ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

12 avril 2011 *

Dans l'affaire T-28/10,

Euro-Information — Européenne de traitement de l'information, établie à Strasbourg (France), représentée par M^e^ A. Grolée, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. A. Folliard-Monguiral, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la deuxième chambre de recours de l'OHMI du 11 novembre 2009 (affaire R 635/2009-2), concernant une demande d'enregistrement du signe verbal EURO AUTOMATIC PAYMENT comme marque communautaire,

* Langue de procédure : le français.

LE TRIBUNAL (quatrième chambre),

composé de M[mes] I. Pelikánová, président, K. Jürimäe (rapporteur) et M. M. van der Woude, juges,

greffier : M. E. Coulon,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 26 janvier 2010,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 16 avril 2010,

vu le mémoire en réplique déposé au greffe du Tribunal le 28 juin 2010,

vu l'absence de demande de fixation d'une audience présentée par les parties dans le délai d'un mois à compter de la signification de la clôture de la procédure écrite et ayant dès lors décidé, sur rapport du juge rapporteur et en application de l'article 135 bis du règlement de procédure du Tribunal, de statuer sans phase orale de la procédure,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 18 juillet 2008, la requérante, Euro-Information — Européenne de traitement de l'information, a présenté une demande d'enregistrement de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1)].

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal EURO AUTOMATIC PAYMENT.

3 Les produits et les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 9, 35 à 38, 42 et 45 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié.

4 Par décision du 6 avril 2009, l'examinateur a accueilli la demande d'enregistrement, pour tous les services relevant des classes 35, 37, 38, 42 et 45 et pour certains produits et services relevant des classes 9 et 36. En revanche, il a refusé l'enregistrement de la marque demandée en ce qui concerne les autres produits et services relevant des classes 9 et 36, sur le fondement des dispositions combinées de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), et de l'article 7, paragraphe 2, du règlement nº 40/94 [devenus, respectivement, article 7, paragraphe 1, sous b) et c), et article 7, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009]. Ces produits et ces services correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

— classe 9 : « Distributeurs automatiques, distributeurs de billets, de tickets, de relevés de comptes, d'extraits de comptes, automates de paiement, automates bancaires, cartes à mémoires ou à microprocesseur, cartes magnétiques, cartes magnétiques ou à microprocesseur d'identification, cartes magnétiques ou à microprocesseur de paiement, de crédit ou de débit, lecteurs de codes à barres, détecteurs de fausse monnaie, supports de données magnétiques, supports de données optiques, appareils pour le traitement de l'information, appareils d'intercommunication, interfaces (informatiques), lecteurs (informatiques), logiciels (programmes enregistrés), logiciels destinés à la gestion de comptes, moniteurs (programmes d'ordinateurs), ordinateurs, périphériques d'ordinateurs, programmes d'ordinateurs enregistrés, programmes du système d'exploitation enregistrés (pour ordinateurs), postes radiotéléphoniques, récepteurs (audio, vidéo), appareils téléphoniques, téléphones portables, mécanismes à prépaiement pour appareils de télévision, transmetteurs (télécommunication), unités centrales de traitement (processeurs), programmes et matériels informatiques permettant d'offrir des services complets de banque, de société financière et d'assurance à distance, à savoir appareils et dispositifs informatiques, logiciels de paiement sécurisé pour réseau électronique de communication en ligne, appareils et instruments de paiement électronique, à savoir appareils et dispositifs informatiques, matériel informatique de paiement électronique, logiciels de transactions de paiement électronique, cartes de paiement électronique, dispositifs électriques et électroniques destinés à la gestion de transactions financières » ;

— classe 36 : « Affaires bancaires, affaires financières, affaires monétaires, services de cartes de crédits, services de cartes de débit, opérations de change, opérations de compensation (change), courtage en bourse, crédit, transfert électronique de fonds, opérations financières, opérations monétaires, transactions financières, services de paiement électronique, services de transfert électronique de valeurs, de fonds, de capitaux, d'actions, de devises et de tout autre titre financier, services de paiement en ligne sur un réseau électronique de communication, courtage et transactions sur un réseau électronique de communication en ligne ».

5 Le 5 juin 2009, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI contre la décision de l'examinateur en ce que celle-ci a refusé l'enregistrement de la marque demandée concernant les produits et les services relevant des classes 9 et 36 tels que décrits au point 4 ci-dessus.

6 Par décision du 11 novembre 2009 (ci-après la « décision attaquée »), la deuxième chambre de recours de l'OHMI a rejeté le recours.

7 La chambre de recours a estimé, en se fondant sur la perception de la marque demandée par l'ensemble des consommateurs moyens et professionnels anglophones de la Communauté européenne, que la signification retenue par l'examinateur des trois mots dont ladite marque se compose était correcte. Ainsi, elle a considéré, d'une part, que l'expression « euro automatic payment » désignait directement la destination des produits relevant de la classe 9, à savoir permettre la réalisation de paiements automatiques en euros, et, d'autre part, que cette expression fournissait des informations directes sur l'objet des services relevant de la classe 36, à savoir la réalisation ou l'obtention de paiements automatiques en euros. Partant, la chambre de recours a notamment conclu que la marque demandée était descriptive au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009.

Conclusions des parties

8 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

— annuler la décision attaquée ;

— enregistrer la marque demandée pour l'ensemble des produits et des services relevant des classes 9 et 36 ;

— condamner l'OHMI aux dépens exposés par la requérante devant lui et devant le Tribunal.

9 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

— rejeter le recours ;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

Sur la recevabilité du deuxième chef de conclusions

10 L'OHMI soulève une fin de non-recevoir tirée de l'irrecevabilité du deuxième chef de conclusions de la requête en ce qu'il est demandé au Tribunal d'adresser à l'OHMI une injonction d'enregistrer la marque demandée pour l'ensemble des produits et des services en cause.

