HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a doua)

5 mai 2009 *

În cauza T-449/07,

Thomas Rotter, cu domiciliul în München (Germania), reprezentat de M. Müller, avocat,

reclamant,

împotriva

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

pârât,

având ca obiect o acțiune introdusă împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a OAPI din 27 septembrie 2007 (cauza R 1415/2006-4) privind înregistrarea ca marcă comunitară a unui semn tridimensional ce reprezintă o condiționare grupată a cârnaților,

* Limba de procedură: germana.

TRIBUNALUL DE PRIMĂ INSTANȚĂ
AL COMUNITĂȚILOR EUROPENE (Camera a doua),

compus din doamnele I. Pelikánová, președinte, K. Jürimäe (raportor) și domnul S. Soldevila Fragoso, judecători,

grefier: doamna T. Weiler, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 3 decembrie 2007,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 8 aprilie 2008,

în urma ședinței din 14 ianuarie 2009,

pronunță prezenta

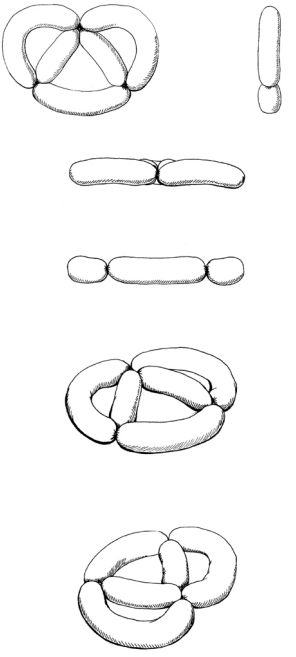
Hotărâre

Istoricul cauzei

1 La 17 martie 2005, reclamantul, domnul Thomas Rotter, 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 constă în forma tridimensională reprodusă mai jos:



3 Produsele și serviciile pentru care s-a solicitat inițial această înregistrare fac parte din clasele 29, 30 și 45 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, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

— clasa 29: „Carne, păsări și vânat, extracte de carne, legume conservate, uscate și gătite, compoturi, produse lactate, mezeluri, produse pe bază de cartofi”;

— clasa 30: „Zahăr, orez, preparate din cereale”;

— clasa 43: „Restaurante; cazare temporară”.

4 Prin Decizia din 28 august 2006, examinatorul, pe de o parte, a acceptat cererea de înregistrare a mărcii solicitate pentru serviciile din clasa 43 și, pe de altă parte, a respins cererea de înregistrare în conformitate cu articolul 7 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 40/94 pentru produsele din clasele 29 și 30, cu motivarea că marca solicitată era lipsită de caracter distinctiv.

5 La 30 octombrie 2006, reclamantul a formulat un recurs la OAPI, în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94, împotriva deciziei examinatorului.

6 Prin Decizia din 27 septembrie 2007 (denumită în continuare „decizia atacată”), Camera a patra de recurs a OAPI a respins acest recurs. Camera de recurs a considerat că, în ceea ce privește, în special, mezelurile, forma pentru care s-a solicitat înregistrarea mărcii corespunde unui ansamblu de cinci cârnați distincți ale căror extremități sunt toate legate unele de celelalte. Or, camera de recurs a precizat că a lega extremitățile cârnaților unele de celelalte astfel încât să alcătuiască o suită neîntreruptă este o practică curentă impusă de procesul de producție. Pe de altă parte, aceasta a constatat că o astfel de prezentare a produsului nu este percepută de consumatorul mediu ca o indicație a proveniență comerciale, ci numai ca o modalitate printre multe altele de a lega mai mulți cârnați între ei pentru a-i stoca și a-i vinde împreună. Camera de recurs a concluzionat că acest lucru nu este de natură să confere formei solicitate un caracter distinctiv.

7 Printr-o scrisoare adresată OAPI la 3 decembrie 2007, mai precis chiar în ziua introducerii prezentei acțiuni, reclamantul a solicitat, în temeiul articolului 44 din Regulamentul nr. 40/94, limitarea listei produselor și serviciilor care figurează în cererea de înregistrare a mărcii la „mezeluri” și la serviciile „restaurante; cazare temporară”, care aparțin clasei 29 și, respectiv, 43 în sensul Aranjamentului de la Nisa. Printr-o scrisoare din 8 ianuarie 2008, adresată reclamantului, OAPI a indicat că lista de produse și servicii pentru care a fost solicitată înregistrarea mărcii nu mai menționează pentru viitor decât „mezeluri” și „restaurante; cazare temporară” care aparțin respectiv fiecăreia dintre cele două clase.

