HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera întâi)

2 decembrie 2008 *

În cauza T-67/07,

Ford Motor Co., cu sediul în Dearborn, Michigan (Statele Unite), reprezentată de R. Ingerl, avocat,

reclamantă,

împotriva

Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de doamna A. Poch, în calitate de agent,

pârât,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a doua de recurs a OAPI din 20 decembrie 2006 (cauza R 1135/2006-2) privind o cerere de înregistrare a mărcii verbale FUN ca marcă comunitară,

* Limba de procedură: germana.

TRIBUNALUL DE PRIMĂ INSTANȚĂ
AL COMUNITĂȚILOR EUROPENE (Camera întâi),

compus din doamna V. Tiili, președinte, domnul F. Dehousse și doamna I. Wiszniewska-Białecka (raportor), judecători,

grefier: doamna C. Kristensen, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 2 martie 2007,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 11 iunie 2007,

având în vedere Decizia președintelui Camerei a patra a Tribunalului din 5 iulie 2007 prin care nu s-a încuviințat depunerea unui memoriu în replică,

având în vedere modificarea compunerii camerelor Tribunalului,

în urma ședinței din 10 iunie 2008,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

1 La 27 iunie 2005, reclamanta, Ford Motor Co., 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.

2 Marca a cărei înregistrare a fost solicitată este semnul verbal FUN.

3 Produsele pentru care s-a solicitat înregistrarea fac parte din clasa 12 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat, și corespund următoarei descrieri: „Vehicule terestre cu motor, piese și părți componente ale acestora”.

4 Prin Decizia din 27 iunie 2006, examinatorul a refuzat înregistrarea mărcii verbale FUN pentru produsele în cauză, pentru motivele că aceasta era descriptivă în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 și că era lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament.

5 La 23 august 2006, reclamanta a introdus recurs împotriva acestei decizii la OAPI, în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94.

6 Prin Decizia din 20 decembrie 2006 (denumită în continuare „decizia atacată"), Camera a doua de recurs a OAPI a respins recursul. Aceasta a considerat că publicul relevant era compus din consumatorii medii anglofoni cu o vârstă cuprinsă între 18 și 70 de ani. Pentru acest public, cuvântul „fun" în raport cu un vehicul terestru cu motor ar fi perceput în sensul că vehiculul are un aspect original și că are un mod de conducere deosebit de amuzant. În plus, cuvântul „fun" ar fi utilizat de profesioniști, dealeri de vehicule sau organizatori de activități pentru timpul liber, pentru a descrie o categorie de vehicule (de exemplu, moto quad, rally-kart, monster trucks) sau vehicule care au un mod de conducere amuzant (fun to drive). Camera de recurs a indicat că termenul „fun" făcea parte din vocabularul englez curent de bază și că, prin urmare, exista în mod clar un interes general pentru menținerea acestuia disponibil pentru alți comercianți și concurenți. În ceea ce privește piesele și accesoriile, camera de recurs a arătat că termenul „fun" putea fi perceput ca identificând piese și echipamente de „vehicule de amuzament" (fun vehicles) și că, de asemenea, anumite piese sau anumite accesorii puteau fi amuzante (fun). Prin urmare, marca FUN ar trebui considerată ca fiind descriptivă în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 și, pentru acest motiv, ca fiind lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament.

Procedura și concluziile părților

7 Reclamanta solicită Tribunalului:

— anularea deciziei atacate;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

8 OAPI solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

9 Reclamanta invocă două motive, întemeiate pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 și, respectiv, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament.

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

Argumentele părților

10 Reclamanta susține că articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 a fost aplicat greșit de camera de recurs, cuvântul „fun” făcând parte din vocabularul

general, care nu este în mod direct descriptiv și care are un conținut semantic abstract, cel mult evocator.

11 În plus, camera de recurs nu și-ar fi întemeiat analiza numai pe cuvântul „fun”, ci pe fraze care conțin mesaje mai complexe, și anume „vehiculul are un aspect original” și „vehiculul are un mod de conducere deosebit de amuzant”, care nu fac obiectul cererii de înregistrare și care presupun din partea consumatorului analize conceptuale, adăugări semantice și precizări.

