HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a patra)

15 ianuarie 2013 *

„Marcă comunitară — Cerere de înregistrare a mărcii comunitare verbale ecoDoor — Motiv absolut de refuz — Caracter descriptiv — Articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul (CE) nr. 207/2009”

În cauza T-625/11,

BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, cu sediul la München (Germania), reprezentată de S. Biagosch, avocat,

reclamantă,

împotriva

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

pârât,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei întâi de recurs a OAPI din 22 septembrie 2011 (cauza R 340/2011-1) privind o cerere de înregistrare a semnului verbal ecoDoor ca marcă comunitară,

TRIBUNALUL (Camera a patra),

compus din doamnele I. Pelikánová (raportor), președinte, și K. Jürimäe și domnul M. van der Woude, judecători,

grefier: doamna C. Kristensen, administrator,

având în vedere cererea depusă la grefa Tribunalului la 2 decembrie 2011,

având în vedere întâmpinarea depusă la grefa Tribunalului la 1 martie 2012,

în urma ședinței din 13 noiembrie 2012,

pronunță prezenta

* Limba de procedură: germana.

Hotărâre

Istoricul litigiului

1 La 8 iulie 2010, reclamanta, BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, 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. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1).

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

3 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea sunt mașini și aparate care aparțin claselor 7, 9 și 11 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor, din 15 iunie 1957, cu revizuirile și cu modificările ulterioare, precum și piese ale acestor mașini și aparate.

4 Prin decizia din 22 decembrie 2010, examinatorul a respins cererea de înregistrare pentru următoarele produse:

— clasa 7: „Mașini și aparate electrice de uz casnic și de bucătărie (cuprinse în clasa 7), mașini și aparate pentru prepararea băuturilor și/sau a alimentelor, pompe pentru servirea de băuturi reci destinate a fi utilizate împreună cu aparate pentru răcirea băuturilor; mașini de spălat vase; mașini și aparate electrice pentru prelucrarea rufelor și a hainelor (cuprinse în clasa 7), inclusiv mașini de spălat rufe, storcătoare”.

— clasa 9: „Automate de vânzare de băuturi sau de alimente; automate de vânzare care funcționează cu fise”;

— clasa 11: „Aparate de încălzit, de producere a aburilor și de gătit, în special cuptoare, aparate pentru coacere, frigere, frigere la grătar, prăjirea pâinii, decongelare și menținere la cald, încălzitoare de apă, aparate de refrigerare, în special frigidere, congelatoare, vitrine frigorifice, aparate pentru răcirea băuturilor, combine frigorifice, aparate de congelare, de preparare a înghețatei și de producere a gheții, uscătoare, inclusiv uscătoare pentru rufe, mașini pentru uscarea rufelor”.

5 Potrivit examinatorului, în raport cu produsele enumerate la punctul 4 de mai sus, marca solicitată este descriptivă în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 și lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat.

6 Reclamanta a formulat o cale de atac la OAPI împotriva deciziei examinatorului în temeiul articolelor 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009.

7 Prin Decizia din 22 septembrie 2011 (denumită în continuare „decizia atacată”), Camera întâi de recurs a OAPI a respins calea de atac. În primul rând, aceasta a considerat că publicul relevant era constituit din consumatorul mediu anglofon. În al doilea rând, ea a constatat că publicul menționat ar distinge, în cadrul mărcii solicitate, pe de o parte, elementul „eco”, pe care l-ar percepe cu semnificația „ecologic”, și, pe de altă parte, elementul „door”, care înseamnă „ușă”. În consecință, potrivit camerei de recurs, marca solicitată ar fi percepută de public cu semnificația „ușă eco” sau „ușă a cărei fabricație și al cărei mod de funcționare sunt ecologice”. În al treilea rând, în măsura în care produsele enumerate la punctul 4 de mai sus pot fi prevăzute cu uși și consumă energie, camera de recurs a considerat că marca solicitată furniza informații cu privire la eficacitatea lor energetică și la caracterul lor ecologic și era, prin urmare, descriptivă în ceea ce privește specia, destinația și natura lor în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009. În al patrulea rând, în măsura în care expresia „ecodoor” face trimitere la faptul că produsele în cauză sunt echipate cu o ușă ecologică, ea nu este,

în opinia camerei de recurs, de natură să distingă produsele reclamantei de acelea ale altor întreprinderi și este, prin urmare, lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009.

Concluziile părților

8 Reclamanta solicită Tribunalului:

— anularea deciziei atacate;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

9 OAPI solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantului la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

10 În susținerea acțiunii, reclamanta invocă două motive, întemeiate, primul, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, iar al doilea, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament.

11 În ceea ce privește primul motiv, reclamanta susține că respectiva cameră de recurs a săvârșit o eroare atunci când a apreciat că marca solicitată era descriptivă pentru produsele enumerate la punctul 4 de mai sus.