Concluziile părților

8 Reclamantul solicită Tribunalului:

— anularea deciziei atacate;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

9 În cursul ședinței, răspunzând la o întrebare adresată de Tribunal, reclamantul a arătat, pe de o parte, că obiectul prezentei acțiuni se limitează numai la anularea deciziei atacate în măsura în care aceasta respinge cererea de înregistrare a mărcii solicitate pentru „mezeluri” care aparțin clasei 29 în sensul Aranjamentului de la Nisa și, pe de altă parte, că renunță să conteste decizia atacată pentru restul capetelor de cerere.

10 OAPI solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantului la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

11 În susținerea acțiunii, reclamantul invocă un motiv unic, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

Argumentele părților

12 Reclamantul susține că semnul solicitat prezintă caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 în măsura în care poate servi drept indicație a provenienței comerciale a mezelurilor. În această privință, reclamantul susține că forma a cărei înregistrare s-a solicitat se deosebește în mod semnificativ de forma de prezentare a produselor în cauză cu care se confruntă în mod obișnuit consumatorul.

13 În primul rând, reclamantul afirmă că, în comerț, mezelurile sunt de obicei oferite în mod separat și sub o formă caracteristică, și anume sub o formă alungită și rotunjită. Or, forma solicitată ar diferi, în ceea ce privește ambele aspecte, de uzanțele sectorului în domeniul formelor de prezentare a produselor în cauză. Pe de o parte, cârnații care se fierb în apă clocotită și cei care se frig pe grătar, care se compun din mai multe elemente, nu ar fi, în speță, separați unii de ceilalți, ci asamblați. Pe de altă parte, prezentat în acest mod, mezelul nu ar conserva forma sa obișnuită alungită și rotunjită. Reclamantul precizează că acest mod de prezentare constituie, în ceea ce privește mezelurile, o formă originală și nouă care se apropie de forma unui covrig, fără să adopte însă în totalitate această formă, deoarece, spre deosebire de un covrig, aceasta se compune, în mod perceptibil, din mai multe elemente.

14 În al doilea rând, reclamantul susține că modul de prezentare în discuție nu corespunde formei obișnuite a unui cârnat. În special, nici faptul de a prezenta mezeluri sub forma unui ansamblu compus, care, la rândul său, suscită o asociație cu o formă cunoscută, mai precis cea a unui covrig, care aparține unui alt sector de produse, nu ar consta într-o prezentare obișnuită pentru consumator a produselor în cauză. Chiar datorită acestei prezentări neobișnuite în comerțul cu mezeluri, consumatorul ar remarca mai întâi produsul, urmând ca ulterior să își amintească de forma mezelului. În opinia reclamantului, forma de prezentare a acestui mezel va deveni atributul caracteristic al acesteia, permițându-i consumatorului să îl deosebească de cel al altor fabricanți. Astfel, pentru consumator, forma a cărei înregistrare s-a solicitat ar conferi modului de prezentare a mezelului, raportată la forma tipică a unui cârnat, elementul de fantezie necesar dobândirii unui caracter distinctiv.

15 În al treilea rând, reclamantul susține că forma a cărei înregistrare s-a solicitat se diferențiază într-un mod cu atât mai semnificativ de forma de prezentare a produselor în cauză cu care consumatorul se confruntă în mod obișnuit, cu cât însăși utilizarea unei forme de prezentare originale a mezelurilor, menită să promoveze vânzarea acestora, reprezintă în sine un fenomen comercial nou.

16 OAPI contestă ansamblul argumentelor prezentate de reclamant.

Aprecierea Tribunalului

17 Trebuie amintit, mai întâi, că, în conformitate cu prevederile articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt lipsite de caracter distinctiv.

18 Potrivit unei jurisprudențe constante, la articolul 7 alineatul (1) litera (b) 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, dacă experiența se dovedește pozitivă, sau să facă altă alegere, dacă aceasta se dovedește negativă [a se vedea Hotărârea Tribunalului din 15 decembrie 2005, Bic/OAPI (Forma unei brichete cu piatră), T-262/04, Rec., p. II-5959, punctul 20 și jurisprudența citată].

