Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

7 octobre 2015 *

« Marque communautaire — Demandes de marques communautaires verbales ΧΑΛΛΟΥΜΙ et HALLOUMI — Motif absolu de refus — Absence de caractère distinctif — Caractère descriptif — Article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement (CE) nº 207/2009 »

Dans les affaires jointes T-292/14 et T-293/14,

République de Chypre, représentée par M. S. Malynicz, barrister, et M^me^ V. Marsland, solicitor,

partie requérante,

contre

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

partie défenderesse,

ayant pour objet deux recours formés contre deux décisions de la quatrième chambre de recours de l'OHMI du 19 février 2014 (affaire R 1849/2013-4 et affaire R 1503/2013-4), concernant des demandes d'enregistrement, respectivement, du signe verbal ΧΑΛΛΟΥΜΙ et du signe verbal HALLOUMI comme marques communautaires,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre),

composé de M. M. Prek (rapporteur), président, M^me^ I. Labucka et M. V. Kreuschitz, juges,

greffier : M. I. Dragan, administrateur,

vu les requêtes déposées au greffe du Tribunal le 28 avril 2014,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 16 septembre 2014,

vu l'ordonnance du 28 août 2014 portant jonction des affaires T-292/14 et T-293/14 aux fins de la phase écrite de la procédure, de la phase orale de la procédure et de l'arrêt,

à la suite de l'audience du 20 mai 2015,

rend le présent

* Langue de procédure : l'anglais.

Arrêt

Antécédents du litige

1 Les 13 et 15 février 2013, la requérante, la République de Chypre, a présenté deux demandes d'enregistrement de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (OHMI), en vertu du règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1).

2 Les marques dont l'enregistrement a été demandé sont les signes verbaux HALLOUMI et ΧΑΛΛΟΥΜΙ.

3 Les produits pour lesquels les enregistrements ont été demandés relèvent de la classe 29 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, et correspondent à la description suivante : « Fromage ; lait et produits laitiers ».

4 Les 1er et 14 mars 2013, l'examinateur de l'OHMI a informé la requérante qu'il estimait que les signes en cause ne pouvaient être admis à l'enregistrement en raison de l'existence de motifs absolus de refus prévus à l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), et à l'article 7, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009.

5 Par lettres des 26 avril et 14 mai 2013, la requérante a présenté ses arguments à l'encontre de la position adoptée par l'examinateur.

6 Par décisions des 21 juin et 24 juillet 2013, l'examinateur a rejeté les demandes de marques communautaires sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), et de l'article 7, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009.

7 Les 2 août et 20 septembre 2013, la requérante a formé deux recours auprès de l'OHMI, au titre des articles 58 à 64 du règlement nº 207/2009, contre les décisions de l'examinateur.

8 Par deux décisions du 19 février 2014 (ci-après les « décisions attaquées »), la quatrième chambre de recours de l'OHMI a rejeté ces recours. Elle a considéré, d'une part, que les marques demandées étaient descriptives des produits en cause, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, et, d'autre part, qu'elles étaient dépourvues de caractère distinctif, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du même règlement.

9 Premièrement, elle a souligné que les termes en lettres majuscules « HALLOUMI » et « ΧΑΛΛΟΥΜΙ » désignaient une spécialité de fromage de Chypre et décrivaient donc directement, au moins aux yeux du public chypriote, le type et l'origine géographique du fromage, du lait et des produits laitiers demandés. Elle a ainsi considéré que la perception du public anglophone, selon laquelle l'*Oxford English Dictionary* en ligne définissait le terme « halloumi » (écrit en lettre latine) comme une marque déposée (un nom de propriétaire), était dénué de pertinence. En ce qui concerne le terme en lettres majuscules « ΧΑΛΛΟΥΜΙ », elle a estimé que le consommateur anglais moyen ne serait pas en mesure de lire l'alphabet grec. Deuxièmement, la chambre de recours a rappelé que, le règlement nº 207/2009 ne prévoyant pas l'enregistrement des marques de certification, ces marques devaient être déposées en tant que marques individuelles et pouvaient seulement être enregistrées si aucun des motifs absolus de refus visés à l'article 7, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 ne pouvait être invoqué. Elle a souligné à cet égard que le rejet des demandes d'enregistrement par l'examinateur était fondé sur la signification descriptive des termes en lettres majuscules « HALLOUMI » et « ΧΑΛΛΟΥΜΙ » et non sur le fait que la requérante mettait en œuvre des mécanismes de certification sous ces mots. Troisièmement, elle a considéré que le fait que les signes INTEL INSIDE et FAIRTRADE avaient été enregistrés en tant que marques communautaires