12 Din cauza gradului ridicat de abstractizare a cuvântului „fun” și a lipsei de informații care să constituie o indicație descriptivă suficient de directă și de concretă, consumatorul ar putea numai să presupună că se află în prezența unui nume de produs care indică originea acestuia și în special a numelui unui model de autovehicul.

13 Capacitatea de înregistrare a mărcii FUN nu ar fi afectată de conotația pozitivă a cuvântului „fun”. Conținutul semantic al cuvântului „fun” ar intra în domeniul evocării, iar nu în cel al descrierii caracteristicilor unui vehicul terestru cu motor. Chiar dacă s-ar admite că termenul „fun” evocă destinația produselor vizate, în sensul că ar fi destinate să reprezinte o sursă de amuzament, reclamanta consideră că acest lucru nu este suficient pentru a constitui o desemnare descriptivă în mod concret a unei caracteristici a acestor produse.

14 Prin reținerea semnului „fun vehicles”, astfel cum atestă paginile de internet la care se referă în decizia atacată, camera de recurs ar fi completat marca a cărei înregistrare este solicitată pentru a forma o combinație cu un sens diferit și, prin urmare, ar fi deformat obiectul cererii de înregistrare. În plus, aceste pagini de internet nu pot fundamenta în mod valabil decizia atacată, întrucât nu au fost nici reluate în detaliu în aceasta din urmă, nici anexate la aceasta și rezultă din cercetări al căror punct de plecare este un alt

semn decât cel solicitat. Pe de altă parte, în cadrul ședinței, reclamanta a susținut că paginile de internet referitoare la o cercetare privind expresia „fun cars", anexate de OAPI la memoriul în răspuns, constituie dovezi noi, care nu pot fi luate în considerare de Tribunal.

15 Reclamanta subliniază că jurisprudența nu se opune înregistrării unei mărci compuse din semne utilizate drept slogane publicitare, cu condiția ca marca în cauză să poată fi percepută de la bun început ca o indicare a originii comerciale a produselor vizate. Faptul că semnul în cauză este utilizat în acest sens de alte întreprinderi nu ar constitui un motiv suficient pentru a refuza înregistrarea.

16 Toate aceste considerații s-ar aplica și celorlalte produse acoperite de cererea de înregistrare, și anume pieselor și părților componente ale vehiculelor terestre cu motor. Într-adevăr, cuvântul „fun" analizat izolat nu ar putea descrie în mod direct și concret aceste produse sau caracteristicile esențiale ale acestora.

17 OAPI consideră că, în mod contrar celor pretinse de reclamantă, camera de recurs nu și-ar fi întemeiat examinarea pe fraze declarative complexe și nici nu ar fi modificat obiectul cererii de înregistrare, ci ar fi avut în vedere numai cuvântul „fun" în contextul produselor desemnate. Astfel, aceasta ar fi estimat că, pentru consumatorul relevant, acest cuvânt aplicat pe un vehicul terestru cu motor ar însemna „un vehicul care are un design special" și „un vehicul care are un mod de conducere deosebit de amuzant". De asemenea, examinatorul ar fi efectuat cercetări privind cuvântul „fun" în legătură cu vehicule (vehicles).

18 În opinia OAPI, camera de recurs a aplicat în mod corect articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, dat fiind că termenul „fun” prezintă un raport suficient de direct și de concret cu vehiculele terestre cu motor, care poate permite consumatorului mediu anglofon să perceapă imediat, fără nicio reflecție suplimentară sau analiză a cuvântului, o descriere a speciei sau a destinației produselor. Într-adevăr, cuvântul „fun” ar fi mai mult decât o simplă conotație pozitivă și ar fi în mod concret descriptiv. Designul deosebit al unui vehicul sau faptul că acesta are un mod de conducere deosebit de amuzant ar constitui pentru mulți automobiliști elemente importante în momentul cumpărării/achiziționării unui vehicul. În plus, consumatorul ar fi obișnuit să descopere indicații descriptive pe partea din spate a unui vehicul, precum turbo, ABS sau 4x4, care nu sunt numai indicații privind originea.

