ARRÊT DU TRIBUNAL (deuxième chambre)
28 janvier 2004 *

Dans les affaires jointes T-146/02 à T-153/02,

Deutsche SiSi-Werke GmbH & Co. Betriebs KG, établie à Eppelheim (Allemagne), représentée par M^e^ A. Franke, avocat,

partie requérante,

contre

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

partie défenderesse,

* Langue de procédure: l'allemand.

ayant pour objet des demandes d'annulation des décisions de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 28 février 2002 (affaires R 719/1999-2 à R 724/1999-2, R 747/1999-2 et R 748/1999-2) concernant l'enregistrement de marques tridimensionnelles (sachets tenant debout),

LE TRIBUNAL DE PREMIÈRE INSTANCE
DES COMMUNAUTÉS EUROPÉENNES (deuxième chambre),

composé de MM. N. J. Forwood, président, J. Pirrung et A. W. H. Meij, juges,

greffier: M^me^ D. Christensen, administrateur,

vu les requêtes déposées au greffe du Tribunal le 8 mai 2002,

vu l'ordonnance du 9 juillet 2002 portant jonction des affaires T-146/02 à T-153/02,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 20 septembre 2002,

à la suite de l'audience du 23 septembre 2003,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 8 juillet 1997, la requérante a présenté huit demandes de marques communautaires à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (ci-après l'«Office») en vertu du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié.

2 Les marques tridimensionnelles dont l'enregistrement a été demandé sont constituées de différents sachets pour boissons pouvant tenir debout. Ces sachets sont de forme bombée à fond élargi et ont, selon les demandes, une face se rapprochant du triangle allongé ou de l'ovale, avec des concavités latérales dans certains cas.

3 Les produits et services pour lesquels l'enregistrement des marques a été demandé relèvent des classes 1, 3, 5, 6, 16, 20, 29, 30, 32, 33, 39 et 40 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.

4 Par décisions des 24 et 27 septembre 1999, l'examinateur a rejeté les huit demandes au titre de l'article 38 du règlement n° 40/94 au motif que les marques demandées étaient dépourvues de tout caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

5 Le 11 novembre 1999, la requérante a formé huit recours auprès de l'Office, au titre de l'article 59 du règlement n° 40/94, contre les décisions de l'examinateur, en limitant ses demandes de marques aux produits suivants:

— «bières; eaux minérales et gazeuses et autres boissons non alcooliques; boissons de fruits et jus de fruits; sirops et autres préparations pour faire des boissons», relevant de la classe 32;

— «boissons alcooliques (à l'exception des bières)», relevant de la classe 33.

6 Par décisions du 28 février 2002 (ci-après les «décisions attaquées»), notifiées à la requérante le 11 mars 2002, la chambre de recours a rejeté les recours au motif que les marques demandées n'étaient pas distinctives au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

- En substance, la chambre de recours a considéré que les consommateurs ne reconnaîtraient dans les sachets tenant debout aucune indication d'origine commerciale mais uniquement une forme de conditionnement. Elle a ajouté que ce type d'emballage ne pouvait faire l'objet d'un monopole dans l'intérêt des concurrents, des fabricants d'emballages et des producteurs de boissons.

8 Par demande du 6 mai 2002 auprès de l'Office, la requérante a limité ses demandes de marques aux produits suivants: «boissons à base de jus de fruits et jus de fruits», relevant de la classe 32.

Conclusions des parties

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

— annuler les décisions attaquées;

— condamner l'Office aux dépens.

10 L'Office conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter les recours;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

Sur l'objet du litige

11 Interrogé sur ce point, l'Office a confirmé le caractère régulier et effectif de la limitation de la liste des produits visés effectuée par la requérante le 6 mai 2002, postérieurement à l'adoption des décisions attaquées.

12 Le Tribunal constate que, lors de l'audience, les parties se sont accordées à considérer que, du fait de cette limitation, les présents recours doivent être compris comme ne demandant l'annulation des décisions attaquées que pour autant que ces dernières ne font pas droit aux prétentions de la requérante en ce qui concerne les «boissons à base de jus de fruits et jus de fruits», relevant de la classe 32.

Sur la base juridique des décisions attaquées

13 La requérante allègue que la chambre de recours, en motivant ses décisions par la nécessité d'éviter un monopole, s'est fondée sur le besoin de disponibilité de certains signes et, par conséquent, sur l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94.

