HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a treia)

16 decembrie 2010*

În cauza T-286/08,

Fidelio KG, cu sediul în Linz (Austria), reprezentată de M. Gail, avocat,

reclamant,

împotriva

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

pârât,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a OAPI din 21 mai 2008 (cauza R 632/2007-4) privind înregistrarea semnului verbal Hallux ca marcă comunitară,

* Limba de procedură: germana.

TRIBUNALUL (Camera a treia),

compus din domnul J. Azizi, președinte, doamna E. Cremona și domnul S. Frimodt Nielsen (raportor), judecători,

grefier: domnul J. Plingers, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 21 iulie 2008,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 16 octombrie 2008,

având în vedere memoriul în replică depus la grefa Tribunalului la 7 ianuarie 2009,

în urma ședinței din 15 septembrie 2010,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Reclamanta, Fidelio KG, este o întreprindere de drept austriac având ca obiect de activitate prevăzut prin statut comerțul angro de articole de încălțăminte. Aceasta este specializată în sectorul articolelor de încălțăminte confortabile.

2 La 19 iulie 2006, reclamanta, la data respectivă cunoscută sub denumirea de Kasperek KG, a formulat o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) în temeiul Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), cu modificările ulterioare [înlocuit prin Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1)].

3 Marca a cărei înregistrare s-a solicitat este semnul verbal Hallux.

4 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasele 10, 18 și 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și cu modificările ulterioare, și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

— clasa 10: „Articole ortopedice”;

— clasa 18: „Piele și imitații de piele, produse din aceste materiale (incluse în clasa 18); geamantane și valize; umbrele și bastoane”;

— clasa 25: „Articole de îmbrăcăminte și încălțăminte, articole pentru acoperirea capului”.

5 Prin decizia din 28 februarie 2007 (denumită în continuare „decizia examinatorului”), examinatorul a respins, în temeiul articolului 38 din Regulamentul nr. 40/94 (devenit articolul 37 din Regulamentul nr. 207/2009), cererea de înregistrare a unei mărci pentru următoarele produse:

— clasa 10: „Articole ortopedice”;

— clasa 18: „Piele și imitații de piele, produse din aceste materiale (incluse în clasa 18)”;

— clasa 25: „Articole de îmbrăcăminte și încălțăminte”.

6 La 24 aprilie 2007, reclamanta a introdus o cale de atac împotriva deciziei examinatorului în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94 (devenite articolele 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009).

7 Prin Decizia din 21 mai 2008 (cauza R 632/2007-4) (denumită în continuare „decizia atacată”), Camera a patra de recurs a admis calea de atac în ceea ce privește, pe de o parte, totalitatea produselor în litigiu din clasa 18 și, pe de altă parte, articolele de îmbrăcăminte din clasa 25. Aceasta a respins, în schimb, calea de atac cu privire la restul motivelor pentru următoarele produse:

— clasa 10: „Articole ortopedice”;

— clasa 25: „Articole de încălțăminte”.

8 În decizia atacată, camera de recurs a considerat că termenul „hallux” este un cuvânt latin care înseamnă „degetul mare de la picior”. Acest cuvânt ar fi utilizat în terminologia medicală pentru a desemna diferite deformări ale piciorului, congenitale sau dobândite. Una dintre acestea, *hallux valgus*, ar fi caracterizată printr-o deformare a articulației de la baza degetului mare de la picior care determină devierea acestuia din urmă către interiorul piciorului. Termenul „hallux” ar fi utilizat de publicul germanofon nespecializat pentru a desemna această patologie, de departe cea mai frecventă (punctele 10-12 din decizia atacată).

9 Termenul „hallux” ar fi direct asociat de consumatorul mediu germanofon cu articolele ortopedice, precum și cu articolele de încălțăminte, deoarece ar evoca destinația acestor produse, care sunt percepute ca fiind adecvate pentru pacienții care suferă de *hallux valgus*.