11 Par son deuxième chef de conclusions, la requérante demande au Tribunal d'enregistrer la marque demandée.

12 Cette demande est susceptible de donner lieu à deux interprétations. D'une part, elle peut être comprise comme visant à ce que le Tribunal ordonne à l'OHMI d'effectuer l'enregistrement de la marque demandée. Or, selon une jurisprudence constante, conformément à l'article 63, paragraphe 6, du règlement nº 40/94 (devenu article 65, paragraphe 6, du règlement nº 207/2009), l'OHMI est tenu de prendre les mesures que comporte l'exécution de l'arrêt du juge de l'Union. Dès lors, il n'appartient pas au Tribunal d'adresser une injonction à l'OHMI. Il incombe, en effet, à ce dernier de tirer les conséquences du dispositif et des motifs de l'arrêt du Tribunal [arrêts du Tribunal du 31 janvier 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OHMI (Giroform), T-331/99, Rec. p. II-433, point 33 ; du 21 avril 2005, Ampafrance/OHMI — Johnson & Johnson (monBeBé), T-164/03, Rec. p. II-1401, point 24, et du 15 mars 2006, Athinaiki Oikogeniaki Artopoiia/OHMI — Ferrero (FERRÓ), T-35/04, Rec. p. II-785, point 15].

13 D'autre part, le deuxième chef de conclusions de la requérante peut être compris comme visant à ce que le Tribunal réforme la décision attaquée au sens de l'article 65,

paragraphe 3, du règlement nº 207/2009, en adoptant la décision que la chambre de recours aurait dû prendre, conformément aux dispositions du règlement nº 40/94. Or, les instances de l'OHMI compétentes en la matière n'adoptent pas de décision formelle constatant l'enregistrement d'une marque communautaire qui pourrait faire l'objet d'un recours. Par conséquent, la chambre de recours n'est pas compétente pour connaître d'une demande visant à ce qu'elle enregistre une marque communautaire. Dans ces circonstances, il n'appartient pas davantage au Tribunal de connaître d'une demande de réformation visant à ce qu'il modifie la décision d'une chambre de recours en ce sens [ordonnance du Tribunal du 30 juin 2009, Securvita/OHMI (Natur-Aktien-Index), T-285/08, Rec. p. II-2171, points 14 et 17 à 23].

14 Partant, il y a lieu de rejeter comme irrecevable le deuxième chef de conclusions de la requérante.

Sur la recevabilité des documents produits dans l'annexe 9 de la requête

15 L'OHMI soutient que l'annexe 9 de la requête, en ce qu'elle contient des éléments de preuve qui n'ont pas été présentés au cours de la procédure suivie devant lui, est irrecevable.

16 La requérante ne conteste pas que lesdits éléments de preuve sont nouveaux.

17 À ce titre, il y a lieu de rappeller que, selon la jurisprudence, dès lors que le recours porté devant le Tribunal vise au contrôle de la légalité des décisions des chambres de

recours de l'OHMI au sens de l'article 65 du règlement nº 207/2009, la fonction du Tribunal n'est pas de réexaminer les circonstances de fait à la lumière des preuves présentées pour la première fois devant lui. En effet, l'admission de telles preuves est contraire à l'article 135, paragraphe 4, du règlement de procédure du Tribunal, selon lequel les mémoires des parties ne peuvent pas modifier l'objet du litige devant la chambre de recours [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 6 mars 2003, DaimlerChrysler/OHMI (Calandre), T-128/01, Rec. p. II-701, point 18].

18 En l'espèce, il n'est pas contesté que les éléments de preuve contenus dans l'annexe 9 de la requête ont été produits pour la première fois devant le Tribunal. Par conséquent, il convient d'écarter lesdits documents comme irrecevables.

Sur le fond

19 À l'appui de son recours, la requérante soulève deux moyens tirés, pour le premier, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 et, pour le second, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), dudit règlement.

Arguments des parties

20 S'agissant du premier moyen, la requérante fait valoir qu'il n'existe pas, du point de vue du public pertinent, un rapport suffisamment direct et concret entre, d'une part,

le signe litigieux et, d'autre part, les produits et les services pour lesquels l'enregistrement a été refusé. Partant, la marque demandée ne serait pas descriptive, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009.

21 En premier lieu, s'agissant de la signification des termes composant le signe en cause, la requérante soutient, d'une part, que le mot « euro » peut être appréhendé comme renvoyant à la monnaie unique européenne et, d'autre part, que le mot « payment » signifie paiement en français. S'agissant du terme « automatic », qui se traduit par « automatique » en français, la requérante soutient que ce terme signifie « qui s'exécute sans la participation de la volonté ». La requérante soutient, en outre, que le terme « automatic » ne possède aucun sens appartenant au domaine bancaire ou financier.

22 En deuxième lieu, s'agissant de la signification de l'expression « euro automatic payment » prise dans son ensemble, la requérante fait valoir que le fait que les termes qui la composent soient immédiatement identifiables ne rend pas pour autant la marque descriptive. Elle soutient que, si la chambre de recours n'a pas proposé une signification de l'expression « euro automatic payment », elle semble s'être basée sur celle retenue par l'examinateur, à savoir « paiement automatique réalisé en euros ». Or, cette expression serait dépourvue de signification directe, claire et immédiatement identifiable, au regard du public pertinent et des produits en cause. En effet, l'expression « euro automatic payment » ne serait qu'une notion vague pour les consommateurs, dès lors qu'il est pour le moins inhabituel qu'un paiement s'effectue de manière automatique, à savoir sans manifestation de volonté.

23 En troisième lieu, la requérante soutient que la marque demandée n'est pas descriptive des produits relevant de la classe 9, pour lesquels la demande d'enregistrement de la marque a été refusée.

24 Premièrement, s'agissant, d'une part, des « cartes à mémoire ou à microprocesseur, cartes magnétiques, cartes magnétiques ou à microprocesseur d'identification, cartes magnétiques ou à microprocesseur de paiement, de crédit ou de débit, cartes de paiement électronique » (ci-après les « cartes relevant de la classe 9 ») et, d'autre part, des « supports de données magnétiques, supports de données optiques, appareils pour le traitement de l'information, appareils d'intercommunication, interfaces (informatiques), lecteurs (informatiques), logiciels (programmes enregistrés), logiciels destinés à la gestion de comptes, moniteurs (programmes d'ordinateurs), ordinateurs, périphériques d'ordinateurs, programmes d'ordinateurs enregistrés, programmes du système d'exploitation enregistrés (pour ordinateurs), unités centrales de traitement (processeurs), programmes et matériels informatiques permettant d'offrir des services complets de banque, de société financière et d'assurance à distance, à savoir appareils et dispositifs informatiques, logiciels de paiement sécurisé pour réseau électronique de communication en ligne, appareils et instruments de paiement électronique, à savoir appareils et dispositifs informatiques, matériel informatique de paiement électronique, logiciels de transactions de paiement électronique, dispositifs électriques et électroniques destinés à la gestion de transactions financières » et des « postes radiotéléphoniques, récepteurs (audio, vidéo), appareils téléphoniques, téléphones portables, mécanismes à prépaiement pour appareils de télévision, transmetteurs (télécommunication) » (ci-après les « produits appartenant aux domaines de l'informatique et des télécommunications relevant de la classe 9 »), la requérante soutient, en substance, que la chambre de recours n'était pas fondée à appliquer un raisonnement global aux produits mentionnés ci-dessus, dès lors que certaines des cartes relevant de la classe 9 ne permettraient pas de réaliser un paiement et que certains des produits appartenant aux domaines de l'informatique et des télécommunications relevant de la classe 9 ne pourraient pas incorporer un mécanisme de paiement.