14 Le Tribunal relève que la conclusion de la requérante sur la base juridique du besoin de disponibilité est erronée. D'une part, l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 est la seule base juridique indiquée dans les décisions attaquées. D'autre part, aucun lien direct et exclusif ne peut être établi entre le risque de monopolisation et un motif absolu de refus particulier. Au contraire, en vertu d'une jurisprudence constante, les motifs absolus de refus figurant à l'article 7, paragraphe 1, sous b) à e), du règlement n° 40/94 traduisent le souci du législateur communautaire d'éviter la reconnaissance au profit d'un opérateur de droits exclusifs qui pourraient entraver la concurrence sur le marché des produits ou des services concernés (voir, en ce qui concerne le motif de refus relatif au caractère distinctif de la marque, arrêt de la Cour du 6 mai 2003, Libertel, C-104/01, Rec. p. I-3793, point 60).

15 Toutefois, pour les mêmes raisons, le rejet du moyen de la requérante fondé sur l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 n'emporte pas à lui seul le

rejet de ses griefs relatifs à l'application en l'espèce du besoin de disponibilité. Ces griefs demeurent dans la mesure où ils concernent l'application illégale de cette notion dans le cadre de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Sur le caractère distinctif des marques demandées

Arguments des parties

16 La requérante considère, en substance, que le conditionnement de boissons à base de jus de fruits et de jus de fruits avec des sachets tenant debout n'est pas usuel. Le caractère inhabituel de ce type d'emballage pour les produits visés écarte le besoin de disponibilité des signes en cause et confère aux marques demandées un caractère distinctif.

17 Elle avance que le consommateur est habitué à ce que l'emballage des boissons soit utilisé lors des campagnes de commercialisation. Il perçoit donc, lorsqu'il y a lieu, les emballages de boissons comme des indications de l'origine commerciale du produit.

18 La requérante admet l'existence d'un intérêt général visant à la disponibilité des signes qui, en raison du fait qu'ils sont conformes à la manière habituelle de désigner les produits ou les services concernés ou leurs caractéristiques, ne permettent pas de remplir la fonction d'identification de l'entreprise qui les met sur le marché. En revanche, tous les signes non usuels, et notamment la représentation graphique de la forme d'un produit, peuvent être enregistrés en tant que marque communautaire. Elle souligne que, au regard des critères fixés par l'arrêt Libertel, cité au point 14 ci-dessus, l'intérêt général poursuivi par le besoin de disponibilité n'est pas remis en cause en l'espèce. En effet, d'une part, le secteur concerné est particulièrement restreint, puisqu'il ne porte que sur les boissons à

base de jus de fruits et sur les jus de fruits et, d'autre part, les signes revendiqués n'appartiennent pas à une catégorie restreinte, puisque le nombre de formes possibles pour l'emballage des boissons est infini.

19 La requérante fait observer que, conformément à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, un minimum de caractère distinctif suffit pour qu'une marque puisse être enregistrée. Dès lors, une forme tridimensionnelle ne pourra se voir dénier ce caractère distinctif si elle est inhabituelle dans le secteur considéré.

20 En ce qui concerne le produit lui-même, la requérante avance que le conditionnement de boissons à base de jus de fruits et de jus de fruits avec des sachets tenant debout n'est pas usuel. En effet, comme l'admet la chambre de recours, ces boissons sont le plus souvent conditionnées et vendues en bouteilles ou, moins fréquemment, en cannettes ou en boîtes en carton. Cet état de fait perdurant malgré le succès commercial déjà ancien de la requérante en ce qui concerne les sachets tenant debout, cela démontre l'absence d'intérêt général résidant dans l'utilisation de tels sachets pour les boissons. De plus, selon la requérante, les sachets tenant debout avec l'apparence demandée sont totalement inhabituels et ne peuvent être qualifiés de simple variante de ce type de sachet. Ils sont, par ailleurs, techniquement complexes à réaliser, coûteux et n'offrent pas d'avantages par rapport aux emballages habituels des boissons. En outre, leur apparence originale, principalement par leur forme et par leur aspect métallique dû à une technique spéciale, procure aux marques demandées un aspect unique.

21 Pour le consommateur moyen, les sachets tenant debout pour lesquels les marques sont demandées sont suffisamment originaux pour qu'il puisse y reconnaître une boisson non alcoolisée bien précise qu'il pourra attribuer à un certain fabricant.