individuelles et faisaient désormais l'objet d'une licence pour communiquer les caractéristiques des produits et des services ne pouvait avoir aucune incidence en l'espèce. Quatrièmement, elle a estimé que les marques demandées, dès lors qu'elles décrivaient les caractéristiques des produits visés par les demandes d'enregistrement de marque, étaient nécessairement dépourvues de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009.

Conclusions des parties

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

— annuler les décisions attaquées ;

— condamner l'OHMI aux dépens.

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

— rejeter les recours ;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

12 À l'appui de ses recours, la requérante soulève un moyen unique tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement nº 207/2009. Il convient donc d'examiner tout d'abord ce moyen unique en tant qu'il vise la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), dudit règlement.

13 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. En outre, l'article 7, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009 énonce que son paragraphe 1 est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de l'Union européenne.

14 Les signes et les indications visés par 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 public ciblé, pour désigner, soit directement, soit par la mention d'une de ses caractéristiques essentielles, le produit ou le service pour lequel l'enregistrement est demandé [arrêts du 20 septembre 2001, Procter & Gamble/OHMI, C-383/99 P, Rec, EU:C:2001:461, point 39, et du 22 juin 2005, Metso Paper Automation/OHMI (PAPERLAB), T-19/04, Rec, EU:T:2005:247, point 24].

15 Il en résulte que, pour qu'un signe tombe sous le coup de l'interdiction énoncée par cette disposition, il faut qu'il présente avec les produits ou les services en cause un rapport suffisamment direct et concret de nature à permettre au public concerné de percevoir immédiatement, et sans autre réflexion, une description des produits et des services en cause ou d'une de leurs caractéristiques [arrêts PAPERLAB, point 14 supra, EU:T:2005:247, point 25, et du 30 novembre 2011, Hartmann/OHMI (Complete), T-123/10, EU:T:2011:706, point 21].

16 Partant, l'appréciation du caractère descriptif d'un signe ne peut être opérée que, d'une part, par rapport aux produits ou aux services concernés et, d'autre part, par rapport à la compréhension qu'en a le public pertinent [arrêts du 16 mars 2006, Telefon & Buch/OHMI – Herold Business Data (WEISSE SEITEN), T-322/03, Rec, EU:T:2006:87, point 90, et du 15 janvier 2015, MEM/OHMI (MONACO), T-197/13, Rec, EU:T:2015:16, point 50].

17 C'est à la lumière de ces principes qu'il convient d'examiner les arguments des parties relatifs à l'appréciation exposée par la chambre de recours dans les décisions attaquées.

18 En premier lieu, comme indiqué au point 13 des décisions attaquées, les produits en cause sont destinés au grand public, ce qui n'est, au demeurant, pas contesté par la requérante. Il y a également lieu d'approuver la démarche de la chambre de recours – au demeurant non contestée par la requérante – consistant à se référer au public chypriote pour opérer son analyse du caractère descriptif des marques demandées.

19 En effet, la chambre de recours a, à juste titre, en application de l'article 7, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009, apprécié le motif absolu de refus par rapport au seul public chypriote. Comme elle le souligne au point 11 de la décision attaquée dans l'affaire T-292/14, le mot en lettres majuscules « ΧΑΛΛΟΥΜΙ » est écrit en alphabet grec et la détermination de son caractère enregistrable peut être réalisée par rapport au public chypriote, pour lequel l'alphabet grec est utilisé en tant qu'alphabet standard. De même, s'agissant des termes en lettres majuscules « HALLOUMI » et « ΧΑΛΛΟΥΜΙ », la requérante admet qu'ils désignent une spécialité de fromage de Chypre. Cette raison suffit également à justifier que, dans l'affaire T-293/14, la chambre de recours ne se soit référée qu'au public chypriote pour apprécier le motif absolu de refus.