25 Deuxièmement, la requérante fait valoir que, contrairement aux énonciations de la décision attaquée, les opérations réalisées au moyen des « distributeurs de billets », des « détecteurs de fausse monnaie », des « automates bancaires » et des « lecteurs de code à barres » visés distinctement dans la demande de marque ne sauraient être analysées comme des opérations de paiement. Elle soutient ainsi que la marque en conflit n'est pas descriptive de ces produits, ni de l'une de leurs caractéristiques.

26 Troisièmement, la requérante fait valoir que, contrairement aux énonciations de la décision attaquée, les « distributeurs de relevés de comptes, d'extraits de comptes » visés par la demande de marque ne sont pas indissociablement liés aux « distributeurs de billets » et que, en tout état de cause, à supposer même qu'ils le soient, ces derniers sont en eux-mêmes, comme les « distributeurs de relevés de compte, d'extraits de compte », étrangers à toute opération de paiement.

27 Quatrièmement, s'agissant des « distributeurs automatiques » et des « distributeurs de tickets », dès lors que le paiement effectué pour obtenir le service offert par ces machines n'est pas réalisé de manière automatique, mais de manière volontaire, l'association du terme « automatic » aux termes « euro » et « payment » rendrait l'expression simplement évocatrice, et non descriptive desdits produits.

28 Cinquièmement, la requérante soutient que, en revendiquant la protection de la marque demandée de manière séparée à l'égard de chacun des produits relevant de la classe 9, elle aurait entendu bénéficier d'une protection distincte à l'égard, d'une part, des produits permettant la réalisation d'une opération de paiement et, d'autre part, de ceux étrangers à toute opération de paiement.

29 En quatrième lieu, la requérante soutient que la marque demandée n'est pas descriptive des services relevant de la classe 36, tels que visés au point 4 ci-dessus, pour lesquels la demande de marque a été refusée (ci-après les « services relevant de la classe 36 »).

30 Premièrement, s'agissant des services de « courtage en bourse », la requérante allègue que ceux-ci correspondent à la profession de l'intermédiaire qui s'entremet en bourse pour l'échange de valeurs. Elle soutient que la marque demandée n'est descriptive ni de l'objet desdits services ni d'une quelconque caractéristique de ces derniers. La même conclusion serait applicable aux services de « courtage sur un réseau électronique de communication en ligne ».

31 Deuxièmement, s'agissant des « opérations de change », la requérante conteste l'analyse de la chambre de recours selon laquelle ces opérations impliqueraient la réalisation d'un paiement. Dès lors, la marque demandée ne serait descriptive ni desdits services ni de l'une de leurs caractéristiques.

32 En cinquième lieu, la requérante fait valoir que, premièrement, en ce qui concerne les produits et les services visés par la demande de marque appartenant au domaine bancaire et financier, pour lesquels les termes « payment » et « euro » peuvent être évocateurs, l'expression « euro automatic payment » n'ayant pas de signification directe, claire et immédiatement identifiable, elle est tout au plus évocatrice, après une analyse approfondie effectuée par le public pertinent, dudit domaine. Selon la requérante, les produits et les services en cause sont les suivants :

— s'agissant de la classe 9, les « cartes magnétiques ou à microprocesseur de paiement, de crédit ou de débit, automates de paiement, automates bancaires, mécanismes à prépaiement pour appareils de télévision, programmes et matériels informatiques permettant d'offrir des services complets de banque, de société financière et d'assurance à distance, à savoir appareils et dispositifs informatiques, logiciels de paiement sécurisé pour réseau électronique de communication en ligne, appareils et instruments de paiement électronique, à savoir appareils et dispositifs informatiques, matériel informatique de paiement électronique, logiciels de transactions de paiement électronique, cartes de paiement électronique,

dispositifs électriques et électroniques destinés à la gestion de transactions financières » ;

— s'agissant de la classe 36, tous les services mentionnés au point 4 ci-dessus à l'exception des « opérations de change, courtage en bourse, crédit, services de transfert électroniques d'actions et de tout autre titre financier, courtage sur un réseau électronique de communication en ligne ».

33 Or, dès lors que, pour les produits et les services en cause, il serait fait usage d'une expression imprécise et incompréhensible, la marque demandée ne pourrait être considérée comme descriptive. À l'appui de son argumentation, la requérante invoque la pratique antérieure de l'OHMI en faisant valoir qu'un signe simplement évocateur ne pourrait pas être refusé à l'enregistrement en application de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009.

34 Deuxièmement, en ce qui concerne les autres produits et services concernés qui, selon la requérante, n'appartiennent pas au domaine bancaire et financier, les termes « euro » et « payment » ne seraient pas évocateurs, mais arbitraires. Ainsi, la combinaison des termes « euro automatic payment » serait dépourvue de signification. Elle ne serait donc descriptive ni des produits et des services en cause ni de l'une de leurs caractéristiques.

35 Par conséquent, la requérante affirme que la marque demandée n'est pas descriptive des produits et des services refusés à l'enregistrement, mais qu'elle est arbitraire ou simplement évocatrice de ceux-ci.

36 En sixième lieu, la requérante reproche à la chambre de recours de ne pas avoir démontré en quoi la marque demandée serait « communément utilisé[e] pour la commercialisation des produits ou services concernés ». En effet, la chambre de recours n'aurait pas démontré que le signe en cause était utilisé, ou pourrait l'être à l'avenir, à des fins descriptives.

37 L'OHMI conteste les arguments de la requérante.

Appréciation du Tribunal

38 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, sont refusées à l'enregistrement les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci. Ces signes descriptifs sont réputés incapables de remplir la fonction essentielle des marques d'indication de l'origine (arrêt de la Cour du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, Rec. p. I-12447, points 29 et 30).