22 La requérante considère que les articles trouvés sur Internet, avancés par la chambre de recours dans les décisions attaquées, ne démontrent pas le caractère usuel des sachets tenant debout pour les jus de fruits ou pour les boissons à base

de jus de fruits. Ces articles ne donnent aucun élément relatif à la nécessité actuelle d'un besoin de disponibilité, car aucun d'entre eux ne concerne le marché européen. De plus, ces articles — certains d'entre eux remontent à plusieurs années — ne permettent pas non plus de justifier un besoin de disponibilité futur.

23 La requérante estime que, au vu de la pratique de l'Office, la chambre de recours a appliqué en l'espèce trop sévèrement l'exigence d'originalité d'une marque représentant un conditionnement de boisson. La requérante invoque en particulier, à cet égard, deux enregistrements communautaires relatifs à la bouteille «Granini» et à la «Brunnenflasche» et un enregistrement relatif à une boîte métallique ondulée pour boisson.

24 Enfin, la requérante invoque l'enregistrement par le Deutsches Patent- und Markenamt (Office des brevets et des marques allemand) de quatre des marques présentement demandées. Elle précise à cet égard que, si l'Office n'est pas lié par ces enregistrements, ceux-ci devraient néanmoins être examinés au fond lors de l'appréciation des marques demandées dans la mesure où le Deutsches Patent- und Markenamt applique la législation se conformant à la première directive 89/104/CEE du Conseil, du 21 décembre 1988, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 1989, L 40, p. 1), directive interprétée de manière uniforme par les juridictions communautaires et analogue sur le point considéré au règlement n° 40/94.

25 L'Office avance que la chambre de recours n'a fait que compléter son appréciation du caractère distinctif des marques demandées par des remarques additionnelles sur le risque de monopolisation, sans en faire une condition d'application de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

26 Selon l'Office, dans le cas de produits qui ne peuvent pas être commercialisés sans conditionnement (liquides ou produits périssables), et en particulier pour les produits de consommation courante, une fonction d'indication de l'origine

commerciale suppose que le conditionnement du produit tranche nettement sur l'ensemble des conditionnements comparables utilisés pour ce produit. En ce qui concerne les marques demandées en l'espèce, l'Office considère que les différences entre les sachets dont la représentation est demandée et les autres sachets tenant debout présents sur le marché ne sont pas suffisantes pour leur conférer un caractère distinctif. Le caractère usuel de ce type d'emballage pour les produits alimentaires en général et les boissons en particulier est démontré par la consultation des sites Internet cités par la chambre de recours et confirmé par celle d'autres sites.

27 L'Office fait valoir que la circonstance, selon laquelle la requérante utilise depuis longtemps les sachets dont la représentation est demandée, ne peut être prise en compte que dans le cadre de l'article 7, paragraphe 3, du règlement n° 40/94, disposition non invoquée par la requérante.

28 En ce qui concerne les enregistrements nationaux et les décisions de l'Office avancés par la requérante, l'Office rappelle, notamment, que ceux-ci ne le lient pas juridiquement.

Appréciation du Tribunal

29 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, sont refusées à l'enregistrement les «marques qui sont dépourvues de caractère distinctif».

30 Les marques visées par l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 comme étant dépourvues de caractère distinctif sont celles qui sont incapables d'exercer la fonction essentielle de la marque, à savoir celle d'identifier l'origine commerciale du produit ou du service.

31 Ainsi qu'il ressort de la jurisprudence, les marques visées par l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sont, notamment, celles qui, du point de vue du public pertinent, sont communément utilisées, dans le commerce, pour la présentation des produits ou des services concernés ou à l'égard desquelles il existe, à tout le moins, des indices concrets permettant de conclure qu'elles sont susceptibles d'être utilisées de cette manière [arrêts du Tribunal du 2 juillet 2002, SAT.1/OHMI (SAT.2), T-323/00, Rec. p. II-2839, point 37, et du 5 mars 2003, Unilever/OHMI (Tablette ovoïde), T-194/01, Rec. p. II-383, point 39].

32 Il convient de rappeler que l'intérêt que peuvent avoir les concurrents du demandeur d'une marque tridimensionnelle constituée par la présentation d'un produit de pouvoir choisir librement la forme et le dessin de leurs propres produits n'est pas, en soi, un motif susceptible de justifier le refus d'enregistrer une telle marque, ni un critère d'appréciation, à lui seul suffisant, du caractère distinctif de celle-ci. En excluant l'enregistrement de signes dépourvus de caractère distinctif, l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 ne protège l'intérêt à la disponibilité de différentes variantes de la présentation d'un produit que dans la mesure où la présentation du produit dont l'enregistrement est demandé ne peut pas, a priori et indépendamment de son usage au sens de l'article 7, paragraphe 3, du règlement n° 40/94, remplir la fonction d'une marque, c'est-à-dire permettre au public pertinent de distinguer le produit visé de ceux ayant une autre origine commerciale.