20 En deuxième lieu, la chambre de recours a considéré que les termes en lettres majuscules « HALLOUMI » et « ΧΑΛΛΟΥΜΙ » désignent une spécialité de fromage de Chypre et décrivent donc directement, aux yeux du public chypriote, le type et l'origine géographique du fromage, du lait et des produits laitiers demandés (point 14 des décisions attaquées).

21 Cette considération doit être approuvée. Elle est en effet confirmée par la requérante elle-même dans ses écritures. Celle-ci souligne que les termes en lettres majuscules « HALLOUMI » et « ΧΑΛΛΟΥΜΙ » indiquent un type particulier de fromage exporté de Chypre, produit d'une certaine manière et possédant un goût, une texture et des propriétés culinaires particuliers.

22 Dans le même sens, il convient de rappeler que le Tribunal a déjà estimé que le mot en lettres majuscules « HALLOUMI » renvoyait au fromage spécial chypriote et que ce terme était descriptif dudit produit [voir, en ce sens, arrêt du 13 juin 2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/OHMI – Garmo (HELLIM), T-534/10, Rec, EU:T:2012:292, points 41 et 55].

23 Lors de l'audience, la requérante a contesté cette interprétation de l'arrêt HELLIM, point 22 supra (EU:T:2012:292), en soutenant que, au point 41 de ce dernier, le Tribunal ne s'était pas prononcé sur le caractère distinctif de la marque antérieure HALLOUMI, mais avait simplement opéré une appréciation du mot grec converti en turc, qu'il s'était limité à constater que la traduction turc du terme « halloumi » était « hellim » et que les consommateurs savaient que ces deux termes faisaient référence au même produit. La requérante a également fait valoir que, au point 52 de l'arrêt HELLIM, point 22 supra (EU:T:2012:292), le Tribunal avait reconnu que la marque antérieure HALLOUMI avait un caractère distinctif.

24 Ces arguments doivent être rejetés comme inopérants. En effet, le Tribunal observe que la requérante ne remet pas en cause le fait que le terme en lettres majuscules « HALLOUMI » est descriptif du produit en cause, à savoir qu'il est un fromage spécial chypriote, comme cela a d'ailleurs été jugé au point 55 de l'arrêt HELLIM, point 22 supra (EU:T:2012:292).

25 Or, s'agissant des produits ou des services pour lesquels son enregistrement en tant que marque est demandé, il convient de rappeler qu'un signe ayant un caractère descriptif, au sens énoncé à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, est, sous réserve de l'application du paragraphe 3 de cet article, dépourvu de caractère distinctif en ce qui concerne ces produits ou services [voir arrêts du 10 mars 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/OHMI, C-51/10 P, Rec, EU:C:2011:139, point 33 et jurisprudence citée, et du 11 mai 2005, Naipes Heraclio Fournier/OHMI – France Cartes (Épée d'un jeu de cartes), T-160/02 à T-162/02, Rec, EU:T:2005:167, point 59 et jurisprudence citée].

26 La requérante n'a cependant pas invoqué l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009, ni démontré que son signe avait acquis, pour les produits en cause, un caractère distinctif après l'usage qui en avait été fait au sens de la disposition précitée.

27 Le fait que, dans l'arrêt HELLIM, point 22 supra (EU:T:2012:292), le Tribunal ait reconnu, à la suite d'une contestation portant sur le risque de confusion entre les marques HALLOUMI et HELLIM, que la marque communautaire collective verbale antérieure HALLOUMI avait un faible degré distinctif – comme le lui impose d'ailleurs la jurisprudence (voir arrêt du 24 mai 2012, Formula One Licensing/OHMI, C-196/11 P, Rec, EU:C:2012:314, point 47) –, ne remet pas en cause l'appréciation contenue au point précédent. En effet, premièrement, le Tribunal relève, dans cet arrêt, l'absence de caractère distinctif particulier de la marque HALLOUMI et le caractère descriptif de celle-ci (arrêt HELLIM, point 22 supra, EU:T:2012:292, point 55). Ainsi, le constat que la marque communautaire collective verbale HALLOUMI présente un caractère distinctif faible est insuffisant pour contrecarrer le caractère descriptif de ladite marque. Deuxièmement, il n'apparaît pas dans l'arrêt en question que le faible caractère distinctif a été acquis par l'usage tel qu'exigé par l'article 7, paragraphe 3, du règlement nº 207/2009.