10 În ceea ce privește mai precis articolele ortopedice, acestea ar fi în vânzare liberă, dar ar fi de regulă achiziționate la recomandarea unui medic. În cadrul consultației, medicul, care cunoaște termenii tehnici latini, ar avea ocazia de a explica sensul termenului „hallux” pacienților cărora le recomandă purtarea unor articole de încălțăminte adaptate pentru *hallux valgus*. Pe de altă parte, camera de recurs a avut în vedere, fără a deduce consecințele acestei constatări, faptul că acest termen poate fi și descriptiv în părțile negermanofone ale Uniunii Europene (punctul 13 din decizia atacată).

11 În ceea ce privește articolele de încălțăminte în general, camera de recurs a apreciat că publicul relevant ar înțelege termenul „hallux” în sensul că desemnează articole de încălțăminte adaptate pentru persoane care suferă de un *hallux valgus* lejer și pentru care nu este necesară purtarea unor articole de încălțăminte ortopedice, dar cărora aceste articole de încălțăminte le pot aduce un beneficiu, întrucât sunt deosebit de confortabile, nu strâng, se adaptează cu ușurință la deformare sau au un efect de stabilizare în perioada de debut al acesteia (punctul 14 din decizia atacată).

12 Întrucât este descriptiv în ceea ce privește aceste două categorii de produse, termenul „hallux” ar fi de asemenea lipsit de caracter distinctiv, deoarece publicul relevant l-ar înțelege exclusiv ca desemnând o caracteristică a produselor în cauză, iar nu ca o marcă ce indică originea comercială a acestora (punctul 17 din decizia atacată).

Concluziile părților

13 Reclamanta solicită Tribunalului:

— anularea deciziei atacate;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

14 OAPI solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

15 În ședință, reclamanta a declarat că primul său capăt de cerere nu urmărea anularea deciziei atacate decât în măsura în care prin aceasta se respinge calea de atac pe care a formulat-o în ceea ce privește articolele ortopedice din clasa 10 și articolele de încălțăminte din clasa 25, ceea ce s-a consemnat în procesul-verbal de ședință.

În drept

16 În susținerea prezentei acțiuni, reclamanta invocă două motive, întemeiate pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009] și, respectiv, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009].

Argumentele părților

17 În cadrul primului motiv, reclamanta susține că publicul relevant nu este în măsură să stabilească, imediat și fără nicio reflecție suplimentară, un raport concret între termenul „hallux" și caracteristicile produselor în litigiu.

18 În primul rând, astfel cum ar atesta un extras din dicționarul latin-german prezentat în anexă la memoriul în replică, termenul „hallux" ar fi un cuvânt latin care înseamnă „degetul mare de la picior". Acesta nu ar desemna, așadar, o caracteristică a produselor în litigiu.

19 Reclamanta susține că atât articolele de încălțăminte, cât și articolele ortopedice sunt în vânzare liberă și pot fi achiziționate fără prescripție medicală, astfel încât, pentru toate aceste produse, publicul relevant este constituit din consumatorul mediu, normal informat, atent și avizat.

20 Reclamanta se referă la jurisprudența Bundespatentgericht (Curtea Federală a Brevetelor, Germania), potrivit căreia termenii care provin din limbi moarte pot fi în general înregistrați, deoarece prezintă, în principiu, în percepția publicului relevant,

o anumită originalitate care le poate permite să joace rolul de indicator al originii, propriu mărcii, cu condiția să nu descrie direct produsele vizate în cererea de înregistrare și să nu facă obiectul unei utilizări uzuale pentru formarea unor expresii specifice unui anumit domeniu.

21 Or, potrivit reclamantei, termenul „hallux” nu a intrat în vocabularul german, nu descrie direct produsele vizate în cererea de înregistrare și nu este utilizat ca o indicație tehnică specifică. Sensul acestui termen ar fi, astfel, necunoscut populației germanofone a Uniunii, chiar și consumatorilor care au cunoștințe de limba latină, dat fiind că termenul în cauză nu aparține vocabularului literar studiat în general. Termenul „hallux” nu ar avea, în consecință, nicio semnificație particulară pentru publicul relevant, care, dimpotrivă, ar vedea în acesta o denumire de fantezie, care poate servi drept indicator al originii produselor în litigiu și care poate îndeplini, în acest mod, funcția de identificare atribuită mărcilor.