19 Caracterul distinctiv al unei mărci trebuie apreciat, pe de o parte, în raport cu produsele sau cu serviciile pentru care se solicită înregistrarea și, pe de altă parte, în raport cu percepția pe care o are asupra acestora publicul relevant, care este constituit din consumatorii acestor produse sau servicii (a se vedea în acest sens Hotărârea Curții din

29 aprilie 2004, Procter & Gamble/OAPI, C-473/01 P și C-474/01 P, Rec., p. I-5173, punctul 33, Hotărârea Tribunalului din 12 septembrie 2007, Neumann/OAPI (Forma unui capăt de microfon), T-358/04, Rep., p. II-3329 punctul 32 și jurisprudența citată).

20 În această privință, trebuie amintit că respectivele criterii de apreciere a caracterului distinctiv al mărcilor tridimensionale constituite din forma unui produs nu sunt diferite de cele aplicabile altor categorii de mărci (a se vedea în acest sens Hotărârea Curții din 25 octombrie 2007, Develey/OAPI, C-238/06 P, Rep., p. I-9375, punctul 80, și Hotărârea Forma unui capăt de microfon, punctul 19 de mai sus, punctul 41).

21 Cu toate acestea, în cadrul aplicării acestor criterii, percepția publicului pertinent nu este în mod necesar aceeași în cazul unei mărci tridimensionale, care este constituită din aparența produsului însuși, și în cazul unei mărci verbale sau figurative, care constă într-un semn independent de aspectul produselor pe care le desemnează. Într-adevăr, consumatorul mediu nu este obișnuit să deducă originea produselor în funcție de forma acestora sau de cea a ambalajului lor, în lipsa oricărui element grafic sau textual, și, prin urmare, stabilirea caracterului distinctiv al unei astfel de mărci tridimensionale poate fi mai dificilă decât în cazul unei mărci verbale sau figurative (a se vedea în acest sens Hotărârea Develey/OAPI, punctul 20 de mai sus, punctul 80, și Hotărârea Forma unui capăt de microfon, punctul 19 de mai sus, punctul 42).

22 În plus, nivelul de atenție a consumatorului mediu poate varia în funcție de categoria de produse sau de servicii în cauză (Hotărârea Curții din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec., p. I-3819, punctul 26). Fiind vorba de produse de consum cotidian, care se vând la prețuri relativ scăzute, nivelul de atenție a consumatorului mediu în ceea ce privește aspectul lor exterior este, prin urmare, nu foarte ridicat.

23 În sfârșit, pentru a aprecia dacă o formă compusă din mai multe elemente este percepută de publicul relevant ca o indicație de origine, este necesar să se analizeze impresia de ansamblu produsă de această combinație [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 19 septembrie 2001, Procter & Gamble/OAPI (Tabletă dreptunghiulară cu încrustație), T-129/00, Rec., p. II-2793, punctul 54].

24 În lumina acestor considerații, trebuie să se analizeze dacă respectiva cameră de recurs a considerat în mod întemeiat că forma a cărei înregistrare ca marcă s-a solicitat este lipsită de caracter distinctiv.

25 În speță, trebuie subliniat că produsele în cauză, și anume mezelurile (Wurstwaren), sunt vândute nu numai în măcelării, ci și în supermarketuri, în spații consacrate special amenajate, precum și în raionul de produse refrigerate. Este vorba, așadar, de produse de consum curent destinate consumatorului mediu din Uniunea Europeană.

26 În ceea ce privește forma a cărei înregistrare s-a solicitat, și anume o condiționare grupată a cârnaților, trebuie să se constate că aceasta diferă de forma clasică și cea mai răspândită a produselor în cauză, mai precis de forma unui cârnat.

27 De altfel, este necesar să se sublinieze că această constatare nu este contrazisă de reclamant. Într-adevăr, reclamantul însuși afirmă că forma a cărei înregistrare s-a solicitat se compune din mai mulți cârnați, legați între ei într-un mod perceptibil care, deși se apropie de forma unui covrig, nu adoptă în totalitate o astfel de formă. Prin urmare, în mod întemeiat a reținut camera de recurs că marca tridimensională a cărei înregistrare s-a solicitat este constituită dintr-un ansamblu de cinci cârnați ale căror extremități sunt legate între ele. Ceea ce trebuie analizat în speță este, așadar,

aprecierea, de către camera de recurs, a caracterului distinctiv al formei constând într-o condiționare grupată a cârnaților, aceasta prin prisma impresiei de ansamblu produse de condiționarea grupată.