28 Compte tenu de ce qui précède, il y a lieu d'admettre que la signification descriptive du signe HALLOUMI, telle que constatée par la chambre de recours, est établie, à tout le moins, pour le public chypriote. Pour des raisons identiques, la même conclusion peut être tirée s'agissant du signe ΧΑΛΛΟΥΜΙ.

29 Il s'ensuit que la chambre de recours n'a pas commis d'erreur d'appréciation en considérant que les marques demandées ne pouvaient être admises à l'enregistrement en raison de leur signification descriptive des produits pour lesquels les enregistrements étaient demandés, à tout le moins, aux yeux du public chypriote.

30 La requérante avance cinq griefs visant à remettre en cause ces considérations.

Sur le premier grief, selon lequel le règlement nº 207/2009 n'exclut pas les marques de certification

31 La requérante fait valoir que le règlement nº 207/2009 permet l'enregistrement des marques de certification qui satisfont aux critères des marques communautaires. Elle reproche à la chambre de recours de ne pas avoir mentionné que le règlement nº 207/2009 n'interdisait pas que fussent enregistrées, en tant que marques communautaires ordinaires, lesdites marques de certification, lesquelles sont compatibles avec les dispositions générales dudit règlement.

32 L'OHMI soutient que les marques de certification peuvent être enregistrées en tant que marques communautaires individuelles si elles remplissent les conditions fixées par l'article 7, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009.

33 D'une part, il convient de relever que, au point 16 des décisions attaquées, la chambre de recours a souligné qu'une marque ne pouvait être refusée du fait qu'elle était utilisée comme marque de certification. Elle précise toutefois que, le règlement nº 207/2009 ne prévoyant pas l'enregistrement

des marques de certification, celles-ci doivent être déposées en tant que marques individuelles et peuvent seulement être enregistrées si aucun des motifs absolus de refus visés à l'article 7, paragraphe 1, dudit règlement ne peut être invoqué.

34 Ce faisant, la chambre de recours a expressément souligné que des marques de certification pouvaient être enregistrées en tant que marques communautaires à condition qu'il n'existât pas de motifs absolus au sens de l'article 7, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, empêchant leur enregistrement. L'argument de la requérante selon lequel la chambre de recours n'a pas mentionné que le règlement nº 207/2009 n'interdisait pas l'enregistrement des marques de certification ne peut, en tout état de cause, qu'être écarté.

35 D'autre part, c'est à juste titre que l'OHMI souligne que le règlement nº 207/2009 ne prévoit pas la protection des marques de certification. Il ne prévoit la protection que des marques communautaires individuelles ou collectives.

36 En l'espèce, la requérante a déposé deux demandes d'enregistrement de marques individuelles et c'est au regard des critères prévus par le règlement nº 207/2009, dont ceux mentionnés à l'article 7, paragraphe 1, dudit règlement qu'ont été examinées ces demandes d'enregistrement de marques individuelles.

37 Il s'ensuit que le premier grief doit être rejeté.

Sur le deuxième grief, tiré de l'application de critères erronés pour l'appréciation du caractère descriptif des marques demandées

38 La requérante fait valoir que, depuis l'année 1992, elle est titulaire de deux marques nationales de certification, à savoir les marques HALLOUMI et ΧΑΛΛΟΥΜΙ, et que, depuis cette année-là au moins, les consommateurs chypriotes perçoivent les signes en cause comme des marques de certification garantissant le respect d'un ensemble de normes précises énoncées dans un cahier des charges.

39 L'OHMI rétorque que le refus des marques demandées est fondé sur le caractère descriptif des marques individuelles et non sur les critères liés aux marques de certification et fait observer que la requérante admet elle-même que les marques demandées décrivent le type et l'origine des produits.

40 Tout d'abord, force est de constater que la requérante reconnaît que les marques demandées ont toujours été perçues par les consommateurs chypriotes et ceux de l'ensemble de l'Union comme désignant un type particulier de fromage exporté de Chypre, produit d'une certaine manière et possédant un goût, une texture et des propriétés culinaires particuliers.