22 Chiar dacă s-ar presupune că sensul termenului latin „hallux” este cunoscut, ar trebui să se constate că acest termen nu descrie direct produsele în litigiu.

23 În plus, cea mai mare parte a publicului relevant nu ar fi vizată de patologia denumită „*hallux valgus*” (deviere către exterior a articulației degetului mare de la picior), iar articolele de încălțăminte vândute în mod obișnuit în comerț nu ar fi destinate în mod specific publicului care suferă de această patologie. Chiar și acea parte a publicului relevant care cunoaște termenul „hallux” nu ar percepe semnul a cărui înregistrare este solicitată ca pe o descriere a produselor în litigiu, întrucât degetul mare de la picior nu este în raport direct cu destinația sau cu orice altă caracteristică a articolelor de încălțăminte și a articolelor ortopedice.

24 În al doilea rând, camera de recurs ar fi apreciat în mod greșit că termenul „hallux" constituie o abreviere cunoscută a termenilor *„hallux valgus"*. Ar exista, astfel, și alte patologii ale degetului mare de la picior ale căror denumiri latine ar cuprinde termenul „hallux" (de exemplu, *hallux rigidus* sau *hallux malleus*) și nu ar exista niciun motiv să se considere că termenul „hallux" utilizat izolat reprezintă abrevierea uneia dintre acestea în particular. Extrasele de pe site-uri internet la care s-a referit camera de recurs nu ar fi adecvate pentru a demonstra caracterul uzual al folosirii termenului „hallux". Acestea nu ar demonstra că termenul „hallux" reprezintă abrevierea uzuală a termenilor *„hallux valgus"*. În plus, prezența, pe unul dintre site-urile menționate în decizia atacată, a expresiei „Hallux Schuhe" (articole de încălțăminte Hallux) ar fi rezultatul strategiei comerciale a unei întreprinderi și nu ar fi suficientă pentru a stabili că această expresie cuprinde o abreviere uzuală.

25 Pe de altă parte, nu ar exista articole de încălțăminte specifice destinate vindecării *hallux valgus*. În schimb, purtarea oricărui articol de încălțăminte confortabil, lipsit de caracteristici determinate, ar fi un factor de prevenție sau de împiedicare a agravării acestei patologii. Nu ar exista, așadar, un articol de încălțăminte ale cărui caracteristici proprii să permită ușurarea suferințelor unei persoane atinse de *hallux valgus*. În aceste condiții, eventualul raport pe care publicul relevant l-ar putea stabili între termenul „hallux" și articolele de încălțăminte ar fi prea vag și insuficient determinat pentru a conferi acestui termen un caracter descriptiv.

26 În al treilea rând, reclamanta susține că asocierea termenului „hallux" cu articolele de încălțăminte destinate publicului larg ține de o strategie comercială și urmărește să creeze cel mult un efect de sugestie. Or, potrivit jurisprudenței, o marcă verbală care se limitează să sugereze o destinație a produselor nu ar fi în mod obligatoriu descriptivă și lipsită de caracter distinctiv.

27 Pentru a ajunge la concluzia că există un raport între marca solicitată și patologia denumită *„hallux valgus"*, consumatorul mediu, inclusiv persoana atinsă de *hallux*

valgus, ar trebui să facă un efort de reflecție important care nu poate fi prezumat. Astfel, având în vedere că ar exista mai multe patologii distincte ale degetului mare de la picior, fiecare dintre acestea fiind desemnată prin termenul „hallux", și în lipsa unei informații specifice, directe și imediate cu privire la o calitate sau la o caracteristică determinată a produselor în litigiu, publicul relevant, inclusiv acea parte a acestui public care suferă de *hallux valgus* și care cunoaște denumirea acestei patologii, nu ar putea percepe semnul a cărui înregistrare este solicitată ca fiind descriptiv decât ca urmare a unui demers analitic ce necesită un efort de interpretare. Or, ar rămâne o marjă largă de interpretare în stabilirea unui raport oarecare între degetul mare de la picior, pe de o parte, și articolele de încălțăminte și articolele ortopedice, pe de altă parte.