19 În plus, cuvântul „fun” ar fi deja utilizat pe piață pentru a descrie autovehicule care trezesc amuzamentul de a conduce prin aspectul, prin echipamentul sau prin performanța acestora sau pentru a descrie anumite categorii de vehicule. Camera de recurs s-ar fi referit la cele zece pagini de internet citate de examinator, care ar arăta că prin expresia fun vehicles ar fi desemnate diferite autovehicule. Unele pagini de internet prezentate în anexa la memoriul în răspuns al OAPI ar indica faptul că și expresia „fun cars” ar fi utilizată.

20 OAPI adaugă că un consumator relevant ar putea percepe termenul „fun” aplicat pe piese și pe accesorii ca element de identificare al echipamentelor pentru „fun vehicles” sau pentru „fun cars” prezente pe piață și că va face o legătură directă cu această categorie de vehicule. În plus, astfel cum a arătat camera de recurs, anumite piese și anumite accesorii de vehicule ar putea constitui surse de amuzament. Prin urmare, articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 ar fi aplicabil și în cazul pieselor și al accesoriilor pentru vehicule terestre cu motor.

Aprecierea Tribunalului

21 Potrivit articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt 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 sau alte caracteristici ale acestora. Articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 prevede că alineatul (1) al acestui articol se aplică și în cazul în care motivele de refuz nu există decât într-o parte a Comunității.

22 La articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 sunt vizate semnele inapte să îndeplinească funcția esențială a mărcii, și anume aceea de a identifica originea comercială a produsului sau a serviciului, pentru a permite astfel consumatorului care achiziționează produsul sau serviciul desemnat de marcă să facă aceeași alegere, cu ocazia unei achiziționări ulterioare, dacă experiența se dovedește pozitivă, sau să facă o altă alegere, dacă aceasta se dovedește negativă [Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Ellos/OAPI (ELLOS), T-219/00, Rec., p. II-753, punctul 28, și Hotărârea Tribunalului din 22 mai 2008, Radio Regenbogen Hörfunk in Baden/OAPI (RadioCom), T-254/06, punctul 27].

23 Semnele și indicațiile prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 sunt cele care pot servi, în cadrul unei utilizări normale din punctul de vedere al publicului vizat, pentru a desemna, fie direct, fie prin menționarea uneia dintre caracteristicile sale esențiale, produsul sau serviciul pentru care se solicită înregistrarea (Hotărârea Curții din 20 septembrie 2001, Procter & Gamble/OAPI, C-383/99 P, Rec., p. I-6251, punctul 39, și Hotărârea RadioCom, punctul 22 de mai sus, punctul 28).

24 Rezultă că, pentru ca un semn să intre sub incidența interdicției prevăzute de această dispoziție, trebuie să prezinte un raport suficient de direct și de concret cu produsele sau cu serviciile în cauză, de natură să permită publicului vizat să perceapă imediat și

fără nicio reflecție suplimentară o descriere a categoriei de produse și de servicii în cauză sau a uneia dintre caracteristicile acestora [Hotărârea Tribunalului din 22 iunie 2005, Metso Paper Automation/OAPI (PAPERLAB), T-19/04, Rec., p. II-2383, punctul 25, și Hotărârea RadioCom, punctul 22 de mai sus, punctul 29].

25 În consecință, aprecierea caracterului descriptiv al unui semn se poate efectua numai, pe de o parte, în raport cu produsele sau cu serviciile vizate și, pe de altă parte, în raport cu percepția publicului vizat, reprezentat de consumatorul acestor produse sau al acestor servicii [Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Eurocool Logistik/OAPI (EUROCOOL), T-34/00, Rec., p. II-683, punctul 38, și Hotărârea RadioCom, punctul 22 de mai sus, punctul 33].

26 În speță, produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea mărcii verbale FUN sunt „vehicule terestre cu motor, piese și părți componente ale acestora”.

27 În ceea ce privește publicul relevant, camera de recurs a indicat, fără a fi contrazisă de reclamantă, că acesta este constituit de consumatorul mediu anglofon cu vârsta cuprinsă între 18 și 70 de ani, ceea ce corespunde categoriei de vârstă a persoanelor interesate de vehiculele terestre cu motor, de piesele și de părțile componente ale acestora.