39 Dans cette perspective, les signes et les indications visés à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 sont ceux qui peuvent servir, dans un usage normal du point de vue du consommateur, à désigner soit directement, soit par la mention d'une de ses caractéristiques essentielles, un produit ou un service tel que celui pour lequel l'enregistrement est demandé [arrêt de la Cour du 20 septembre 2001, Procter & Gamble/OHMI, C-383/99 P, Rec. p. I-6251, point 39, et arrêt du Tribunal du 22 juin 2005, Metso Paper Automation/OHMI (PAPERLAB), T-19/04, Rec. p. II-2383, point 24].

40 Il en résulte que, pour qu'un signe tombe sous le coup de l'interdiction énoncée par l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, il faut qu'il présente avec les produits ou les services en cause un lien suffisamment direct et concret de nature à permettre au public concerné de percevoir immédiatement, et sans autre réflexion, une description de ces produits ou de ces services ou de l'une de leurs caractéristiques (arrêts PAPERLAB, point 39 supra, point 25).

41 Ainsi, le caractère descriptif d'une marque doit être apprécié, d'une part, par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement du signe est demandé et, d'autre part, par rapport à la perception qu'en a le public pertinent qui est constitué par les consommateurs de ces produits ou de ces services [arrêt du Tribunal du 14 juin 2007, Europig/OHMI (EUROPIG), T-207/06, Rec. p. II-1961, point 30].

42 En l'espèce, les parties ne contestent pas que la chambre de recours a pu considérer à juste titre que le public pertinent était composé des consommateurs anglophones de la Communauté, que ce public comprenait des professionnels et des non-professionnels, et que ledit public était censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. De la même manière, il n'est pas contesté que les trois éléments verbaux qui composent la marque demandée sont des mots anglais compréhensibles par ce même public.

43 D'emblée, il y a lieu d'écarter comme non fondé l'argument de la requérante (voir le point 36 ci-dessus) selon lequel la chambre de recours n'aurait pas démontré que le signe en cause était utilisé, ou pourrait l'être à l'avenir, à des fins descriptives.

44 En effet, il ressort de la jurisprudence que, si l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 poursuit un but d'intérêt général, lequel exige que les signes ou les indications descriptifs des catégories de produits ou de services pour lesquelles l'enregistrement est demandé puissent être librement utilisés par tous [arrêt OHMI/

Wrigley, point 38 supra, point 31], il n'en demeure pas moins que son application ne dépend pas de l'existence d'un impératif de disponibilité concret, actuel et sérieux au profit des tiers [arrêt du Tribunal du 27 février 2002, Streamserve/OHMI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec. p. II-723, point 39].

45 Partant, il convient d'examiner, conformément à la jurisprudence rappelée au point 40 ci-dessus, si la marque demandée tombe sous le coup de l'interdiction énoncée par l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009. À ce titre, lors de cet examen, la marque demandée doit être considérée dans son ensemble (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 19 avril 2007, OHMI/Celltech, C-273/05 P, Rec. p. I-2883, points 78 à 80).

46 S'agissant de l'expression « euro automatic payment », il y a lieu de relever que celle-ci ne présente pas d'écart par rapport aux règles syntaxiques ou lexicales de la langue anglaise, auxquelles elle est au contraire conforme [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 20 mars 2002, DaimlerChrysler/OHMI (CARCARD), T-356/00, Rec. p. II-1963, point 29]. À ce sujet, il n'est pas contesté entre les parties que l'adjectif « automatic » qualifie manifestement le substantif « payment ».

47 S'agissant de la signification des éléments composant la marque demandée, il est constant, d'une part, que l'élément « euro » peut être appréhendé comme renvoyant à la monnaie unique européenne et, d'autre part, que l'élément « payment », qui se traduit en français par « paiement », a pour sens courant, compte tenu du public pertinent, le versement d'une somme d'argent en exécution d'une obligation pécuniaire. S'agissant de la signification de l'élément « automatic », il renvoie, selon la requérante, à une action qui s'exécute sans participation de la volonté. Partant, toujours selon la requérante, l'expression « euro automatic payment » serait dépourvue de toute signification directe, claire et immédiatement identifiable.

48 Cependant, si le terme « automatic » renvoie à un mécanisme capable d'effectuer par lui-même une action, ou d'utiliser de manière autonome un procédé, une telle circonstance n'exclut pas que ledit mécanisme puisse être initié, voire maintenu, par la volonté humaine. Il en va par exemple ainsi s'agissant de la domiciliation d'un paiement au profit d'un tiers effectuée auprès d'un établissement bancaire. Ainsi, contrairement à ce que soutient la requérante, l'expression « euro automatic payment » peut être interprétée comme renvoyant à la mise en œuvre d'un processus automatique de paiement en euros impliquant le choix de l'utilisateur d'y recourir volontairement, de manière ponctuelle ou continue.

49 Par ailleurs, contrairement à ce que soutient la requérante, c'est à juste titre que l'OHMI fait valoir que le mot « automatic », dérivé de la famille des mots de la langue anglaise dont la racine est « automat », est fréquemment utilisé dans cette langue, dans le domaine bancaire et financier. C'est ainsi que, par exemple, « automat » désigne communément un distributeur automatique de billet et que l'expression « automated teller machine » désigne un guichet automatique ou un distributeur automatique de billets. Par conséquent, le public pertinent ne verra rien de surprenant, ni d'inhabituel, à ce que, dans la langue anglaise, les mots « automatic » et « payment » soient utilisés de manière associée dans le domaine bancaire et financier.

50 Enfin, il convient de rappeler que le fait que la marque demandée puisse avoir, ainsi que le prétend la requérante, d'autres significations ne fait pas obstacle à l'application du motif absolu de refus prévu à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009. En effet, selon la jurisprudence constante, un signe verbal doit se voir opposer un refus d'enregistrement, en application de ladite disposition, si, en au moins une de ses significations potentielles, il désigne une caractéristique des produits ou des services concernés [arrêt OHMI/Wrigley, point 38 supra, point 32, et arrêt du Tribunal du 9 mars 2010, Euro-Information/OHMI (EURO AUTOMATIC CASH), T-15/09, non publié au Recueil, point 39].