12 OAPI contestă temeinicia argumentelor reclamantei.

13 Potrivit dispozițiilor articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, se respinge înregistrarea mărcilor care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, proveniența geografică sau data fabricației produsului sau alte caracteristici ale acestora. Aceste semne descriptive sunt considerate incapabile să îndeplinească funcția esențială a mărcii de indicare a originii (Hotărârea Curții din 23 octombrie 2003, OAPI/Wrigley, C-191/01 P, Rec., p. I-12447, punctele 29 și 30).

14 Articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 urmărește un scop de interes general care impune ca semnele sau indicațiile care pot să servească, în comerț, pentru a desemna caracteristici ale produselor sau serviciilor pentru care se solicită înregistrarea să poată fi utilizate în mod liber de toți. Această dispoziție împiedică, prin urmare, ca aceste semne sau indicații să fie rezervate unei singure întreprinderi, întrucât au fost înregistrate ca marcă (a se vedea în acest sens Hotărârea Curții din 12 ianuarie 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAPI, C-173/04 P, Rec., p. I-551, punctul 62 și jurisprudența citată).

15 Din această perspectivă, semnele și indicațiile prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 sunt cele care pot servi, într-o utilizare normală din punctul de vedere al consumatorului, 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 Tribunalului din 22 iunie 2005, Metso Paper Automation/OAPI (PAPERLAB), T-19/04, Rec., p. II-2383, punctul 24].

16 Rezultă că, pentru ca un semn să intre sub incidența interdicției prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, trebuie să prezinte o legătură suficient de directă și de concretă cu produsele sau serviciile în cauză, de natură să permită publicului vizat să perceapă imediat și fără nicio reflecție suplimentară o descriere a produselor sau serviciilor în cauză ori a uneia dintre caracteristicile acestora (Hotărârea PAPERLAB, punctul 15 de mai sus, punctul 25).

17 Astfel, caracterul descriptiv al unei mărci trebuie apreciat, pe de o parte, în raport cu produsele sau serviciile pentru care este solicitată înregistrarea semnului și, pe de altă parte, în raport cu percepția publicului relevant asupra acestuia, publicul relevant fiind constituit din consumatorii acestor produse sau servicii [Hotărârea Tribunalului din 14 iunie 2007, Europig/OAPI (EUROPIG), T-207/06, Rep., p. II-1961, punctul 30].

18 Cu titlu introductiv, trebuie precizat că o mare parte a constatărilor de fapt efectuate de camera de recurs în decizia atacată și amintite la punctul 7 de mai sus nu sunt în litigiu. Astfel, reclamanta nu contestă, în primul rând, definiția publicului relevant reținută de camera de recurs, în al doilea rând, constatarea potrivit căreia publicul menționat va distinge, în cadrul mărcii solicitate, elementele „eco” și „door”, în al treilea rând, faptul că termenul „door” înseamnă, în limba engleză, „ușă” și, în al patrulea rând, constatarea potrivit căreia produsele enumerate la punctul 4 de mai sus pot fi prevăzute cu uși și consumă energie.

19 În măsura în care aceste constatări nu sunt, pe de altă parte, afectate de eroare, singurele probleme care trebuie soluționate sunt perceperea, de către publicul relevant, pe de o parte, a elementului „eco” și, pe de altă parte, a mărcii solicitate în ansamblu, precum și caracterul descriptiv sau nedescriptiv al semnului solicitat, astfel cum este perceput de publicul relevant, în raport cu produsele enumerate la punctul 4 de mai sus.

20 În primul rând, în ceea ce privește percepția elementului „eco”, reclamanta susține că publicul relevant nu îl va asimila imediat cu expresiile „care respectă mediul” sau „economic din punct de vedere energetic”.

21 Or, astfel cum a arătat camera de recurs, prefixul „eco” constituie o abreviere, utilizată în mod curent, a termenului englez „ecological”, care înseamnă „ecologic”. Elementul „eco” este utilizat adesea în cadrul comercializării de bunuri și servicii pentru a indica originea ecologică a unui produs sau lipsa de impact asupra mediului a utilizării sale [Hotărârea Tribunalului din 24 aprilie 2012, Leifheit/OAPI (EcoPerfect), T-328/11, nepublicată în Repertoriu, punctele 25 și 45].

22 În aceste împrejurări, camera de recurs a considerat în mod întemeiat că elementul „eco” urma să fie perceput de publicul relevant cu semnificația „ecologic”.

23 În al doilea rând, reclamanta susține că, percepută în ansamblu, semnificația mărcii solicitate este vagă.

24 Or, în măsura în care, pe de o parte, elementul „eco” va fi perceput cu semnificația „ecologic”, după cum reiese din cuprinsul punctelor 20-22 de mai sus, și, pe de altă parte, elementul „door” va fi interpretat ca desemnând o „ușă”, camera de recurs a considerat în mod întemeiat că termenul „ecodoor” va fi imediat înțeles de publicul relevant cu semnificația „ușă eco” sau „ușă a cărei fabricație și al cărei mod de funcționare sunt ecologice”.