33 Le caractère distinctif d'un signe ne peut être apprécié que, d'une part, par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement est demandé et, d'autre part, par rapport à la perception qu'en a le public pertinent.

34 En ce qui concerne les présents recours, il convient de préciser que les marques demandées sont constituées par l'apparence de l'emballage des produits visés, à savoir par la représentation de divers sachets tenant debout destinés à conditionner des boissons à base de jus de fruits et des jus de fruits.

35 La chambre de recours, dans chaque décision attaquée, a considéré qu'«un acheteur de boissons, confronté audit sachet tenant debout, ne le verra pas en premier lieu comme une référence à un fabricant, mais qu'il le percevra uniquement comme une forme de récipient contenant la boisson qu'il souhaite acheter» (décisions attaquées, point 16, in fine), que toutes les représentations revendiquées correspondaient à un récipient usuel des produits pour lesquels la requérante demande l'enregistrement (décisions attaquées, point 22; décision R 722/1999-2, point 21), et que le consommateur moyen les percevrait comme des variantes supplémentaires des sachets tenant debout (décisions attaquées, point 20, sauf pour la décision R 722/1999-2). Elle a également considéré que, vu l'importance croissante que ce genre de sachet revêt pour les industries de l'emballage et des boissons, un sachet tenant debout tel que ceux dont il est question en l'espèce ne peut pas être monopolisé par un seul fabricant (décisions attaquées, point 20; décision R 722/1999-2, point 19).

36 Le public concerné par les marques demandées est celui de tous les consommateurs finaux. En effet, les boissons à base de jus de fruits et les jus de fruits sont destinés à une consommation courante. Il y a donc lieu d'apprécier le caractère distinctif des marques demandées en tenant compte de l'attente présumée d'un consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (voir, par analogie, arrêt de la Cour du 16 juillet 1998, Gut Springenheide et Tusky, C-210/96, Rec. p. I-4657, points 30 à 32).

37 À cet égard, il convient de rappeler que la perception du public pertinent n'est pas nécessairement la même dans le cas d'une marque tridimensionnelle constituée par l'apparence du produit lui-même que dans le cas d'une marque verbale, figurative ou tridimensionnelle qui n'est pas constituée par cette apparence. En effet, alors que le public a l'habitude de percevoir, immédiatement, ces dernières marques comme des signes identificateurs du produit, il n'en va pas nécessairement de même lorsque le signe se confond avec l'apparence du produit lui-même (voir, par analogie, arrêt Libertel, cité au point 14 ci-dessus, point 65; arrêt Tablette ovoïde, cité au point 31 ci-dessus, point 45).

38 L'emballage d'un produit liquide étant un impératif de commercialisation, le consommateur moyen lui attribuera en premier lieu une simple fonction de conditionnement. Or, un signe qui remplit d'autres fonctions que celle de la marque n'est distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 que s'il peut être perçu d'emblée comme une indication de l'origine commerciale des produits ou services visés afin de permettre au public pertinent de distinguer sans confusion possible les produits ou services du titulaire de la marque de ceux qui ont une autre provenance commerciale [arrêt du Tribunal du 5 décembre 2002, Sykes Enterprises/OHMI (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS), T-130/01, Rec. p. II-5179, point 20]. Dès lors, le consommateur moyen ne percevra la forme d'un emballage de boisson comme une indication de l'origine commerciale du produit que si cette forme est susceptible d'être perçue d'emblée comme une telle indication.

39 La requérante prétend tout d'abord que l'emballage des boissons à base de jus de fruits et des jus de fruits par des sachets tenant debout est, en lui-même, inhabituel.

40 À cet égard, la chambre de recours a constaté, à suffisance de droit, au vu des sites Internet indiqués dans les décisions attaquées, d'une part, que les sachets tenant debout étaient déjà utilisés pour l'emballage de certaines boissons et, d'autre part, que cette utilisation était susceptible de se généraliser pour tous les types de boissons (décisions attaquées, points 17 à 19).