51 Au vu de ce qui précède, il y a lieu de conclure que c'est à bon droit que la chambre de recours a constaté que la signification retenue par l'examinateur de l'expression « euro automatic payment », à savoir un paiement automatique en euros, était correcte. Une telle expression doit ainsi être interprétée comme visant un mécanisme de paiement en euros, auquel le consommateur a volontairement choisi de recourir de manière ponctuelle ou continue, capable d'effectuer par lui-même une action, ou d'utiliser de manière autonome un procédé. Or, il y a lieu de constater que cette signification est perceptible par le public pertinent, sans qu'une analyse approfondie ou des démarches intellectuelles soient nécessaires.

52 Par conséquent, l'argument de la requérante selon lequel l'expression « euro automatic payment » est dépourvue de signification directe, claire et immédiatement identifiable, doit être rejeté comme non fondé.

53 Ainsi, il convient à présent d'apprécier si, au regard de la signification qu'il y a lieu de retenir de l'expression « euro automatic payment », ladite expression est descriptive des produits et des services pour lesquels l'enregistrement de la marque est demandé.

54 À cet égard, premièrement, s'agissant des formalités substantielles à respecter lors de l'examen d'une demande de marque communautaire, il ressort de la jurisprudence que, en ce qui concerne l'obligation de motivation, d'une part, l'examen des motifs absolus de refus doit porter sur chacun des produits ou des services pour lesquels l'enregistrement de la marque est demandé et que, d'autre part, la décision par laquelle l'autorité compétente refuse l'enregistrement d'une marque doit en principe être motivée pour chacun desdits produits ou desdits services [voir arrêt du Tribunal du 20 mai 2009, CFCMCEE/OHMI (P@YWEB CARD et PAYWEB CARD), T-405/07 et T-406/07, Rec. p. II-1441, point 54, et la jurisprudence citée]. En outre, la Cour a précisé que cette obligation de motivation résulte de l'exigence essentielle que toute décision d'une autorité refusant le bénéfice d'un droit reconnu par le droit communautaire puisse être soumise à un contrôle juridictionnel destiné à assurer la protection effective de ce droit et qui, de ce fait, doit porter sur la légalité des motifs. Toute-

fois, lorsque le même motif de refus est opposé pour une catégorie ou un groupe de produits ou de services, cette autorité peut se limiter à une motivation globale pour tous les produits ou les services concernés (arrêt de la Cour du 15 février 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, Rec. p. I-1455, points 34 à 37, et arrêt P@YWEB CARD et PAYWEB CARD, précité, point 54).

55 Néanmoins, la possibilité pour l'OHMI de procéder à une motivation globale concernant l'application d'un motif absolu de refus à une catégorie ou à un groupe de produits ou de services ne doit pas faire échec à l'objectif du devoir de motivation, au titre de l'article 253 CE et de l'article 75, première phrase, du règlement nº 207/2009, qui consiste à permettre le contrôle juridictionnel d'une décision refusant l'enregistrement d'une marque communautaire. Dès lors, il y a lieu d'exiger que les produits ou les services concernés présentent entre eux un lien suffisamment direct et concret, au point qu'ils forment une catégorie ou un groupe de produits ou de services d'une homogénéité suffisante pour permettre à l'OHMI une telle motivation globale. Or, le seul fait que les produits ou les services concernés relèvent de la même classe au sens de l'arrangement de Nice n'est pas suffisant à cet effet, ces classes contenant souvent une grande variété de produits ou de services qui ne présentent pas nécessairement entre eux un tel lien suffisamment direct et concret (voir arrêt P@YWEB CARD et PAYWEB CARD, point 54 supra, point 55, et la jurisprudence citée).

56 Deuxièmement, s'agissant de l'examen au fond d'une demande de marque communautaire, il ressort de la jurisprudence que, en vertu du règlement nº 207/2009, l'OHMI doit examiner une demande de marque communautaire par rapport à tous les produits ou services figurant sur la liste des produits ou des services pour lesquels l'enregistrement est demandé, étant entendu que, lorsque cette liste inclut une ou plusieurs catégories de produits ou de services, l'OHMI n'a pas l'obligation de procéder à une analyse de chacun des produits ou des services faisant partie de chaque catégorie, mais doit porter son examen sur la catégorie en question, en tant que telle [voir, en

ce sens, arrêt du Tribunal du 9 juillet 2008, Reber/OHMI — Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (Mozart), T-304/06, Rec. p. II-1927, points 22 et 23, et la jurisprudence citée].

57 Dès lors, troisièmement, au regard de la jurisprudence rappelée aux points 54 et 55 ci-dessus, il y a lieu de considérer, par analogie, que, s'agissant des conditions de fond relatives à l'examen d'une demande de marque communautaire, telles que visées au point 56 ci-dessus, l'OHMI ne peut procéder à un examen global, par catégorie de produits ou de services, que pour autant que les produits ou services concernés présentent entre eux un lien suffisamment direct et concret, au point qu'ils forment une catégorie ou un groupe de produits ou de services d'une homogénéité suffisante.

58 C'est au regard de ces principes qu'il convient de vérifier si la chambre de recours a examiné à suffisance de droit, le caractère descriptif de la marque demandée par rapport aux produits et aux services concernés.

— Sur les cartes relevant de la classe 9

59 Concernant les cartes relevant de la classe 9, c'est-à-dire des « cartes à mémoires ou à microprocesseur, cartes magnétiques, cartes magnétiques ou à microprocesseur d'identification, cartes magnétiques ou à microprocesseur de paiement, de crédit ou de débit et des cartes de paiement électronique », la chambre de recours a considéré, au point 20 de la décision attaquée, que, dès lors que lesdites cartes pouvaient être utilisées pour procéder à des paiements, la marque demandée était descriptive de la destination des produits en cause.

60 À cet égard, il convient tout d'abord de rappeler que, dans la mesure où tous ces produits, qui s'adressent au même public, à savoir le grand public ainsi que les professionnels, prennent la forme d'une carte équipée d'une bande magnétique, d'un microprocesseur ou d'une puce capable d'enregistrer et de transmettre des informations à l'aide d'un outil (numérique) de lecture et de traitement de données, lesdits produits constituent, en raison de leurs caractéristiques et de leurs fonctions similaires, voire identiques, un groupe homogène de produits.