41 La chambre de recours n'a donc pas commis d'erreur d'appréciation en soulignant, au point 14 des décisions attaquées, que les signes décrivent directement, au moins aux yeux du public chypriote, le type et l'origine géographique du fromage.

42 Ensuite, ainsi que le souligne l'OHMI, le refus d'enregistrement des marques demandées est fondé sur le caractère descriptif des marques individuelles et non sur les critères liés aux marques de certification.

43 Il s'ensuit que le fait que la requérante soit titulaire de marques de certification identiques depuis l'année 1992 n'a pas d'incidence sur le caractère descriptif des signes en cause.

44 Dans ce contexte, il convient d'examiner l'argument de la requérante selon lequel, en substance, l'existence des marques de certification depuis l'année 1992 aurait fait évoluer la perception des consommateurs chypriotes des signes en cause dans un sens qui dépasse largement le caractère simplement descriptif des produits concernés. Ceux-ci percevraient dorénavant les signes comme garantissant le respect d'un ensemble de normes précises énoncées dans un cahier des charges.

45 Cet argument est inopérant. En effet, les critères évoqués par la requérante, liés à l'origine géographique du produit, à la nature de celui-ci et à ses caractéristiques sont ceux inhérents aux marques de certification. Ils ne sauraient servir à démontrer que le consommateur chypriote ne perçoit pas les signes en cause – faisant l'objet de demandes d'enregistrement en tant que marques individuelles – comme étant descriptifs des produits concernés.

46 Ainsi, à supposer même que certains consommateurs chypriotes perçoivent depuis plusieurs années les signes en cause comme des marques de certification garantissant le respect d'un ensemble d'exigences juridiques précises, cette perception n'affecte pas le caractère descriptif, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, des marques en cause aux yeux de ces consommateurs, ni, a fortiori, aux yeux des autres consommateurs, qui ne font pas le lien avec la marque de certification.

47 Enfin, la requérante soutient que l'approche retenue par la chambre de recours revient à considérer que toutes les marques de certification, de par leur nature même, doivent être exclues. Selon elle, ce n'est que dans l'hypothèse où la marque n'est rien de plus qu'une information banale qui indique directement et exclusivement les caractéristiques des produits ou des services qu'elle ne peut être enregistrée en tant que marque communautaire. Elle se réfère, à titre d'exemple, notamment, à l'expression « 100 % bœuf ».

48 Comme le souligne à juste titre l'OHMI, l'approche avancée par la requérante ne saurait être retenue, au motif qu'elle correspond à une définition restrictive de la notion de caractère descriptif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009.

49 Force est de relever que les critères sur lesquels se fonde la requérante pour soutenir que les signes en cause seraient, à la différence de l'expression « 100 % bœuf », bien plus qu'une information banale qui indique directement et exclusivement les caractéristiques des produits ou des services, sont ceux de la marque de certification, lesquels sont précisément descriptifs, car liés à l'origine géographique du produit, à la nature de celui-ci et à ses caractéristiques.

50 Partant, il convient de rejeter le deuxième grief.

Sur le troisième grief, tiré de l'absence d'intérêt public à laisser libres les marques demandées

51 La requérante soutient qu'il n'existe pas d'intérêt public justifiant de laisser les marques demandées disponibles pour l'usage des tiers. Elle rappelle que les motifs de refus d'enregistrement énumérés à l'article 7, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 doivent être interprétés à la lumière de l'intérêt général qui sous-tend chacun d'entre eux. À cet égard, elle se prévaut de l'arrêt du 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 et C-109/97, Rec, EU:C:1999:230, points 29 à 30), qui, selon elle, a clairement établi que l'intérêt public est la pierre angulaire de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009. Elle estime ainsi que la chambre de recours aurait dû se poser la question de savoir s'il pouvait être raisonnablement supposé que les tiers souhaiteraient utiliser la marque dans le futur. Or, elle fait observer que le seul motif pour lequel des commerçants souhaiteraient utiliser les marques demandées sans respecter les normes imposées par les marques de certification serait celui de tromper le public. Il n'existerait donc pas d'intérêt public à ce que des commerçants puissent décrire faussement leurs produits. En revanche, il existerait un intérêt public majeur à la protection

des marques de certification. Elle ajoute que l'enregistrement des marques de certification ne conduira pas à des abus, ni ne facilitera l'enregistrement de marques descriptives, celles-ci n'ayant ni le « cachet » ni la réputation des marques de certification.