28 În ceea ce privește, în primul rând, argumentul reclamantului potrivit căruia forma a cărei înregistrare s-a solicitat are caracter distinctiv din moment ce, în cadrul acesteia, cârnații nu sunt prezentați separat, ci grupați, este suficient să se sublinieze că, astfel cum în mod corect a reținut camera de recurs, faptul de a lega cârnații unii de alții la extremități pentru a-i stoca și pentru a-i vinde împreună este o practică răspândită în comerț.

29 În ceea ce privește, în al doilea rând, argumentul reclamantului conform căruia caracterul distinctiv al formei a cărei înregistrare s-a solicitat rezultă și din faptul că, prin această condiționare grupată, cârnații nu își păstrează forma tradițională alungită și rotunjită, trebuie să se arate că reclamantul se limitează să compare forma solicitată, care constă în gruparea mai multor cârnați, cu forma, pe care o consideră tipică, a unui singur cârnat. În măsura în care, după cum recunoaște chiar reclamantul, modul de grupare în cauză este perceptibil, o astfel de comparație este vădit lipsită de pertinență, astfel încât acest argument este în realitate neglijabil.

30 În consecință, contrar susținerilor reclamantului, reiese din analiza, la punctele 28 și 29 de mai sus, a celor două argumente invocate că acesta nu demonstrează prin ce anume forma solicitată se diferențiază în mod semnificativ de forma obișnuită de prezentare a cârnaților în comerț.

31 Rezultă din argumentele expuse mai sus că, în măsura în care produsele în cauză, și anume mezelurile, sunt produse de consum curent, consumatorul mediu nu va percepe forma a cărei înregistrare s-a solicitat ca pe o indicație a originii comerciale a produselor menționate.

32 Această concluzie nu poate fi contrazisă de argumentul reclamantului potrivit căruia nici faptul de a prezenta cârnații sub forma unei grupări, care, la rândul său, suscită o asociație cu o formă cunoscută, mai precis cea a unui covrig, care aparține unui alt sector de produse alimentare, nu ar consta pentru consumator într-o prezentare obișnuită a produsului.

33 Într-adevăr, astfel cum recunoaște chiar reclamantul, chiar dacă se apropie de forma unui covrig, forma solicitată nu o adoptă în totalitate. Prin urmare, chiar dacă, astfel cum s-a arătat deja la punctul 30 de mai sus, forma solicitată constituie o prezentare originală sau chiar neobișnuită a mezelurilor, nu este mai puțin adevărat că aceasta nu va fi asociată de consumatorul mediu cu forma unui covrig, acesta percepând numai o grupare de cinci cârnați legați între ei.

34 Această concluzie nu poate fi contrazisă nici de argumentul reclamantului, potrivit căruia forma a cărei înregistrare s-a solicitat se diferențiază într-un mod cu atât mai semnificativ de forma de prezentare a produselor în cauză cu care consumatorul se confruntă în mod obișnuit, cu cât însăși utilizarea unei forme de prezentare originale a mezelurilor, menită să promoveze vânzarea acestora, este în sine un fenomen nou.

35 Astfel, potrivit jurisprudenței constante, un concept special de comercializare pe care solicitantul unei mărci îl pune în aplicare sau intenționează să îl pună în aplicare, care depinde, așadar, de alegerea întreprinderii respective și care poate fi modificat după înregistrare, constituie un factor ce nu poate avea incidență asupra aprecierii caracterului susceptibil de înregistrare al mărcii [Hotărârea Tribunalului din 20 martie 2002, DaimlerChrysler/OAPI (TELE AID), T-355/00, Rec., p. II-1939, punctul 42, Hotărârea din 30 aprilie 2003, Axions și Belce/OAPI (Formă de țigară de foi de culoare brună și formă de lingou auriu), T-324/01 și T-110/02, Rec., p. II-1897, punctul 36].

36 Rezultă din ansamblul considerațiilor care precedă că în mod întemeiat a considerat camera de recurs că forma a cărei înregistrare s-a solicitat este lipsită de caracter distinctiv, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

37 În consecință, este necesar să se respingă ca nefondat motivul unic invocat de reclamant și, prin urmare, acțiunea în întregime.

Cu privire la cheltuielile de judecată

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

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a doua)

declară și hotărăște:

1) Respinge acțiunea.

2) Îl obligă pe domnul Thomas Rotter la plata cheltuielilor de judecată.

Pelikánová Jürimäe Soldevila Fragoso

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 5 mai 2009.

Semnături