raport cu aceste produse sau servicii (Hotărârea din 15 februarie 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, punctul 31).

29 Trebuie amintit că, potrivit jurisprudenței Curții, pe de o parte, examinarea motivelor absolute de refuz trebuie să se facă pentru fiecare dintre produsele sau serviciile pentru care se solicită înregistrarea mărcii și, pe de altă parte, decizia prin care autoritatea competentă refuză înregistrarea unei mărci trebuie să fie motivată, în principiu, pentru fiecare dintre produsele sau serviciile respective (Hotărârea din 15 februarie 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, punctul 34, și Ordonanța din 18 martie 2010, CFCMCEE/OAPI, C-282/09 P, EU:C:2010:153, punctul 37).

30 Totuși, în ceea ce privește această ultimă cerință, Curtea a precizat că autoritatea competentă se poate limita la o motivare generală pentru toate produsele sau serviciile vizate atunci când același motiv de refuz este invocat pentru o categorie sau pentru un grup de produse sau de servicii (Hotărârea din 15 februarie 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, punctul 37, și Hotărârea din 17 octombrie 2013, Isdin/Bial-Portela, C-597/12 P, EU:C:2013:672, punctul 26).

31 Curtea a precizat în continuare că o astfel de posibilitate nu privește decât produse și servicii care prezintă o legătură suficient de directă și de concretă între ele pentru a forma o categorie sau un grup de produse sau de servicii suficient de omogen (Hotărârea din 17 octombrie 2013, Isdin/Bial-Portela, C-597/12 P, EU:C:2013:672, punctul 27).

32 Pentru a aprecia dacă produsele și serviciile vizate de o cerere de înregistrare a unei mărci a Uniunii prezintă o legătură suficient de directă și de concretă între ele și pot fi repartizare în categorii sau în grupe de produse sau de servicii suficient de omogene, în sensul jurisprudenței citate la punctul anterior, trebuie să se țină seama de obiectivul acestei analize care vizează să permită și să faciliteze aprecierea *in concreto* a aspectului dacă marca la care se referă cererea de înregistrare poate sau nu poate fi afectată de vreunul dintre motivele absolute de refuz, conform jurisprudenței citate la punctul 28 din prezenta hotărâre.

33 Totodată, repartizarea produselor și a serviciilor în cauză în una sau în mai multe grupe sau categorii trebuie să fie efectuată în special pe baza caracteristicilor lor comune și care prezintă o relevanță pentru analiza opozabilității sau a inopozabilității unui anumit motiv absolut de refuz în privința mărcii solicitate pentru respectivele produse și servicii. Rezultă că o astfel de apreciere trebuie să fie efectuată *in concreto* pentru examinarea fiecărei cereri de înregistrare și, dacă este cazul, pentru fiecare dintre diferitele motive absolute de refuz eventual aplicabile.

34 Rezultă din considerațiile care precedă că nu este exclus *a priori* ca produsele și serviciile vizate de o cerere de înregistrare să prezinte, toate, o caracteristică relevantă pentru analiza unui motiv absolut de refuz și că ele pot fi regrupate, în vederea examinării cererii de înregistrare în cauză în raport cu acest motiv absolut de refuz, într-o singură categorie sau într-un singur grup suficient de omogen, în sensul jurisprudenței citate la punctul 31 din prezenta hotărâre.

35 În speță, de la punctul 26 din hotărârea atacată rezultă că, în ceea ce privește toate produsele și serviciile vizate de cererea de înregistrare în cauză, camera de recurs a indicat că toate produsele, fără excepție, pot fi prezentate ca fiind de calitate superioară și că toate serviciile, fără excepție, pot fi prezentate ca furnizând aceeași calitate. Rezultă din această considerație că, în esență, camera de recurs a reținut că toate produsele și toate serviciile vizate de cererea de înregistrare pe care trebuia să o judece prezentau o caracteristică relevantă pentru examinarea motivului absolut de refuz întemeiat pe articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009, și anume faptul că puteau fi prezentate, toate, ca având sau furnizând o calitate superioară și că, prin urmare, făceau parte, toate, dintr-o singură categorie și dintr-un singur grup suficient de omogen, în vederea examinării acestui motiv absolut de refuz. Relevanța acestei caracteristici comune a produselor și a serviciilor în cauză în vederea examinării pe care trebuia să o efectueze camera de recurs este demonstrată, în opinia camerei de recurs, de considerația din decizia în litigiu, potrivit căreia marca solicitată consta într-o „afirmație privind calitatea superioară”.