28 Trebuie să se determine, în cadrul aplicării motivului absolut de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, dacă există pentru acest public relevant un raport suficient de direct și de concret între marca FUN și produsele vizate în cererea de înregistrare.

29 Camera de recurs a considerat, fără a fi contrazisă de părți, că termenul englez „fun” înseamnă „amuzament” și „sursă de amuzament”.

30 Totuși, reclamanta susține că în realitate camera de recurs s-a întemeiat pe alte două semnificații, „vehiculul are un aspect original” și „vehiculul are un mod de conducere deosebit de amuzant”, care excedează semnificației mărcii a cărei înregistrare se solicită.

31 În această privință, potrivit deciziei atacate, camera de recurs a constatat că, în raport cu un vehicul terestru cu motor, cuvântul „fun” va fi perceput de publicul relevant ca o indicație a faptului că vehiculul are un aspect original sau un mod de conducere amuzant. Contrar celor pretinse de reclamantă, camera de recurs nu a dat o altă semnificație cuvântului „fun”, ci a indicat modul în care consumatorul relevant va percepe acest cuvânt în raport cu produsele vizate în cererea de înregistrare.

32 Totuși, potrivit jurisprudenței, pentru a intra în domeniul de aplicare al articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, un semn verbal trebuie să servească pentru a desemna în mod specific, precis și obiectiv caracteristicile esențiale ale produselor și ale serviciilor în cauză [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 12 ianuarie 2005, Deutsche Post EURO EXPRESS/OAPI (EUROPREMIUM), T-334/03, Rec., p. II-65, punctul 41 și jurisprudența citată].

33 Faptul că o întreprindere dorește să confere o imagine pozitivă produselor sale, în mod indirect și abstract, fără ca totuși să informeze în mod direct și imediat consumatorul cu privire la una dintre calitățile sau caracteristicile determinate ale produselor vizate, constituie o evocare și nu o desemnare în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 31 ianuarie 2001, Sunrider/OAPI (VITALITE), T-24/00, Rec., p. II-449, punctul 24, Hotărârea Tribunalului din 9 octombrie 2002, Dart Industries/OAPI (UltraPlus), T-360/00, Rec.,

p. II-3867, punctul 27, și Hotărârea EUROPREMIUM, punctul 32 de mai sus, punctul 37].

34 În raport cu vehiculele terestre cu motor, semnul FUN poate fi înțeles ca indicând că acestea pot fi amuzante sau că pot constitui o sursă de amuzament. Așadar, semnul FUN poate fi interpretat în sensul că dă produsului o imagine pozitivă, care se poate asemăna cu o imagine în scop promoțional, prin faptul că trezește în spiritul consumatorului relevant ideea că un vehicul poate fi o sursă de amuzament. Totuși, deși în anumite cazuri un vehicul terestru cu motor poate fi o sursă de amuzament pentru șoferul acestuia, semnul FUN nu excedează domeniului sugestiei.

35 În aceste circumstanțe, trebuie constatat că legătura care există între sensul cuvântului „fun", pe de o parte, și vehiculele terestre cu motor, pe de altă parte, pare a fi prea vagă, nedeterminată și subiectivă pentru a conferi acestui cuvânt un caracter descriptiv în raport cu produsele respective.

36 Spre deosebire de anumite indicații descriptive ale caracteristicilor unui vehicul, precum turbo, ABS sau 4x4, semnul FUN situat în partea din spate a unui vehicul nu poate servi pentru a desemna în mod direct un vehicul terestru cu motor sau una dintre caracteristicile esențiale ale acestuia. Amplasat astfel, semnul va fi perceput de consumatorul relevant ca desemnând originea comercială a produsului.

37 În consecință, constatarea făcută de camera de recurs în sensul că termenul „fun" va fi perceput de consumator în raport cu produsele vizate ca indicând că un vehicul are un aspect original sau că are un mod de conducere amuzant nu este suficientă pentru a conferi semnului FUN un caracter descriptiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94.

38 Rezultă din cele ce precedă că semnul FUN nu prezintă un raport suficient de direct și de concret cu vehiculele terestre cu motor, care să permită publicului vizat să perceapă imediat, fără nicio reflecție suplimentară, o descriere a acestor produse sau a uneia dintre caracteristicile acestora. Prin urmare, semnul FUN nu intră în domeniul de aplicare al interdicției prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94.