52 L'OHMI réfute ces arguments.

53 Il convient de rappeler que la notion d'intérêt général, sous-jacente à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, exige que les signes ou indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner des caractéristiques des produits ou des services pour lesquels l'enregistrement est demandé puissent être librement utilisés par tous. Cette disposition empêche que ces signes ou indications soient réservés à une seule entreprise en raison de leur enregistrement en tant que marque (arrêts du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, Rec, EU:C:2003:579, point 31, et du 12 janvier 2006, Deutsche SiSi-Werke/OHMI, C-173/04 P, Rec, EU:C:2006:20, point 62) et qu'une entreprise monopolise l'usage d'un terme descriptif, au détriment des autres entreprises, y compris ses concurrents, dont l'étendue du vocabulaire disponible pour décrire leurs propres produits se trouverait ainsi réduite [arrêts du 6 mars 2007, Golf USA/OHMI (GOLF USA), T-230/05, EU:T:2007:76, point 32, et du 30 avril 2013, ABC-One/OHMI (SLIM BELLY), T-61/12, EU:T:2013:226, point 18].

54 Dans ce contexte, la requérante fait valoir, d'une part, que la chambre de recours avait l'obligation de se poser la question de savoir s'il y avait un intérêt public à laisser les marques demandées disponibles pour l'usage des tiers, ce qu'elle n'aurait pas fait. Elle soutient, d'autre part, que, en l'espèce, la réponse à cette question est qu'il n'existe pas d'intérêt public à laisser les marques demandées disponibles. De tels arguments ne sauraient prospérer.

55 En effet, il ressort de la jurisprudence citée au point 53 ci-dessus que l'intérêt général ou l'intérêt public à laisser les marques descriptives disponibles pour l'usage des tiers est préétabli et présumé. Il s'ensuit que, lorsque la marque demandée est descriptive, il suffit à la chambre de recours d'opérer le constat dudit caractère descriptif sans pour autant devoir examiner la question de savoir si, nonobstant son caractère descriptif, il y a, de fait, un intérêt public à laisser la marque demandée disponible pour l'usage des tiers. Ainsi, aux fins de l'application de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, il convient uniquement d'examiner, sur la base d'une signification donnée du signe verbal en cause, s'il existe, du point de vue du public pertinent, un rapport suffisamment direct et concret entre le signe et les caractéristiques des catégories de produits ou de services pour lesquelles l'enregistrement est demandé [arrêts du 3 décembre 2003, Audi/OHMI (TDI), T-16/02, Rec, EU:T:2003:327, point 29, et du 23 octobre 2007, BORCO-Marken-Import Matthiesen/OHMI (Caipi), T-405/04, EU:T:2007:315, point 44]. Dans ce contexte, il est également utile de rappeler que l'application de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 ne dépend pas de l'existence d'un impératif de disponibilité concret, actuel et sérieux [voir, en ce sens, arrêts du 27 février 2002, Streamserve/OHMI (STREAMSERVE), T-106/00, Rec, EU:T:2002:43, point 39 ; du 9 février 2010, PromoCell bioscience alive/OHMI (SupplementPack), T-113/09, EU:T:2010:34, point 27, et du 8 juillet 2010, Trautwein/OHMI (Représentation d'un cheval), T-386/08, EU:T:2010:296, point 45].

56 En l'espèce, comme observé aux points 18 à 29 ci-dessus, l'existence d'un rapport direct et concret entre les marques demandées et les caractéristiques des produits pour lesquelles les enregistrements ont été demandés a été suffisamment établie par les décisions attaquées.

57 Par ailleurs, la requérante fait valoir en vain qu'admettre l'existence d'un intérêt public justifiant de maintenir disponibles les marques demandées reviendrait à permettre à des commerçants d'utiliser celles-ci sans respecter les normes imposées par les marques de certification et de tromper le public.

58 En effet, comme le fait observer à juste titre l'OHMI les considérations relatives à l'usage futur des marques demandées ou à des risques éventuels en découlant ne sont pas pertinentes pour apprécier l'existence du caractère descriptif desdites marques.