61 En effet, ces cartes permettent le transfert des informations et des données, qui y sont enregistrées, au sein d'un réseau de communication, tel que l'internet, un réseau câblé ou satellitaire, à un prestataire de services, pour lui permettre d'identifier leur détenteur ainsi que son droit d'accès. Or, un tel transfert d'informations et de données peut notamment permettre aux détenteurs de telles cartes, le cas échéant à titre onéreux, d'accéder audit réseau, et ce afin d'effectuer des paiements électroniques (voir, par analogie, arrêt P@YWEB CARD et PAYWEB CARD, point 54 supra, point 59, et la jurisprudence citée).

62 La chambre de recours pouvait donc valablement, d'une part, considérer que cette catégorie de produits présentait des caractéristiques communes, dont celle de permettre la réalisation de paiements en euros, et, partant, procéder à un examen global, par catégorie, de la demande d'enregistrement de marque communautaire demandée pour ces produits, et, d'autre part, estimer que le public pertinent, confronté aux produits relevant de cette catégorie et portant le signe « euro automatic payment », pensera immédiatement et sans aucune réflexion qu'il se trouve en présence de cartes ayant pour objet la réalisation de paiements automatiques en euros.

63 Par conséquent, c'est à juste titre que la chambre de recours a conclu au caractère descriptif de la marque demandée à l'égard des cartes en cause.

— Sur les produits appartenant aux domaines de l'informatique et des télécommunications relevant de la classe 9

64 Concernant les produits appartenant aux domaines de l'informatique et des télécommunications relevant de la classe 9, c'est-à-dire des « supports de données magnétiques, supports de données optiques, appareils pour le traitement de l'information, appareils d'intercommunication, interfaces (informatiques), lecteurs (informatiques), logiciels (programmes enregistrés), logiciels destinés à la gestion de comptes, moniteurs (programmes d'ordinateurs), ordinateurs, périphériques d'ordinateurs, programmes d'ordinateurs enregistrés, programmes du système d'exploitation enregistrés (pour ordinateurs), unités centrales de traitement (processeurs), programmes et matériels informatiques permettant d'offrir des services complets de banque, de société financière et d'assurance à distance, à savoir appareils et dispositifs informatiques, logiciels de paiement sécurisé pour réseau électronique de communication en ligne, appareils et instruments de paiement électronique, à savoir appareils et dispositifs informatiques, matériel informatique de paiement électronique, logiciels de transactions de paiement électronique, dispositifs électriques et électroniques destinés à la gestion de transactions financières », qui appartiennent au domaine de l'informatique, ainsi que des « postes radiotéléphoniques, récepteurs (audio, vidéo), appareils téléphoniques, téléphones portables, mécanismes à prépaiement pour appareils de télévision, transmetteurs (télécommunication) », qui appartiennent au domaine des télécommunications, la chambre de recours a estimé, au point 22 de la décision attaquée, que tous ces produits pouvaient incorporer un mécanisme de paiement automatique, et que, dès lors, il existait un lien suffisamment direct et concret entre la marque demandée et les produits mentionnés.

65 Premièrement, s'agissant des produits appartenant au domaine de l'informatique relevant de la classe 9, dans la mesure où tous ces produits, qui s'adressent au même public, à savoir le grand public ainsi que les professionnels, sont capables de réaliser l'enregistrement, le stockage, le traitement, le transfert et la retransmission d'informations et de données, lesdits produits constituent, en raison de leurs caractéristiques et de leurs fonctions similaires, voire identiques, un groupe homogène de produits. En effet, pour les mêmes raisons que celles exposées au point 61 ci-dessus s'agissant

des cartes, ces produits permettent notamment à leurs utilisateurs d'effectuer des paiements électroniques, et ce y compris à distance.

66 La chambre de recours pouvait donc valablement, d'une part, considérer que cette catégorie de produits présentait des caractéristiques communes, dont celle de permettre la réalisation de paiements en euros, et, partant, procéder à un examen global, par catégorie, de la demande d'enregistrement de marque communautaire demandée pour ces produits, et, d'autre part, estimer que le public pertinent, confronté aux produits relevant de cette catégorie et portant le signe « euro automatic payment », pensera immédiatement et sans aucune réflexion qu'il se trouve en présence d'un produit, relié à un réseau de communication, qui incorpore un mécanisme de paiement automatique lui permettant de réaliser directement des paiements en euros, par le biais dudit réseau.

67 Deuxièmement, s'agissant des produits appartenant au domaine des télécommunications relevant de la classe 9, dans la mesure où tous ces produits, qui s'adressent au même public, à savoir le grand public ainsi que les professionnels, sont capables de réaliser l'enregistrement, le traitement, le transfert et la retransmission d'informations et de données, lesdits produits constituent, en raison de leurs caractéristiques et de leurs fonctions similaires, voire identiques, un groupe homogène de produits. En effet, pour les mêmes raisons que celles exposées au point 61 ci-dessus s'agissant des cartes, ces produits permettent notamment à leurs utilisateurs d'effectuer des paiements électroniques, et ce y compris à distance. C'est également vrai des « mécanismes à prépaiement pour appareils de télévision » dans la mesure où ces mécanismes, tels qu'un décodeur ou une boîte de réception de programmes télévisés payants offerts sur un réseau câblé ou satellitaire, sont équipés tant d'une carte (souvent dénommée « smartcard ») que d'un dispositif permettant d'introduire cette carte afin d'autoriser l'accès payant à un tel réseau (voir, par analogie, arrêt P@YWEB CARD et PAYWEB CARD, point 54 supra, point 59, et la jurisprudence citée).

68 La chambre de recours pouvait donc valablement, d'une part, considérer que cette catégorie de produits présentait des caractéristiques communes, dont celle de permettre la réalisation de paiements en euros, et, partant, procéder à un examen global, par catégorie, de la demande d'enregistrement de marque communautaire demandée pour ces produits [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 23 septembre 2009, France Télécom/OHMI (UNIQUE), T-396/07, non publié au Recueil, point 29] et, d'autre part, estimer que le public pertinent, confronté aux produits relevant de cette catégorie et portant le signe « euro automatic payment », pensera immédiatement et sans aucune réflexion qu'il se trouve en présence d'un produit, relié à un réseau de communication, qui incorpore un mécanisme de paiement automatique lui permettant de réaliser directement des paiements en euros, par le biais dudit réseau.

69 Par conséquent, c'est à juste titre que la chambre de recours a conclu au caractère descriptif de la marque demandée à l'égard des produits appartenant au domaine de l'informatique et des télécommunications en cause.