36 Faptul că, în speță, camera de recurs a omis, astfel cum se menționează la punctul 22 din hotărârea atacată, să indice în mod expres că produsele și serviciile în cauză prezentau o legătură suficient de directă și de concretă între ele încât să formeze o categorie omogenă nu poate conduce la o concluzie diferită, din moment ce o astfel de indicație reieșea implicit din considerația camerei respective, amintită la punctul 26 din hotărârea atacată.

37 Intra în sarcina Tribunalului, pentru a controla respectarea obligației camerei de recurs de a efectua aprecierea cerută la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009 și de a motiva corespunzător cerințelor legale, să examineze, cu prilejul aprecierii factuale, temeinicia considerațiilor camerei de recurs amintite la punctul 35 din prezenta hotărâre.

38 Îi revenea printre altele Tribunalului sarcina, pe de o parte, să verifice dacă marca solicitată, care este compusă dintr-un element verbal și dintr-un element figurativ, putea fi într-adevăr percepută de publicul relevant în mod direct și imediat ca fiind o afirmație privind calitatea superioară sau un mesaj elogios, mai degrabă, decât o indicație a originii comerciale a produselor și a serviciilor pe care le desemnează.

39 Pe de altă parte, Tribunalul trebuia să verifice, în cadrul examinării elementului verbal al mărcii solicitate, dacă termenul „deluxe” vehicula într-adevăr noțiunea de calitate superioară, astfel cum reține camera de recurs, dat fiind că acest element verbal constituie o referință directă la noțiunea „lux”. În ipoteza în care termenul „deluxe” ar avea o semnificație distinctă de aceea de „calitate superioară”, astfel cum consideră avocatul general la punctele 54 și 55 din concluzii, i-ar reveni Tribunalului sarcina să examineze dacă, în raport cu această semnificație, produsele și serviciile vizate de marca în cauză constituie sau nu constituie un grup omogen care justifică recurgerea la o motivare generală.

40 Or, Tribunalul a exclus la modul general posibilitatea de a reține caracterul omogen al produselor și al serviciilor vizate și nu a ținut seama, în această privință, de specificul mărcii solicitate și în special de percepția sa de către publicul relevant.

41 Astfel, după cum rezultă de la punctul 21 din hotărârea atacată, Tribunalul s-a limitat să constate că produsele și serviciile vizate de cererea de înregistrare în litigiu prezentau între ele diferențe, ținând seama de natura, de caracteristicile, de destinațiile și de modul lor de comercializare, astfel încât nu se putea considera că alcătuiesc o categorie omogenă care să îi permită camerei de recurs să adopte o

motivare generală în privința lor. Tribunal nu a recunoscut, așadar, posibilitatea ca, în pofida diferențelor lor, toate produsele și serviciile în cauză să poată prezenta o caracteristică comună relevantă pentru examinarea pe care trebuia să o efectueze camera de recurs, ceea ce, în conformitate cu considerațiile enunțate la punctele 33 și 34 din prezenta hotărâre, putea justifica repartizarea lor în cadrul aceluiași grup omogen și folosirea de către camera de recurs a unei motivări globale în privința lor.

42 Pentru aceleași motive, afirmația Tribunalului de la punctul 27 din hotărârea atacată, potrivit căreia „împrejurarea […] că termenul «deluxe» constituie un termen elogios și promoțional susceptibil să se aplice tuturor produselor și serviciilor în cauză este lipsită de relevanță”, este de asemenea eronată.

43 Rezultă din cele de mai sus că Tribunalul a săvârșit o eroare de drept în privința interpretării articolului 7 alineatul (1) litera (b) și a articolului 75 din Regulamentul nr. 207/2009, astfel încât hotărârea atacată trebuie să fie anulată.

44 Conform articolului 61 primul paragraf din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, în cazul în care anulează decizia Tribunalului, Curtea poate fie să soluționeze ea însăși în mod definitiv litigiul, atunci când acesta este în stare de judecată, fie să trimită cauza Tribunalului pentru a se pronunța asupra ei. În speță, trebuie să se constate că litigiul nu este în stare de judecată.

45 În consecință, se impune trimiterea cauzei Tribunalului spre rejudecare și pronunțarea asupra cererii de cheltuieli de judecată odată cu fondul.

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

1) Anulează Hotărârea Tribunalului Uniunii Europene din 4 iunie 2015, Deluxe Laboratories/OAPI (deluxe) (T-222/14, nepublicată, EU:T:2015:364).

2) Trimite cauza Tribunalului Uniunii Europene spre rejudecare.

3) Cererea privind cheltuielile de judecată se soluționează odată cu fondul.

Semnături