41 Les critiques de la requérante relatives à la pertinence géographique ou temporelle des exemples trouvés sur Internet ne sauraient invalider la pertinence de ces exemples. En effet, la synthèse des informations trouvées sur les différents sites Internet cités démontre que de tels sachets sont actuellement utilisés dans le monde pour l'emballage de boissons, notamment pour les jus de fruits, et que de tels sachets existent dans la Communauté pour l'emballage des liquides alimentaires. Les informations ainsi accessibles constituent des indices concrets du fait que les

sachets tenant debout sont communément utilisés, dans le commerce, pour la présentation des produits en cause ou, à tout le moins, qu'ils sont susceptibles d'être utilisés de cette manière.

42 Dès lors que ce mode de conditionnement est utilisé pour les liquides alimentaires en général, dont les boissons, il ne possède pas un caractère inhabituel suffisamment prononcé pour que le consommateur moyen perçoive ce conditionnement, en lui-même, comme indiquant l'origine commerciale particulière d'un produit de cette catégorie. Cette absence de caractère distinctif de ce type d'emballage pour les liquides alimentaires couvre chacun des produits appartenant à cette catégorie et, en particulier, les boissons visées en l'espèce. Le développement prévisible de ce mode de conditionnement confirme, si besoin était, le caractère commun de son utilisation.

43 S'agissant de l'argument de la requérante fondé sur son utilisation ancienne et non imitée du type d'emballage en cause pour les produits visés, il convient de souligner que l'utilisation même exclusive d'un signe ne confère pas à celui-ci un caractère distinctif intrinsèque. En effet, conformément à l'économie de l'article 7 du règlement n° 40/94, l'usage d'un signe ne peut être pris en considération que dans le cadre du paragraphe 3 de cet article afin de démontrer l'existence d'un caractère distinctif acquis. La requérante n'ayant pas invoqué un caractère distinctif acquis par l'usage dans l'ensemble de la Communauté pour les marques demandées, son argument ne saurait prospérer.

44 La requérante avance ensuite que les représentations revendiquées possèdent des éléments de design qui ne se limitent pas à des caractéristiques usuelles ou fonctionnelles. Elle invoque à cet égard, principalement, outre une série d'éléments correspondant à une description minutieuse des sachets dont la représentation est demandée, l'originalité de la forme essentielle de ces sachets, à savoir, selon les cas, l'ovale ou le triangle, et leur aspect métallique.

45 Il convient donc d'examiner l'impression d'ensemble produite par l'apparence des sachets en cause (voir, par analogie, arrêt de la Cour du 11 novembre 1997, SABEL, C-251/95, Rec. p. I-6191, point 23), ce qui n'est pas incompatible avec un examen successif des différents éléments de présentation utilisés (arrêt Tablette ovoïde, cité au point 31 ci-dessus, point 54).

46 À cet égard, il y a lieu, tout d'abord, de constater que les représentations revendiquées correspondent à un certain type de conditionnement des liquides. Les exemples de sachets pouvant tenir debout fournis dans les décisions attaquées démontrent que, très généralement, ces sachets sont constitués de trois faces assemblées par soudure sur les cinq côtés et présentent une face avant et arrière de forme carrée ou rectangulaire.

47 La majeure partie des éléments de design avancés par la requérante soit correspondent simplement à la forme générique des sachets pouvant tenir debout, soit sont bien trop mineurs pour pouvoir être mémorisés par le public pertinent. Ainsi, la forme bombée, les lignes parallèles sur le côté, voire la ligne horizontale supérieure correspondant à une soudure, ne peuvent donner aux représentations des sachets de la requérante un quelconque caractère distinctif par rapport à la forme de base des sachets tenant debout. Par ailleurs, l'arc de cercle, ou le V, formé par la soudure du fond des sachets, la taille différente des faces avant et arrière ou l'absence de ligne supérieure ne peuvent pas être perçus par le public pertinent comme des caractéristiques leur permettant de reconnaître ces sachets.

48 Restent alors trois éléments pouvant constituer une différenciation perceptible des représentations des sachets en cause par rapport à une forme basique de sachet pouvant tenir debout, à savoir les formes essentielles des sachets, les concavités latérales et l'aspect métallique.

49 En ce qui concerne, premièrement, les formes essentielles des différents sachets en cause, celles-ci sont constituées par un rectangle, un ovale ou un triangle. Elles correspondent aux formes géométriques de base telles qu'elles sont susceptibles d'être appliquées aux sachets tenant debout. En outre, du fait de contraintes techniques et de la finalité de cet emballage consistant à tenir debout, les formes ovales ou triangulaires sont affadies par des bords inférieur et supérieur droits qui les rapprochent du carré ou du rectangle. En conséquence, ces formes essentielles ne sauraient, par elles-mêmes, conférer un caractère distinctif aux marques demandées dans la mesure où elles sont couramment utilisées ou susceptibles de l'être pour les sachets tenant debout.