28 În al patrulea rând, nu ar exista un lexic tehnic în care termenul „hallux" să fie utilizat pentru a desemna articole de încălțăminte sau articole ortopedice.

29 În al cincilea rând, reclamanta arată că OAPI nu a reușit să demonstreze că evoluțiile demografice previzibile ar face să progreseze cunoașterea termenului „hallux" sau „*hallux valgus*" de către publicul larg. Opinia reclamantei este că numărul consumatorilor care doresc să poarte articole de încălțăminte confortabile, fără a suferi însă de *hallux valgus*, poate crește având în vedere îmbătrânirea populației. Or, nimic nu permite să se prevadă că acest public, interesat de produsele oferite de reclamantă, va cunoaște existența *hallux valgus* sau va fi, într-un mod sau altul, confruntat cu termenul „hallux".

30 OAPI contestă argumentele reclamantei.

Aprecierea Tribunalului

31 Potrivit articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea mărcilor compuse exclusiv din semne sau din indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, proveniența geografică sau data fabricației produsului sau a prestării serviciului ori alte caracteristici ale acestora. În plus, articolul 7 alineatul (2) din același regulament [devenit articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009] prevede că alineatul (1) se aplică chiar dacă motivele de refuz nu există decât într-o parte a Comunității.

32 Astfel, semnele sau indicațiile ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna caracteristici ale produselor sau serviciilor pentru care a fost solicitată înregistrarea, în temeiul Regulamentului nr. 40/94, sunt considerate inapte, prin însăși natura lor, să îndeplinească funcția de indicator al originii pe care o exercită marca, fără a se aduce atingere posibilității ca acestea să dobândească un caracter distinctiv prin utilizare, posibilitate prevăzută la articolul 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 207/2009] (Hotărârea Curții din 23 octombrie 2003, OAPI/Wrigley, C-191/01 P, Rec., p. I-12447, punctul 30).

33 Potrivit unei jurisprudențe constante, articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 urmărește un obiectiv de interes general care impune ca semnele sau indicațiile descriptive în ceea ce privește caracteristicile produselor sau serviciilor pentru care se solicită înregistrarea să poată fi utilizate în mod liber de oricine [Hotărârea OAPI/Wrigley, punctul 32 de mai sus, punctul 31, și Hotărârea Tribunalului din 7 iunie 2005, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/OAPI (MunichFinancial-Services), T-316/03, Rec., p. II-1951, punctul 25].

34 Pentru a refuza înregistrarea în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, nu este necesar ca semnele și indicațiile care compun marca în

cauză să fie în mod efectiv utilizate la momentul formulării cererii de înregistrare în scopul descrierii unor produse sau servicii precum cele pentru care se solicită înregistrarea ori a caracteristicilor acestor produse sau servicii. Este suficient, după cum arată însăși redactarea dispoziției menționate, ca aceste semne sau indicații să poată fi utilizate cu un asemenea scop. Astfel, trebuie refuzată înregistrarea unui semn verbal dacă cel puțin una dintre semnificațiile sale potențiale desemnează o caracteristică a produselor sau serviciilor vizate (Hotărârea OAPI/Wrigley, punctul 32 de mai sus, punctul 32).

35 Aprecierea caracterului descriptiv al unui semn se poate realiza numai, pe de o parte, în raport cu percepția publicului vizat asupra acestuia și, pe de altă parte, în raport cu produsele sau serviciile vizate [a se vedea Hotărârea Tribunalului din 9 iunie 2010, Hoelzer/OAPI (SAFELOAD), T-315/09, nepublicată în Repertoriu, punctul 17 și jurisprudența citată].

