Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

15 janvier 2013 *

« Marque communautaire — Demande de marque communautaire verbale ecoDoor — Motif absolu de refus — Caractère descriptif — Article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement (CE) nº 207/2009 »

Dans l'affaire T-625/11,

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, établie à Munich (Allemagne), représentée par Me S. Biagosch, avocat,

partie requérante,

contre

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

partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la première chambre de recours de l'OHMI du 22 septembre 2011 (affaire R 340/2011-1), concernant une demande d'enregistrement du signe verbal ecoDoor comme marque communautaire,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre),

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

greffier : Mme C. Kristensen, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 2 décembre 2011,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 1er mars 2012,

à la suite de l'audience du 13 novembre 2012,

rend le présent

* Langue de procédure : l'allemand.

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 8 juillet 2010, la requérante, BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, a présenté une demande d'enregistrement de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1).

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal ecoDoor.

3 Les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé sont des machines et des appareils relevant des classes 7, 9 et 11 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, ainsi que des pièces de ces machines et appareils.

4 Par décision du 22 décembre 2010, l'examinateur a rejeté la demande d'enregistrement pour les produits suivants :

— classe 7 : « Machines et appareils électriques pour le ménage et la cuisine (compris dans la classe 7), machines et appareils pour préparer des boissons et/ou des aliments, pompes pour servir des boissons refroidies pour l'utilisation en combinaison avec des appareils pour refroidir des boissons ; machines à laver la vaisselle ; machines et appareils électriques pour traiter le linge et les vêtements (compris dans la classe 7), y compris lave-linge, essoreuses » ;

— classe 9 : « Distributeurs automatiques de boissons ou d'aliments, distributeurs automatiques à prépaiement » ;

— classe 11 : « Appareils de chauffage, de production de vapeur et de cuisson, notamment fourneaux, appareils pour cuire, rôtir, griller, toaster, décongeler et maintenir au chaud, chauffe-eau, appareils de réfrigération, en particulier réfrigérateurs, congélateurs, vitrines réfrigérantes, appareils pour le refroidissement de boissons, combinés réfrigérateur/congélateur, appareils de congélation, sorbetières et appareils pour faire de la glace ; séchoirs, notamment aussi sèche-linge, machines à sécher le linge ».

5 Selon l'examinateur, par rapport aux produits énumérés au point 4 ci-dessus, la marque demandée est descriptive au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 et dépourvue de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), dudit règlement.

6 La requérante a formé un recours auprès de l'OHMI, au titre des articles 58 à 64 du règlement nº 207/2009, contre la décision de l'examinateur.

7 Par décision du 22 septembre 2011 (ci-après la « décision attaquée »), la première chambre de recours de l'OHMI a rejeté le recours. En premier lieu, elle a considéré que le public pertinent était composé de consommateurs moyens anglophones. En deuxième lieu, elle a constaté que ledit public distinguerait, au sein de la marque demandée, d'une part, l'élément « eco », qu'il comprendrait comme signifiant « écologique », et, d'autre part, l'élément « door », signifiant « porte ». Par conséquent, selon la chambre de recours, la marque demandée serait perçue par le public comme signifiant « porte éco » ou « porte dont la construction et le mode de fonctionnement sont écologiques ». En troisième lieu, dans la mesure où les produits énumérés au point 4 ci-dessus peuvent comporter des portes et consomment de l'énergie, la chambre de recours a considéré que la marque demandée fournissait des informations sur leur efficacité énergétique et leur caractère écologique et était, partant, descriptive de leur espèce, de leur destination et de leur nature au sens de

l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009. En quatrième lieu, dans la mesure où l'expression « ecodoor » renvoyait au fait que les produits visés étaient équipés d'une porte écologique, elle n'était pas, selon la chambre de recours, apte à distinguer les produits de la requérante de ceux d'autres entreprises et était, par conséquent, dépourvue de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 207/2009.

Conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée ;

— condamner l'OHMI aux dépens.

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

— rejeter le recours ;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

10 Au soutien de son recours, la requérante invoque deux moyens, tirés, le premier, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 et, le second, de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du même règlement.

11 S'agissant du premier moyen, la requérante soutient que la chambre de recours a commis une erreur en estimant que la marque demandée était descriptive des produits énumérés au point 4 ci-dessus.