39 Această concluzie nu este repusă în discuție de constatarea făcută de camera de recurs, potrivit căreia probabilitatea ca semnul FUN să fie perceput de consumatorul relevant ca indicând faptul că vehiculul are un aspect original sau că are un mod de conducere amuzant este susținută prin exemple luate de pe paginile de internet citate de examinator, în care termenul „fun" este utilizat de profesioniști pentru a descrie anumite categorii de vehicule (de exemplu, moto quad, rally-kart) sau vehicule care sunt pur și simplu „fun to drive".

40 Într-adevăr, astfel cum arată reclamanta, cercetarea efectuată de examinator nu a avut ca obiect numai semnul FUN, ci o combinație de cuvinte care conține semnul solicitat și cuvântul „vehicule", care desemnează produsele în cauză. Desigur, o astfel de combinație, prin faptul că asociază semnului solicitat desemnarea produsului în cauză, va fi în mod necesar descriptivă pentru acest produs. Totuși, în speță, cererea de înregistrare privea numai semnul FUN. În consecință, simpla constatare făcută de camera de recurs în sensul că termenul „fun" este utilizat în asociere cu termenul „vehicule" nu este suficientă pentru a concluziona că semnul FUN are un caracter descriptiv.

41 În plus, camera de recurs nu a dovedit că termenul „fun" era sau ar putea fi o denumire generică sau obișnuită pentru a identifica sau pentru a caracteriza vehicule terestre cu motor. În această privință, trebuie arătat că nu există o categorie specială de vehicule terestre cu motor desemnată drept „fun vehicles".

42 În ceea ce privește rezultatele unei cercetări pe internet cu privire la expresia „fun cars”, anexate de OAPI la memoriul său în răspuns, care nu au fost depuse în cursul procedurii administrative, trebuie amintit că rolul Tribunalului nu este de a reexamina împrejurările de fapt în lumina dovezilor prezentate pentru prima dată în fața sa [Hotărârea Tribunalului din 6 martie 2003, DaimlerChrysler/OAPI (Calandru), T-128/01, Rec., p. II-701, punctul 18, și Hotărârea Tribunalului din 12 septembrie 2007, ColArt/Americas/OAPI (BASICS), T-164/06, Rep., p. II-116*, punctul 44]. Prin urmare, aceste documente trebuie respinse, fără a fi necesar să se examineze valoarea lor probatorie.

43 În ceea ce privește celelalte produse vizate în cererea de înregistrare, și anume piesele și părțile componente ale vehiculelor terestre cu motor, trebuie arătat că aprecierea caracterului descriptiv al unui semn se face în mod individual, în raport cu fiecare dintre categoriile de produse și/sau de servicii vizate în cererea de înregistrare. Cu toate acestea, este posibil ca totalitatea produselor menționate în cererea de înregistrare a mărcii să fie legate în mod indisociabil, unele dintre aceste produse putând fi utilizate numai în legătură cu celelalte, și ca, prin urmare, să trebuiască adoptată o soluție comună pentru toate aceste produse [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 31 martie 2004, Fieldturf/OAPI (LOOKS LIKE GRASS… FEELS LIKE GRASS… PLAYS LIKE GRASS), T-216/02, Rec., p. II-1023, punctul 33, și Hotărârea Tribunalului din 8 iunie 2005, Wilfer/OAPI (ROCKBASS), T-315/03, Rec., p. II-1981, punctul 67].

44 În speță, produsele desemnate în cererea de înregistrare drept piese și părți componente ale unor vehicule terestre cu motor sunt destinate să fie utilizate exclusiv în legătură cu aceste vehicule și nu au o utilizare autonomă. Acele piese și părți componente ale unor vehicule care sunt vizate în cererea de înregistrare prezintă o legătură indisociabilă cu aceste vehicule și, prin urmare, în privința acestora trebuie adoptată o soluție identică celei reținute anterior pentru vehiculele terestre cu motor.