36 Prin urmare, în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, OAPI trebuie să aprecieze dacă marca a cărei înregistrare se solicită constituie în prezent, din punctul de vedere al mediilor interesate, o descriere a caracteristicilor produselor sau serviciilor vizate ori dacă este rezonabil să se prevadă că, în viitor, aceasta ar putea constitui o astfel de descriere. Dacă, în urma acestei analize, ajunge la concluzia că aceasta este situația, camera de recurs trebuie, în temeiul dispoziției amintite, să refuze înregistrarea mărcii (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Curții din 12 februarie 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec., p. I-1619, punctul 56).

37 Pe de altă parte, în cazul în care înregistrarea unui semn ca marcă comunitară este solicitată fără distincție pentru o întreagă categorie de produse, iar acest semn nu este descriptiv decât în ceea ce privește o parte din produsele care fac parte din această categorie, motivul de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 împiedică totuși înregistrarea acestui semn pentru întreaga categorie vizată [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002,

Streamserve/OAPI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec., p. II-723, punctul 46, și Hotărârea Tribunalului din 20 noiembrie 2007, Tegometall International/OAPI – Wuppermann (TEK), T-458/05, Rep., p. II-4721, punctul 94 și jurisprudența citată].

38 Temeinicia primului motiv invocat de reclamantă trebuie apreciată în lumina considerațiilor de mai sus, în ceea ce privește atât articolele de ortopedie din clasa 10, cât și articolele de încălțăminte din clasa 25.

În ceea ce privește articolele de ortopedie

39 Reclamanta contestă aprecierea camerei de recurs potrivit căreia, în ceea ce privește articolele de ortopedie, publicul relevant este format din persoane avizate, respectiv persoanele atinse de o malformație sau de o disfuncție a scheletului, precum și din medici și din profesioniști specializați în material ortopedic (punctul 13 din decizia atacată).

40 Potrivit reclamantei, având în vedere că articolele de ortopedie sunt în vânzare liberă și pot fi achiziționate fără prescripție medicală, trebuie să se considere că publicul relevant în ceea ce privește aceste articole îl constituie publicul larg.

41 Deși condițiile de comercializare a unui produs pot avea într-adevăr o incidență asupra compunerii publicului-țintă, nu se poate susține, în schimb, că toate produsele comercializate în vânzare liberă și accesibile fără prescripție medicală se adresează,

din acest motiv, publicului larg. Trebuie luată în considerare mai curând și în principal natura produselor vizate și categoria de populație căreia îi sunt destinate acestea.

42 În această privință, trebuie admisă constatarea camerei de recurs potrivit căreia publicul relevant, în ceea ce privește articolele de ortopedie, este constituit din profesioniștii din acest sector și din pacienții atinși de malformații sau de disfuncții care necesită o corecție prin purtarea unor asemenea articole. În consecință, trebuie să se considere că nivelul cunoștințelor tehnice ale publicului relevant este ridicat.

43 Trebuie să se examineze, așadar, dacă, în percepția publicului relevant, termenul „hallux" poate fi înțeles în sensul că desemnează o caracteristică a articolelor de ortopedie, precum destinația acestora.

44 Este clar că anumite articole de ortopedie, incluse în categoria vizată în cererea de înregistrare, sunt în mod specific adaptate malformațiilor degetului mare de la picior. Pe de altă parte, rezultă din jurisprudența menționată la punctul 37 de mai sus că, pentru a motiva un refuz de înregistrare în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, este suficient ca motivul absolut prevăzut de această dispoziție să fie aplicabil în ceea ce privește o parte din produsele care fac parte din categoria pentru care se solicită înregistrarea semnului Hallux.

45 În decizia atacată, camera de recurs a făcut trei constatări pe care le-a argumentat printr-o trimitere la site-uri internet. În primul rând, termenul „hallux" ar însemna „degetul mare de la picior" în latină. În al doilea rând, același termen combinat cu alte cuvinte latine ar desemna malformații ale piciorului ce caracterizează mai multe patologii. În al treilea rând, termenul „hallux" ar fi utilizat izolat pentru a desemna cea mai frecventă dintre aceste malformații, și anume o deviere către exterior a articulației care este la baza degetului mare de la picior, denumită „*hallux valgus*".