50 En ce qui concerne, deuxièmement, les concavités latérales de quatre des représentations revendiquées, elles seront associées, dans l'esprit du consommateur moyen, à une meilleure préhension des sachets. En outre, ces concavités présentent un aspect suffisamment mineur ou constituent des variations des bords droits qui sont trop basiques pour être capables, en elles-mêmes, de conférer un caractère distinctif aux formes en cause.

51 En ce qui concerne, troisièmement, l'aspect métallique des sachets représenté par la couleur grise avec un jeu de lumière, il sera perçu, à tort ou à raison, par le public pertinent, comme étant dû au constituant de la feuille utilisée pour fabriquer les sachets. Dès lors, cet aspect métallique ne sera pas perçu par le consommateur moyen comme une indication de l'origine commerciale des produits visés.

52 Enfin, en ce qui concerne l'apparence de chacun des sachets en cause, prise dans son ensemble, la chambre de recours a considéré à juste titre que les différences que présentent les formes et l'aspect demandés par rapport à l'apparence générique d'un sachet tenant debout constituent de simples variantes de cette apparence. En effet, la somme de ces différences ne confère pas à l'apparence

globale de chacun des sachets en cause une différence marquée par rapport à l'apparence générique d'un sachet tenant debout. L'association des différents éléments mineurs de design ou l'apparence globale des différents sachets ne sont pas susceptibles d'être mémorisées par le consommateur moyen, dont l'attention à cet égard est peu élevée, en tant qu'indication de l'origine commerciale des produits visés.

53 Il convient encore d'ajouter que les difficultés techniques ou le coût de réalisation des sachets selon les représentations demandées ne constituent pas des critères pertinents pour juger du caractère distinctif des marques demandées. En effet, une forme privée de tout caractère distinctif ne saurait en acquérir du fait des difficultés ou du coût de sa réalisation.

54 Par ailleurs, la chambre de recours était en droit d'évoquer le risque de monopolisation des sachets tenant debout pour les boissons visées dès lors que cette analyse venait confirmer l'absence de caractère distinctif de ces sachets pour ces produits, conformément à l'intérêt général sous-tendant le motif absolu de refus fondé sur l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. Au demeurant, l'existence de risques de monopolisation s'avère d'autant plus perceptible en l'espèce que les présentes demandes de marques couvrent une grande partie des variations envisageables par rapport à la forme générique des sachets tenant debout.

55 En ce qui concerne l'invocation par la requérante de divers enregistrements communautaires de conditionnements de boissons, il convient de rappeler que, selon une jurisprudence constante, le caractère enregistrable d'un signe en tant que marque communautaire ne doit être apprécié que sur la base de la réglementation communautaire pertinente telle qu'interprétée par le juge communautaire et non pas sur la base d'une pratique décisionnelle antérieure des chambres de recours [arrêt SAT.2, cité au point 31 ci-dessus, point 60, et arrêt Sykes Enterprises/OHMI (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS), cité au point 38 ci-dessus].

56 S'agissant de l'argument relatif aux quatre marques enregistrées par le Deutsches Patent- und Markenamt dont trois sont très semblables à certaines de celles demandées en l'espèce (affaires T-148/02, T-149/02 et T-151/02), il ressort d'une jurisprudence constante que les enregistrements d'ores et déjà effectués dans des États membres ne constituent que des éléments qui, sans être déterminants, peuvent seulement être pris en considération aux fins de l'enregistrement d'une marque communautaire (voir arrêt Tablette ovoïde, cité au point 31 ci-dessus, point 68, et la jurisprudence visée). La chambre de recours a, en conséquence, correctement pris en compte ces enregistrements nationaux en précisant que ces derniers ne l'amenaient pas à altérer son appréciation.

57 Eu égard à ce qui précède, la chambre de recours a considéré à bon droit que les huit représentations de sachets tenant debout étaient privées de caractère distinctif en ce qui concerne les produits visés, y compris les boissons à base de jus de fruits et les jus de fruits.

58 Il convient donc de rejeter les présents recours.

Sur les dépens

59 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'Office.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (deuxième chambre)

déclare et arrête:

1) **Les recours sont rejetés.**

2) **La requérante est condamnée aux dépens.**

Forwood Pirrung Meij

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 28 janvier 2004.

Le greffier

H. Jung

Le président

J. Pirrung