45 Prin urmare, trebuie considerat de asemenea că semnul FUN nu prezintă un raport suficient de direct și de concret cu produsele din categoria „piese și părți componente

ale vehiculelor terestre cu motor” pentru a intra în domeniul de aplicare al interdicției prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94.

46 Rezultă din tot ceea ce precedă că primul motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, trebuie admis.

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

Argumentele părților

47 În opinia reclamantei, camera de recurs nu a examinat separat motivul de refuz menționat la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și a considerat că marca a cărei înregistrare este solicitată era lipsită de caracter distinctiv pentru simplul motiv că era descriptivă. Or, întrucât în prezenta cauză condițiile prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 nu sunt îndeplinite, motivul întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din acest regulament ar trebui admis.

48 În plus, reclamanta susține că, în cazul în care camera de recurs ar fi efectuat această examinare separată, ar fi trebuit să concluzioneze că articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu era aplicabil. Într-adevăr, semnul FUN ar avea un sens suficient de abstract pentru a fi pur și simplu sugestiv sau evocator și ar putea fi memorat ușor și imediat de publicul vizat, ceea ce, în temeiul jurisprudenței, i-ar conferi un caracter distinctiv.

49 Contrar celor pretinse de reclamantă, OAPI susține că aplicabilitatea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 a fost justificată separat. Examinatorul ar fi indicat că semnul FUN ar informa consumatorul numai cu privire la faptul că produsele sunt foarte amuzante și că, prin urmare, nu ar putea îndeplini funcția esențială a unei mărci și ar fi lipsit de caracter distinctiv. Camera de recurs ar fi considerat că articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 era aplicabil ca urmare a simplei aplicabilități a articolului 7 alineatul (1) litera (c) din același regulament. În plus, camera de recurs s-ar fi pronunțat cu privire la un argument al reclamantei, care ar intra mai degrabă în domeniul de aplicare al articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, indicând că termenul „fun" este un cuvânt mai curând banal și că ar fi vorba despre un cuvânt care aparține vocabularului de bază al limbii engleze.

50 Pe de altă parte, semnul FUN nu ar dispune de un minimum de caracter distinctiv, suficient pentru a înlătura aplicarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Pentru consumatorul relevant, cuvântul „fun" nu ar fi numai sugestiv, ci ar avea un conținut care poate fi înțeles în mod direct în contextul produselor în cauză.

Aprecierea Tribunalului

51 În temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt lipsite de caracter distinctiv. Caracterul distinctiv al unui semn trebuie apreciat în raport cu produsele sau cu serviciile pentru care se solicită înregistrarea.

52 În prezenta cauză, camera de recurs a concluzionat că înregistrarea mărcii FUN trebuie refuzată în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 și, prin urmare, înregistrarea trebuie refuzată și în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament.

53 Contrar celor susținute de OAPI, simpla constatare făcută de camera de recurs, în cadrul aprecierii caracterului descriptiv al semnului FUN, în sensul că termenul „fun" face parte din vocabularul englez curent de bază nu este suficientă pentru a stabili lipsa caracterului distinctiv al mărcii a cărei înregistrare este solicitată și nu dovedește existența unei examinări separate în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

54 Așadar, camera de recurs a dedus, în esență, lipsa caracterului distinctiv al semnului FUN din caracterul descriptiv al acestuia. Or, s-a stabilit anterior că în mod greșit camera de recurs a considerat că semnul FUN intră în domeniul de aplicare al interdicției prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94. În consecință, raționamentul camerei de recurs cu privire la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie respins, întrucât se întemeiază pe eroarea constatată mai sus.

55 Rezultă din cele ce precedă că și al doilea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, trebuie admis și, în consecință, acțiunea trebuie admisă în totalitate.

56 Prin urmare, decizia atacată trebuie anulată.

Cu privire la cheltuielile de judecată

57 În temeiul articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât OAPI a căzut în pretenții, se impune obligarea acestuia la plata cheltuielilor de judecată, conform concluziilor reclamantei.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera întâi)

declară și hotărăște:

1) Anulează Decizia Camerei a doua de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 20 decembrie 2006 (cauza R 1135/2006-2).

2) Obligă OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

Tiili Dehousse Wiszniewska-Białecka

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 2 decembrie 2008.

Semnături