46 În ceea ce o privește, reclamanta admite că termenul „hallux” înseamnă „degetul mare de la picior” în latină și că termenul „hallux” se combină cu alți termeni pentru a desemna diferite malformații ale piciorului. Aceasta contestă, în schimb, că termenul „hallux” ar fi înțeles ca o abreviere a termenilor „*hallux valgus*” și că sensul termenului „hallux” ar fi cunoscut în zonele germanofone ale Uniunii.

47 Reclamanta poate susține în mod întemeiat că prezentarea de extrase de pe site-uri internet nu este suficientă pentru a stabili că publicul relevant este în măsură să perceapă termenul „hallux” ca fiind o abreviere utilizată în mod atât de obișnuit în locul expresiei „*hallux valgus*”, încât acest termen să desemneze numai această patologie. Astfel, folosirea unui termen pe site-uri internet nu poate fi suficientă pentru a stabili frecvența utilizării sale, inclusiv de către un public de specialitate.

48 Cu toate acestea, însăși reclamanta admite că termenul „hallux” înseamnă „degetul mare de la picior” în latină și că este utilizat, în vocabularul științific, pentru a desemna mai multe patologii și malformații ale piciorului. Or, reclamanta nu aduce niciun element de natură să suscite o îndoială cu privire la temeinicia argumentului prezentat de camera de recurs, potrivit căruia denumirea științifică a patologiilor piciorului este cunoscută de publicul relevant, și anume nu numai de profesioniști – medici care prescriu și vânzători de articole ortopedice –, ci și de acea parte a consumatorilor finali care suferă de patologii ale degetului mare de la picior și care au nevoie de aparate ortopedice adaptate acestor patologii. Astfel, persoanele care intenționează să cumpere articole ortopedice adaptate patologiei de care suferă pot, în general, să se fi informat ele însele sau să fi fost informate cu privire la denumirea științifică a patologiilor de care suferă sau chiar să fie informate cu ocazia cumpărării articolelor de ortopedie adaptate patologiei respective. Este probabil, așadar, ca persoanele care suferă de malformații ale degetului mare de la picior să cunoască faptul că sunt atinse de o patologie a cărei denumire cuprinde termenul „hallux” și se poate presupune în mod rezonabil că acea parte a publicului vizată de articolele ortopedice adaptate

pentru malformațiile degetului mare de la picior care nu ar fi fost încă familiarizată cu termenul „hallux” poate fi informată cu privire la sensul acestui termen la momentul cumpărării acestor articole [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 9 iulie 2010, Exalation/OAPI (Vektor-Lycopin), T-85/08, Rep., p. II-3837, punctele 42 și 43 și jurisprudența citată].

49 În consecință, în percepția publicului vizat de articolele ortopedice destinate îngrijirii patologiilor degetului mare de la picior, termenul „hallux” va evoca patologia însăși. Astfel, spre deosebire de cele susținute de reclamantă, publicul relevant interesat de aceste articole este, așadar, în măsură, fără a fi necesar să facă un efort de reflecție special, să stabilească un raport concret între termenul „hallux” și destinația acestor produse.