59 Enfin, le fait que des instituts de droit européen se soient exprimés en faveur d'une nécessaire protection des marques de certification n'a pas d'incidence sur la résolution du cas d'espèce. En effet, il y a lieu de rappeler que, selon la jurisprudence, la légalité des décisions des chambres de recours doit être appréciée uniquement sur la base du règlement nº 207/2009, tel qu'interprété par le juge de l'Union (arrêts du 15 septembre 2005, BioID/OHMI, C-37/03 P, Rec, EU:C:2005:547, point 47 ; Deutsche SiSi-Werke/OHMI, point 53 supra, EU:C:2006:20, point 48, et PAPERLAB, point 14 supra, EU:T:2005:247, point 39). Or, la réglementation existante sur la marque communautaire ne prévoit précisément pas la possibilité d'enregistrer des marques de certification.

60 Eu égard à ce qui précède, le troisième grief doit être rejeté.

Sur le quatrième grief, tiré de l'enregistrement de marques de certification comme marques communautaires

61 La requérante estime que la chambre de recours a manqué de cohérence en acceptant que fussent enregistrées en tant que marques communautaires ordinaires des marques de certification comme FREEDOM FOOD, ENERGY STAR, FAIRTRADE ou encore UNDERWRITERS LABORATORIES. Elle lui reproche en substance de ne pas avoir expliqué la raison pour laquelle le motif de refus qui n'a pas été soulevé à l'encontre de ces marques a été invoqué à l'encontre des marques demandées.

62 L'OHMI réfute ces arguments.

63 S'agissant des décisions antérieures de l'OHMI, il suffit de rappeler que, même si des motifs de fait ou de droit figurant dans une décision antérieure de l'OHMI peuvent constituer des arguments à l'appui d'un moyen tiré de la violation d'une disposition du règlement nº 207/2009, les décisions que les chambres de recours sont amenées à prendre, en vertu de ce règlement concernant l'enregistrement d'un signe en tant que marque communautaire, relèvent de l'exercice d'une compétence liée et non pas 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 à celles-ci (arrêts BioID/OHMI, point 59 supra, EU:C:2005:547, point 47 ; Deutsche SiSi-Werke/OHMI, point 53 supra, EU:C:2006:20, point 48, et PAPERLAB, point 14 supra, EU:T:2005:247, point 39). Cela étant, rien n'exclut évidemment que le juge de l'Union approuve et reprenne l'un ou l'autre des arguments dégagés par la pratique décisionnelle de l'OHMI.

64 Il existe, en effet, deux hypothèses. Si, en admettant, dans une affaire antérieure, le caractère enregistrable d'un signe en tant que marque communautaire, la chambre de recours a fait une application correcte des dispositions pertinentes du règlement nº 207/2009 et que, dans une affaire ultérieure, comparable à la première, la chambre de recours a pris une décision contraire, le juge de l'Union sera amené à annuler cette dernière décision en raison d'une violation des dispositions pertinentes du règlement nº 207/2009. Dans cette première hypothèse, le moyen tiré de la violation du principe de non-discrimination serait, dès lors, inopérant (arrêt STREAMSERVE, point 55 supra, EU:T:2002:43, point 67).

65 En revanche, si, en admettant, dans une affaire antérieure, le caractère enregistrable d'un signe en tant que marque communautaire, la chambre de recours a commis une erreur de droit, et que, dans une affaire ultérieure, comparable à la première, la chambre de recours a pris une décision contraire, la première décision ne saurait être utilement invoquée à l'appui d'une demande visant à l'annulation de cette dernière décision. En effet, il ressort de la jurisprudence de la Cour que le principe d'égalité de

traitement ne peut être invoqué que dans le cadre du respect de la légalité (arrêts du 13 juillet 1972, Besnard e.a./Commission, 55/71 à 76/71, 86/71, 87/71 et 95/71, Rec, EU:C:1972:66, point 39, et du 28 septembre 1993, Magdalena Fernández/Commission, T-90/92, Rec, EU:T:1993:78, point 38), et que nul ne peut invoquer à son profit une illégalité commise en faveur d'autrui (arrêt du 9 octobre 1984, Witte/Parlement, 188/83, Rec, EU:C:1984:309, point 15). Partant, dans cette seconde hypothèse, le moyen tiré de la violation du principe de non-discrimination serait également inopérant (arrêt STREAMSERVE, point 55 supra, EU:T:2002:43, point 67).