12 L'OHMI conteste le bien-fondé des arguments de la requérante.

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. Ces signes descriptifs sont réputés incapables de remplir la fonction essentielle des marques d'indication de l'origine (arrêt de la Cour du 23 octobre 2003, OHMI/Wrigley, C-191/01 P, Rec. p. I-12447, points 29 et 30).

14 L'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 poursuit un but d'intérêt général, lequel 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, dès lors, que ces signes ou indications soient réservés à une seule entreprise en raison de leur enregistrement en tant que marque (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 12 janvier 2006, Deutsche SiSi-Werke/OHMI, C-173/04 P, Rec. p. I-551, point 62, et la jurisprudence citée).

15 Dans cette perspective, les signes et les indications visés à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009 sont ceux qui peuvent servir, dans un usage normal du point de vue du consommateur, à désigner soit directement, soit par la mention d'une de ses caractéristiques essentielles, un produit ou un service tel que celui pour lequel l'enregistrement est demandé [arrêt de

la Cour du 20 septembre 2001, Procter & Gamble/OHMI, C-383/99 P, Rec. p. I-6251, point 39, et arrêt du Tribunal du 22 juin 2005, Metso Paper Automation/OHMI (PAPERLAB), T-19/04, Rec. p. II-2383, point 24].

16 Il en résulte que, pour qu'un signe tombe sous le coup de l'interdiction énoncée par l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009, il faut qu'il présente avec les produits ou les services en cause un lien suffisamment direct et concret de nature à permettre au public concerné de percevoir immédiatement, et sans autre réflexion, une description de ces produits ou de ces services ou de l'une de leurs caractéristiques (arrêt PAPERLAB, point 15 supra, point 25).

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

18 À titre liminaire, il convient de relever qu'une grande partie des constats factuels opérés par la chambre de recours dans la décision attaquée et rappelés au point 7 ci-dessus ne sont pas litigieux. Ainsi, la requérante ne conteste pas, premièrement, la définition du public pertinent retenue par la chambre de recours, deuxièmement, le constat selon lequel ledit public distinguera, au sein de la marque demandée, les éléments « eco » et « door », troisièmement, le fait que le terme « door » signifie, en anglais, « porte » et, quatrièmement, le constat selon lequel les produits énumérés au point 4 ci-dessus peuvent comporter des portes et consomment de l'énergie.

19 Dans la mesure où ces constats ne sont, par ailleurs, pas entachés d'erreur, les seules questions qui doivent être tranchées sont la perception par le public pertinent, d'une part, de l'élément « eco » et, d'autre part, de la marque demandée dans son ensemble, ainsi que le caractère descriptif ou non du signe demandé, tel que perçu par le public pertinent, par rapport aux produits énumérés au point 4 ci-dessus.

20 En premier lieu, s'agissant de la perception de l'élément « eco », la requérante soutient que le public pertinent ne l'assimilera pas immédiatement aux expressions « respectueux de l'environnement » ou « économique sur le plan énergétique ».

21 Or, ainsi que l'a relevé la chambre de recours, le préfixe « eco » constitue une abréviation couramment utilisée du terme anglais « ecological » signifiant « écologique ». La référence « eco » est souvent utilisée dans le cadre de la commercialisation de biens et de services pour indiquer l'origine écologique du produit ou l'absence d'impact sur l'environnement de son utilisation [arrêt du Tribunal du 24 avril 2012, Leifheit/OHMI (EcoPerfect), T-328/11, non publié au Recueil, points 25 et 45].

22 Dans ces circonstances, c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que l'élément « eco » allait être perçu par le public pertinent comme signifiant « écologique ».

23 En deuxième lieu, la requérante soutient que la signification de la marque demandée, perçue dans son ensemble, est vague.

24 Or, dans la mesure où, d'une part, l'élément « eco » sera perçu comme signifiant « écologique », ainsi qu'il ressort des points 20 à 22 ci-dessus, et, d'autre part, l'élément « door » sera interprété comme se référant à une « porte », c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que le terme « ecodoor » serait immédiatement compris par le public pertinent comme signifiant « porte éco » ou « porte dont la construction et le mode de fonctionnement sont écologiques ».

25 En troisième lieu, s'agissant du caractère descriptif de la marque demandée, la requérante soutient que, à la suite de la limitation de la liste des produits opérée par elle dans la requête, ladite marque ne vise plus de pièces des machines et des appareils, telles que des portes, mais uniquement les machines et appareils en tant que tels. Dans ces circonstances, la marque demandée ne serait pas descriptive des produits visés par elle, dont les produits énumérés au point 4 ci-dessus, mais, tout au plus, de l'une de leurs pièces.