50 Această apreciere nu este, de altfel, repusă în discuție prin faptul, evocat de părți în ședință, că nu toate articolele ortopedice sunt destinate îngrijirii patologiilor degetului mare de la picior. Astfel, chiar dacă cererea de înregistrare include articole de ortopedie care sunt destinate îngrijirii altor patologii și chiar dacă, în consecință, publicul interesat de aceste din urmă articole poate să ignore sensul termenului „hallux”, care desemnează o patologie de care nu este atins, trebuie remarcat că această parte a publicului nu constituie publicul vizat de articolele de ortopedie destinate îngrijirii patologiilor degetului mare de la picior. Or, pentru motivele indicate la punctele 48 și 49 de mai sus, camera de recurs nu a săvârșit nicio eroare considerând că termenul „hallux” desemnează, din punctul de vedere al publicului vizat de aceste produse, una dintre caracteristicile produselor respective. În consecință, întrucât categoria de produse vizată în cererea de înregistrare cuprinde produse pentru care semnul Hallux este descriptiv, acest motiv este suficient pentru a justifica refuzul înregistrării cu privire la întreaga categorie în care sunt incluse aceste produse (a se vedea în acest sens Hotărârile STREAMSERVE, punctul 37 de mai sus, punctul 46, și TEK, punctul 37 de mai sus, punctul 94 și jurisprudența citată).

51 În plus, trebuie arătat că reclamanta nu poate invoca în mod eficient, în susținerea motivului prin care urmărește să stabilească faptul că OAPI a aplicat în mod greșit articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, jurisprudența Bundespatentgericht în materie de înregistrare a semnelor constituite dintr-un cuvânt ce provine dintr-o limbă moartă. Astfel, OAPI exercită, cu privire la marca comunitară, o competență nediscreționară pentru a aplica exclusiv dispozițiile reglementării comunitare pertinente, astfel cum a fost interpretată de instanța comunitară [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 31 ianuarie 2001, Sunrider/OAPI (VITALITE), T-24/00, Rec., p. II-449, punctul 33 și jurisprudența citată, și Hotărârea Tribunalului din 3 decembrie 2003, Audi/OAPI (TDI), T-16/02, Rec., p. II-5167, punctul 40 și jurisprudența citată].

52 Din cele de mai sus rezultă că articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 a fost aplicat în mod corect de camera de recurs atunci când a apreciat că motivul absolut de refuz prevăzut de această dispoziție se opune înregistrării semnului Hallux pentru articolele de ortopedie din clasa 10.

În ceea ce privește articolele de încălțăminte

53 Reclamanta și OAPI împărtășesc opinia camerei de recurs, care a arătat în decizia atacată că, având în vedere că articolele de încălțăminte sunt un bun de consum curent, publicul relevant este publicul larg. Această apreciere trebuie admisă. Reiese din aceasta că este necesară aprecierea percepției consumatorului mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat asupra termenului „hallux” [Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Ellos/OAPI (ELLOS), T-219/00, Rec., p. II-753, punctul 30; a se vedea de asemenea, prin analogie, Hotărârea Curții din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec., p. I-3819, punctul 26].

54 În primul rând, trebuie să se observe că termenul „hallux”, deși figurează în dicționare, provine dintr-o limbă moartă al cărei studiu nu este curent. În plus, astfel cum atrage atenția reclamanta, acest termen nu aparține vocabularului literar, care este cel mai frecvent întâlnit în studiul limbii latine. Pe de altă parte, nu se poate prezuma că denumirea științifică a diferitelor malformații ale degetului mare de la picior este cunoscută de publicul larg. În această privință, camera de recurs s-a limitat să facă trimitere la extrase de pe site-uri internet. Or, asemenea elemente de probă nu sunt suficiente pentru a dovedi frecvența utilizării unui termen tehnic și, prin urmare, pentru a dovedi cunoașterea acestui termen de către publicul larg (a se vedea punctul 47 de mai sus). Astfel, Tribunalul a hotărât deja că nu este suficient să se demonstreze că folosirea unui termen tehnic este atestată în dicționare de specialitate pentru a stabili cunoașterea acestui termen de către publicul relevant, atunci când acesta este constituit din consumatorul mediu [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 12 martie 2008, Compagnie generale de diététique/OAPI (GARUM), T-341/06, nepublicată în Repertoriu, punctul 39].