66 Or, ainsi qu'il ressort de l'analyse du présent moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), et en particulier des points 13 à 29 ci-dessus, la chambre de recours a conclu à juste titre que les marques demandées ne pouvaient être enregistrées dès lors qu'elles étaient descriptives des produits concernés.

67 Partant, le quatrième grief doit être rejeté.

Sur le cinquième grief, tiré de l'atteinte à la protection des marques nationales

68 Selon la requérante, les décisions attaquées auront pour effet d'affaiblir la protection de marques nationales. À cet égard, elle souligne que les marques nationales, en ce compris les marques de certification, peuvent être invoquées dans le cadre d'une procédure concernant les marques communautaires. Les décisions attaquées auraient pour effet de n'accorder à ces marques aucun caractère distinctif et, partant, aucune protection au titre de l'article 8, paragraphe 1, sous a) et b), du règlement nº 207/2009. Dans ce contexte, elle se réfère à l'arrêt Formula One Licensing/OHMI, point 27 supra (EU:C:2012:314, points 42 à 47), dans lequel la Cour a considéré que, pour ne pas enfreindre l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009, il doit être reconnu un certain degré de caractère distinctif à une marque nationale invoquée à l'appui d'une opposition à l'enregistrement d'une marque communautaire.

69 Comme le fait observer l'OHMI, il y a lieu de considérer que les arguments de la requérante sont dénués de toute pertinence. En effet, le raisonnement de la chambre de recours est intervenu dans le cadre de la procédure d'examen des motifs absolus de refus au sens de l'article 7, paragraphe 1 sous b) et c), du règlement nº 207/2009 et non dans le contexte d'une procédure inter partes.

70 Le fait que la chambre de recours ait refusé l'enregistrement des marques demandées en tant que marques communautaires en raison de l'existence d'un motif absolu de refus n'implique pas pour autant que cette instance de l'OHMI ne reconnaîtrait aucun caractère distinctif à ces mêmes signes dans l'hypothèse où elles auraient été antérieurement enregistrées comme marques nationales et invoquées dans le cadre d'une procédure d'opposition. À cet égard, l'arrêt Formula One Licensing/OHMI, point 27 supra (EU:C:2012:314), concerne une procédure inter partes et est donc totalement dénué de pertinence en l'espèce.

71 Ainsi que le souligne l'OHMI, la requérante ne démontre pas que la chambre de recours aurait appliqué, dans le cadre de la procédure visant à constater un motif absolu de refus, des critères d'appréciation susceptibles de porter atteinte à la protection des marques nationales de certification.

72 Partant, le cinquième grief doit être rejeté.

73 Il résulte de tout ce qui précède que l'argumentation de la requérante ayant trait à la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 doit être rejetée comme non fondée.

74 En ce qui concerne la question de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009, il convient de rappeler que, ainsi qu'il ressort de l'article 7, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, il suffit qu'un des motifs absolus de refus s'applique pour que le signe litigieux ne puisse être enregistré comme marque communautaire (voir arrêt WEISSE SEITEN, point 16 supra, EU:T:2006:87, point 110 et jurisprudence citée).

75 Par conséquent, dès lors que l'examen de l'argumentation de la requérante ayant trait à la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 a révélé que la chambre de recours avait conclu à juste titre que les marques demandées étaient descriptives des produits concernés et que ce seul motif suffisait à justifier le refus d'enregistrement des marques demandées, il n'est pas nécessaire, en tout état de cause, d'examiner la question de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009, pour laquelle de surcroît la requérante ne développe aucun argument spécifique.

76 Eu égard aux considérations qui précèdent, il y a lieu de rejeter le recours.

Sur les dépens

77 Aux termes de l'article 134, paragraphe 1, du règlement de procédure 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 exposés par l'OHMI, conformément aux conclusions de ce dernier.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête :

1) **Le recours est rejeté.**

2) **La République de Chypre supportera, outre ses propres dépens, ceux exposés par l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI).**

Prek Labucka Kreuschitz

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 7 octobre 2015.

Signatures