26 À cet égard, un signe qui est descriptif d'une caractéristique d'une pièce incorporée dans un produit peut être également descriptif de ce même produit. Tel est le cas lorsque, dans la perception du public pertinent, la caractéristique de ladite pièce décrite par le signe est susceptible d'avoir un impact significatif sur les caractéristiques essentielles du produit lui-même. En effet, dans ce cas de figure, le public pertinent assimilera immédiatement et sans autre réflexion la caractéristique de la pièce décrite par le signe aux caractéristiques essentielles du produit concerné.

27 En l'espèce, il ressort des points 20 à 24 ci-dessus que la marque demandée sera interprétée par le public pertinent comme signifiant « porte éco » ou « porte dont la construction et le mode de fonctionnement sont écologiques ».

28 Ainsi que l'a relevé la chambre de recours au point 17 de la décision attaquée, sans que ce constat soit contesté par la requérante, les produits énumérés au point 4 ci-dessus peuvent comporter des portes. Dans ces circonstances, la marque demandée est susceptible de décrire les qualités écologiques de la porte dont est équipé le produit en cause.

29 De même, ainsi qu'il a été constaté aux points 19 et 20 de la décision attaquée, s'agissant des produits énumérés au point 4 ci-dessus, les qualités écologiques de la porte sont importantes pour le caractère écologique du produit dans lequel elle est incorporée.

30 Or, les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la qualité écologique des produits, dont leur consommation d'énergie, et aux processus de fabrication respectueux de l'environnement (voir, en ce sens, arrêt EcoPerfect, point 21 supra, point 45). Cela est particulièrement vrai s'agissant des produits tels que ceux énumérés au point 4 ci-dessus, étant notamment donné qu'ils consomment de l'énergie. Partant, ainsi que l'admet la requérante elle-même, le caractère écologique constitue une caractéristique essentielle de ces mêmes produits.

31 Dans ces circonstances, la chambre de recours a pu considérer, à bon droit, que, dans la perception du public pertinent, la marque demandée était descriptive d'une caractéristique essentielle des produits énumérés au point 4 ci-dessus, à savoir de leur caractère écologique, en ce qu'elle décrivait les qualités écologiques de la porte dont ils sont équipés.

32 La requérante soutient encore que la marque demandée ne permet pas d'identifier quelle caractéristique ou finalité concrète en rapport avec l'environnement est visée. En effet, plusieurs possibilités existeraient à cet égard, telles qu'une production respectueuse de l'environnement, l'utilisation de matériaux naturels, la possibilité d'élimination des déchets respectueuse de l'environnement ou un fonctionnement respectueux de l'environnement.

33 À cet égard, il suffit de constater que toutes les possibilités évoquées par la requérante renvoient au fait que le produit visé par la marque demandée est doté d'un caractère écologique en raison des qualités de la porte dont il est équipé. Dans ces circonstances, quelle que soit l'interprétation exacte de la marque demandée retenue par le public pertinent, cette dernière sera perçue comme décrivant directement une qualité essentielle des produits concernés.

34 Au vu de tout ce qui précède, c'est à juste titre que la chambre de recours a considéré que la marque demandée était descriptive des produits énumérés au point 4 ci-dessus au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement nº 207/2009.

35 Partant, le premier moyen doit être rejeté comme étant non fondé.

36 En outre, il ressort de l'article 7, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 qu'il suffit qu'un des motifs absolus de refus énumérés dans cette disposition s'applique pour que le signe ne puisse être enregistré en tant que marque communautaire [voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 19 septembre 2002, DKV/OHMI, C-104/00 P, Rec. p. I-7561, point 29, et arrêt du Tribunal du 14 septembre 2004, Applied Molecular Evolution/OHMI (APPLIED MOLECULAR EVOLUTION), T-183/03, Rec. p. II-3113, point 29]. Dans ces circonstances, compte tenu du constat opéré au point 34 ci-dessus, il y a lieu de rejeter le recours dans son intégralité sans qu'il soit nécessaire d'examiner le second moyen, tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), dudit règlement.

Sur les dépens

37 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, 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, conformément aux conclusions de l'OHMI.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête :

1) Le recours est rejeté.

2) BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH est condamnée aux dépens.

Pelikánová Jürimäe Van der Woude

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 15 janvier 2013.

Signatures