25 În al treilea rând, în ceea ce privește caracterul descriptiv al mărcii solicitate, reclamanta susține că, în urma limitării listei cu produse efectuate de aceasta în cererea introductivă, marca menționată nu mai privește piese pentru mașini și pentru aparate, precum ușile, ci numai mașinile și aparatele ca atare. În aceste împrejurări, marca solicitată nu ar fi descriptivă în privința produselor pe care le desemnează, printre care produsele enumerate la punctul 4 de mai sus, ci, cel mult, în ceea ce privește una dintre piesele lor componente.

26 În acest sens, un semn care este descriptiv în ceea ce privește o caracteristică a unei piese încorporate într-un produs poate fi totodată descriptiv în privința aceluiași produs. Acesta este cazul când, în percepția publicului relevant, caracteristica piesei respective descrise de semn poate avea un impact semnificativ asupra caracteristicilor esențiale ale produsului însuși. Astfel, în acest caz, publicul relevant va asimila imediat și fără nicio reflecție suplimentară caracteristica piesei descrise de semn cu caracteristicile esențiale ale produsului în cauză.

27 În speță, reiese din cuprinsul punctelor 20-24 de mai sus că marca solicitată va fi interpretată de publicul relevant cu semnificația „ușă eco” sau „ușă a cărei fabricație și al cărei mod de funcționare sunt ecologice”.

28 Astfel cum a arătat camera de recurs la punctul 17 din decizia atacată, fără ca această constatare să fie contestată de reclamantă, produsele enumerate la punctul 4 de mai sus pot fi prevăzute cu uși. În aceste împrejurări, marca solicitată este de natură să descrie calitățile ecologice ale ușii cu care este echipat produsul în cauză.

29 Tot astfel, după cum s-a constatat la punctele 19 și 20 din decizia atacată, în ceea ce privește produsele enumerate la punctul 4 de mai sus, calitățile ecologice ale ușii sunt importante pentru caracterul ecologic al produsului în care este încorporată.

30 Or, consumatorii sunt din ce în ce mai atenți la calitatea ecologică a produselor, printre care consumul de energie, și la procesele de fabricație care respectă mediul (a se vedea în acest sens Hotărârea EcoPerfect, punctul 21 de mai sus, punctul 45). Acest lucru este valabil mai ales în privința unor produse precum cele enumerate la punctul 4 de mai sus, având în vedere în special faptul că acestea consumă energie. Prin urmare, astfel cum admite chiar reclamanta, caracterul ecologic constituie o caracteristică esențială a acelorași produse.

31 În aceste împrejurări, camera de recurs a considerat în mod întemeiat că, în percepția publicului relevant, marca solicitată este descriptivă în privința unei caracteristici esențiale a produselor enumerate la punctul 4 de mai sus, și anume în ceea ce privește caracterul lor ecologic, întrucât descrie calitățile ecologice ale ușii cu care sunt echipate.

32 Reclamanta mai susține că marca solicitată nu permite să se identifice care anume caracteristică sau finalitate concretă în raport cu mediul este vizată. Astfel, în această privință, ar exista mai multe posibilități, precum o producție care respectă mediul, utilizarea de materiale naturale, posibilitatea de eliminare a deșeurilor cu respectarea mediului sau un mod de funcționare care respectă mediul.

33 În această privință, este suficient să se constate că toate posibilitățile evocate de reclamantă fac trimitere la faptul că produsul vizat de marca solicitată prezintă un caracter ecologic ca urmare a calităților ușii cu care este echipat. În aceste împrejurări, indiferent de interpretarea exactă reținută de publicul relevant în raport cu marca solicitată, aceasta din urmă va fi percepută ca direct descriptivă în ceea ce privește o calitate esențială a produselor în cauză.

34 Având în vedere toate cele expuse anterior, camera de recurs a considerat în mod întemeiat că marca solicitată este descriptivă în ceea ce privește produsele enumerate la punctul 4 de mai sus în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009.

35 Prin urmare, primul motiv trebuie respins ca fiind neîntemeiat.

36 În plus, rezultă din articolul 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009 că este suficient ca unul dintre motivele absolute de refuz prevăzute în această dispoziție să fie aplicabil pentru ca semnul să nu poată fi înregistrat ca marcă comunitară [a se vedea în acest sens Hotărârea Curții din 19 septembrie 2002, DKV/OAPI, C-104/00 P, Rec., p. I-7561, punctul 29, și Hotărârea Tribunalului din 14 septembrie 2004, Applied Molecular Evolution/OAPI (APPLIED MOLECULAR EVOLUTION),

T-183/03, Rec., p. II-3113, punctul 29]. În aceste împrejurări, ținând seama de constatarea efectuată la punctul 34 de mai sus, trebuie respinsă în totalitate acțiunea, fără a fi necesar să se examineze al doilea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat.

Cu privire la cheltuielile de judecată

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

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a patra)

declară și hotărăște:

1) Respinge acțiunea.

2) Obligă BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH la plata cheltuielilor de judecată.

Pelikánová Jürimäe Van der Woude

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 15 ianuarie 2013.

Semnături