— Sur les autres produits relevant de la classe 9

70 En premier lieu, en ce qui concerne les « automates de paiement » et les « automates bancaires », il y a lieu de constater, à l'instar de la chambre de recours, au point 15 de la décision attaquée, et contrairement à ce que prétend la requérante, que la finalité des premiers, ainsi qu'une finalité possible et probable des seconds, est d'effectuer des paiements automatiques.

71 La marque demandée sera donc perçue comme désignant une fonctionnalité technique des produits visés, à savoir la possibilité d'effectuer des paiements en euros, ou encore comme se rapportant à une de leurs qualités, à savoir l'automaticité, celle-ci

pouvant entrer en ligne de compte lors du choix de tels produits par le public pertinent. Par conséquent, la marque demandée renseigne le public pertinent sur une des caractéristiques essentielles des produits en cause, à savoir qu'ils possèdent, ou qu'ils sont susceptibles de posséder, un mécanisme permettant de réaliser des paiements automatiques en euros.

72 Il s'ensuit que l'expression « euro automatic payment » étant susceptible, du point de vue du public pertinent, d'être communément utilisée dans le commerce, pour désigner une caractéristique des « automates de paiement » et des « automates bancaires », c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que la marque en litige était descriptive de la destination desdits produits.

73 En deuxième lieu, s'agissant des « détecteurs de fausse monnaie », des « distributeurs automatiques », des « distributeurs de tickets » et des « lecteurs de codes à barres », la chambre de recours a estimé, aux points 17, 19 et 21 de la décision attaquée, que tous ces produits soit incorporaient un mécanisme de paiement automatique, soit étaient incorporés dans un tel mécanisme. Au demeurant, elle a précisé, aux points 19 et 21 de la décision attaquée, que les « détecteurs de fausse monnaie » et les « lecteurs de codes à barres » étaient susceptibles d'être étroitement liés à des dispositifs de paiement automatique tels que les distributeurs automatiques de tickets ou d'autres objets, et qu'ils pouvaient donc avoir la même destination que ces derniers.

74 Ensuite, ainsi qu'il a été énoncé au point 51 ci-dessus, un paiement automatique en euros doit être interprété comme visant un mécanisme, auquel le consommateur a volontairement choisi de recourir de manière ponctuelle ou continue, capable d'effectuer par lui-même une action, ou d'utiliser de manière autonome un procédé.

75 Il ressort des considérations qui précèdent que, contrairement à ce que soutient la requérante, le caractère automatique d'un paiement en euros effectué au moyen de « distributeurs automatiques » et de « distributeurs de tickets » n'est pas exclusif d'une manifestation de volonté de la part du consommateur.

76 Par conséquent, c'est à juste titre que la chambre de recours a constaté que la marque demandée était descriptive de la destination des « détecteurs de fausse monnaie », des « distributeurs automatiques », des « distributeurs de tickets » et des « lecteurs de codes à barres », en ce sens que les produits en cause incorporent un mécanisme de paiement automatique, ou qu'ils sont susceptibles d'être incorporés dans un tel mécanisme.

77 En troisième lieu, en ce qui concerne les « distributeurs de billets », la chambre de recours a considéré, au point 18 de la décision attaquée, que, lorsqu'un distributeur de billets de banque délivrait une certaine somme d'argent au titulaire de la carte bancaire, l'établissement bancaire auquel était rattaché ledit distributeur ne faisait que payer une somme d'argent en exécution d'une obligation tendant à l'extinction d'une dette de la banque envers le titulaire de la carte bancaire. La marque demandée serait par conséquent descriptive desdits produits, dont la destination est étroitement liée au concept de paiement. Or, il y a en effet lieu de considérer que, contrairement à ce que soutient la requérante, il ne saurait être exclu que, à la lecture de la marque demandée, le public pertinent perçoive celle-ci comme décrivant notamment les opérations de retrait d'argent liquide, ces dernières étant assimilées à des paiements.

78 En tout état de cause, force est de constater, à l'instar de l'OHMI, que les distributeurs de billets sont susceptibles d'offrir une large gamme de fonctionnalités allant au-delà d'un simple retrait d'espèces, tels que la réalisation de paiements ou de virements, ou bien encore, comme le précise le point 18 de la décision attaquée, la distribution de relevés de comptes. Partant, le public pertinent percevra comme descriptives des indications selon lesquelles un produit est susceptible de permettre la réalisation de paiements automatiques en euros, à condition que cette caractéristique soit pertinente par rapport au produit concerné [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 9 mars

2010, hofherr communikation/OHMI (NATURE WATCH), T-77/09, non publié au Recueil, point 30], ce qui est de toute évidence le cas en l'espèce.

79 C'est donc à juste titre que la chambre de recours a considéré que la marque demandée était descriptive de la destination des « distributeurs de billets ».

80 En outre, il convient de noter que l'impératif de disponibilité énoncé au point 44 ci-dessus, selon lequel les signes ou les indications descriptives des catégories de produits ou de services, pour lesquelles l'enregistrement est demandé, doivent pouvoir être librement utilisés par tous, implique que les concurrents de la requérante, susceptibles d'incorporer dans leurs distributeurs de billets un mécanisme de paiement automatique en euros, puissent librement utiliser l'expression « euro automatic payment ».

81 En quatrième lieu, en ce qui concerne les « distributeurs de relevés de comptes, d'extraits de comptes », la chambre de recours a, en substance, au point 18 de la décision attaquée, estimé que ceux-ci étaient étroitement liés aux « distributeurs de billets », ces deux produits étant incorporés dans un seul et même appareil, et que, par conséquent, la marque demandée serait perçue avec la même connotation descriptive pour les deux produits en cause.

82 En effet, force est de constater que les « distributeurs de relevés de comptes, d'extraits de comptes », d'une part, et les « distributeurs de billets », d'autre part, sont susceptibles d'être fusionnés en une seule et même machine et que, dès lors, au même titre que les seconds, les premiers sont susceptibles d'offrir d'autres fonctionnalités. Dès lors, le public pertinent percevra la marque demandée comme décrivant une caracté-

ristique essentielle des produits en cause, à savoir qu'ils sont susceptibles d'incorporer un mécanisme de paiement automatique en euros.

83 Partant, c'est à juste titre que la chambre de recours a constaté que la marque demandée était descriptive des « distributeurs de relevés de comptes, d'extraits de comptes ».

84 Il ressort de l'ensemble des considérations qui précèdent que c'est à bon droit que la chambre de recours a, au regard des dispositions de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, considéré que la marque demandée était descriptive des produits relevant de la classe 9, tels que visés au point 4 ci-dessus.