55 În al doilea rând, trebuie totuși să se observe că, în cadrul categoriei articolelor de încălțăminte în general, se distinge subcategoria articolelor de încălțăminte confortabile. În această privință, Tribunalul constată, de altfel, că reclamanta a arătat în înscrisurile sale și în ședință că are ca obiect de activitate comercializarea articolelor de încălțăminte confortabile. Această subcategorie particulară de articole de încălțăminte, astfel cum susține reclamanta în înscrisuri (a se vedea punctul 25 de mai sus), deși nu este destinată în mod specific unor pacienți care suferă de *hallux valgus*, ar fi totuși adaptată pentru aceștia și ar limita evoluția patologiei lor.

56 Or, trebuie remarcat că publicul vizat de această subcategorie particulară de articole de încălțăminte se suprapune, în parte, cu publicul vizat de articolele de ortopedie adaptate pentru patologiile degetului mare de la picior, cu privire la care s-a stabilit că are cunoștință despre sensul termenului „hallux” sau că este posibil să fie informat

(a se vedea punctul 48 de mai sus). În plus, astfel cum susține OAPI, publicul vizat de articolele de încălțăminte confortabile cuprinde de asemenea persoane care, fără a necesita purtarea unor articole de ortopedie, sunt totuși fie atinse direct de patologii ale piciorului, fie sensibilizate cu privire la aceste aspecte și în măsură să dovedească o atenție deosebită în această privință. Or, deși este adevărat că articolele de încălțăminte confortabile se cumpără fără prescripție medicală, vânzătorii de asemenea articole de încălțăminte pot furniza totuși explicații și recomandări persoanelor care suferă de patologii ale degetului mare de la picior și, în special, le pot informa cu privire la denumirea patologiilor pentru care sunt adaptate articolele de încălțăminte confortabile. În aceste condiții, trebuie să se considere că respectivii consumatori de articole de încălțăminte confortabile care ar fi comercializate sub marca Hallux ar percepe acest semn drept o indicație în sensul că produsele în cauză sunt adaptate în mod special pentru persoanele atinse de patologii ale degetului mare de la picior.

57 Prin urmare, camera de recurs a apreciat în mod întemeiat că, cel puțin pentru subcategoria articolelor de încălțăminte confortabile, semnul „hallux" descrie destinația produselor vizate în cererea de înregistrare. În consecință, camera de recurs a considerat în mod corect că semnul în cauză nu poate fi înregistrat pentru întreaga categorie (a se vedea în acest sens Hotărârile STREAMSERVE, punctul 37 de mai sus, punctul 46, și TEK, punctul 37 de mai sus, punctul 94 și jurisprudența citată).

58 Din cele de mai sus rezultă că articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 a fost aplicat în mod corect de camera de recurs atunci când a apreciat că motivul absolut de refuz prevăzut de această dispoziție se opune înregistrării semnului Hallux pentru articolele de încălțăminte din clasa 25.

59 În consecință, primul motiv al acțiunii trebuie respins pentru totalitatea produselor în litigiu.

60 Din cuprinsul articolului 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 reiese că este suficient ca unul dintre motivele absolute de refuz enumerate de această dispoziție să fie aplicabil pentru ca un semn să nu poată fi înregistrat ca marcă comunitară [a se vedea Hotărârea Tribunalului din 26 octombrie 2000, Community Concepts/OAPI (Investorworld), T-360/99, Rec., p. II-3545, punctul 26 și jurisprudența citată].

61 Rezultă că, pe de o parte, camera de recurs a apreciat în mod întemeiat că semnul Hallux nu poate fi înregistrat ca marcă comunitară în ceea ce privește totalitatea produselor în litigiu și că, pe de altă parte, concluziile reclamantei prin care se urmărește anularea parțială a deciziei atacate trebuie respinse, fără a fi necesară pronunțarea cu privire la al doilea motiv al acțiunii.

Cu privire la cheltuielile de judecată

62 Potrivit articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât reclamanta a căzut în pretenții, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată, conform concluziilor OAPI.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a treia)

declară și hotărăște:

1) Respinge acțiunea.

2) Obligă Fidelio KG la plata cheltuielilor de judecată.

Azizi Cremona Frimodt Nielsen

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 16 decembrie 2010.

Semnături