— Sur les services relevant de la classe 36

85 S'agissant des services relevant de la classe 36, il convient de constater, en premier lieu, d'une part, qu'ils sont tous offerts, dans les secteurs notamment bancaire, financier et informatique, aux fins de l'exécution de transactions commerciales et financières et que, d'autre part, et contrairement à ce que soutient la requérante, lesdits services impliquent tous la réalisation d'une opération de paiement, que ce soit par l'intermédiaire d'une carte ou, le cas échéant, par la voie électronique.

86 À ce titre, au regard des arguments exposés par la requérante (voir les points 30 et 31 ci-dessus), il convient de préciser que tel est notamment le cas, ainsi que l'a à juste titre considéré la chambre de recours, des service de courtage en bourse ou sur un réseau électronique de communication en ligne, qui sont susceptibles d'amener le courtier mandaté à procéder, dans l'intérêt d'un bénéficiaire, à des opérations de paiement de titres sur le marché concerné. C'est également à juste titre que la chambre de

recours a estimé, en substance, que les services de change reposent sur une opération de paiement destinée à convertir des devises entre elles.

87 Dans ces conditions, les services relevant de la classe 36 disposent tous d'une caractéristique commune, voire d'un même objet, de sorte qu'il est permis de considérer qu'ils relèvent d'un groupe homogène de services et qu'un examen global, par catégorie, tel que celui figurant aux points 25 à 27 de la décision attaquée, selon lequel les services en question offrent la possibilité de réaliser ou d'obtenir des paiements automatiques en euros, est suffisant aux fins de l'examen au fond de la demande d'enregistrement de la marque demandée les concernant (voir, par analogie, arrêt P@YWEB CARD et PAYWEB CARD, point 54 supra, point 80).

88 Or, en second lieu, il convient de constater que, du point de vue du public pertinent, il existe un rapport suffisamment direct et concret entre, d'une part, le signe verbal « euro automatic payment » et, d'autre part, la qualité particulière de l'ensemble des services relevant de la classe 36 consistant en ce que ceux-ci sont susceptibles de permettre la réalisation ou la réception de paiements automatiques en euros, éventuellement par la voie électronique, laquelle est étroitement liée à la notion d'automaticité, dans le contexte de transactions commerciales et financières relevant du domaine bancaire, financier et informatique.

89 Par ailleurs, il y a lieu de rejeter l'argument de la requérante selon lequel, dans sa pratique décisionnelle antérieure, l'OHMI aurait reconnu qu'une marque simplement évocatrice du domaine bancaire et financier auquel les services concernés se rapportaient n'était pas descriptive desdits services. En effet, il y a lieu de rappeler que les décisions concernant l'enregistrement d'un signe en tant que marque communautaire, que les chambres de recours sont amenées à prendre en vertu du règlement nº 207/2009, relèvent d'une compétence liée et non d'un pouvoir discrétionnaire. Dès lors, la légalité des décisions des chambres de recours doit être appréciée uniquement

sur la base de ce règlement, tel qu'interprété par le juge de l'Union, et non sur la base d'une pratique décisionnelle antérieure de celles-ci (arrêt STREAMSERVE, point 44 supra, point 66).

90 Il convient donc de considérer, ainsi que l'a estimé la chambre de recours au point 24 de la décision attaquée, que, dès lors que l'expression « euro automatic payment » fournit des informations directes sur l'objet des services relevant de la classe 36, le signe demandé est susceptible de constituer une simple description de la nature même ou de l'objet desdits services.

91 Dans ces conditions, c'est à juste titre que la chambre de recours a, au regard des dispositions de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, considéré que la marque demandée était descriptive des services relevant de la classe 36, tels que visés au point 4 ci-dessus.

92 Les conclusions tirées aux points 84 et 91 ci-dessus ne sauraient être remises en cause par l'argument de la requérante, exposé aux points 32 à 35 ci-dessus, selon lequel, l'expression « euro automatic payment » ne serait pas descriptive, mais évocatrice, voire arbitraire, selon que les produits et les services visés par la demande de marque appartiennent, ou n'appartiennent pas, au domaine bancaire et financier.

93 En effet, il ressort de la jurisprudence que, si la description correspond à la désignation directe de l'objet, de la qualité ou des caractéristiques des produits et des services pour lesquels la marque est demandée, conformément à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, l'évocation se caractérise par l'absence d'un lien suffisamment étroit entre, d'une part, la marque demandée et, d'autre part, les pro-

duits ou les services concernés, de sorte qu'elle ne dépasse pas le domaine licite de la suggestion [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 31 janvier 2001, Sunrider/OHMI (VITALITE), T-24/00, Rec. p. II-449, points 22 et 24].

94 Partant, dès lors qu'il a été démontré que l'expression « euro automatic payment » est descriptive des produits relevant de la classe 9 et des services relevant de la classe 36, ladite expression relève du domaine de la description, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 et ne saurait relever du domaine de l'évocation.

95 Au vu de l'ensemble des considérations qui précèdent, c'est à bon droit que la chambre de recours a conclu au caractère descriptif de la marque demandée s'agissant des produits et des services relevant des classes 9 et 36, tels que visés au point 4 ci-dessus. Il y a donc lieu de rejeter le premier moyen comme étant non fondé.

96 Dès lors que, selon la jurisprudence constante, il ressort très clairement du libellé de l'article 7, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 qu'il suffit qu'un des motifs absolus de refus énumérés à cette disposition s'applique pour que le signe en cause ne puisse être enregistré comme marque communautaire [arrêt de la Cour du 19 septembre 2002, DKV/OHMI, C-104/00 P, Rec. p. I-7561, point 29, et arrêt du Tribunal du 8 juillet 2008, Lancôme/OHMI — CMS Hasche Sigle (COLOR EDITION), T-160/07, Rec. p. II-1733, point 51], il n'y a plus lieu d'examiner le second moyen soulevé par la requérante, tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), dudit règlement.

97 Partant, il y a lieu de rejeter le recours dans son intégralité.

Sur les dépens

98 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement du Tribunal, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. La requérante ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de l'OHMI.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête :

1) Le recours est rejeté.

2) Euro-Information — Européenne de traitement de l'information est condamnée aux dépens.

Pelikánová Jürimäe van der Woude

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 12 avril 2011.

Signatures