

Affaire T-355/00

**DaimlerChrysler AG**  
**contre**  
**Office de l'harmonisation dans le marché intérieur**  
**(marques, dessins et modèles) (OHMI)**

«*Marque communautaire — Syntagme TELE AID — Motifs absolus de refus — Article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement (CE) n° 40/94*»

Arrêt du Tribunal (deuxième chambre élargie) du 20 mars 2002 . . . . . II-1943

**Sommaire de l'arrêt**

1. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs absolus de refus — Marques composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir à désigner les caractéristiques d'un produit — Objectif — Impératif de disponibilité — Portée de l'examen*  
*[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 7, § 1, sous c)]*

2. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Demande d'enregistrement d'un signe pour l'ensemble des services relevant d'une même catégorie — Appréciation du caractère descriptif du signe portant sur l'ensemble des services*

[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 7, § 1, sous c)]

3. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs absolus de refus — Marques composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir à désigner les caractéristiques d'un produit — Marques dépourvues de caractère distinctif — Syntagme «TELE AID»*

[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 7, § 1, sous b) et c), et 2]

4. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs absolus de refus — Marques composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir à désigner les caractéristiques d'un produit — Appréciation du caractère descriptif d'un signe — Prise en considération des seules catégories de produits et/ou de services visées dans la demande d'enregistrement*

[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 7, § 1, sous c)]

1. L'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, qui empêche que les signes ou indications visés par lui soient réservés à une seule entreprise en raison de leur enregistrement en tant que marque, poursuit un but d'intérêt général, lequel exige que de tels signes ou indications puissent être librement utilisés par tous. L'application de cette disposition ne dépend pas de l'existence d'un impératif de disponibilité concret, actuel et sérieux, de sorte qu'il convient uniquement d'examiner, sur la base d'une signification donnée du signe en question, s'il existe, du point de vue du public ciblé, un rapport suffisamment direct et concret entre le signe et les catégories de produits ou services pour lesquelles l'enregistrement est demandé.
2. Lorsque l'enregistrement d'un signe comme marque communautaire est demandé sans distinction pour une catégorie de services dans son ensemble et que ce signe n'est pas descriptif par rapport à tous les services relevant de cette catégorie, le motif de refus visé à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 s'applique néanmoins à ce signe pour toute la catégorie concernée.

(voir point 34)

(voir points 24, 27-28)

3. Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, sont refusées à l'enregistrement «les mar-

ques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, [...] la destination [...] du produit ou de la prestation de service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci». En outre, l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 énonce que le «paragraphe 1 est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de la Communauté».

S'agissant, à cet égard, de l'enregistrement du syntagme TELE AID demandé pour les «services de réparation pour automobiles; dépannage», «direction de groupes et coordination de groupes de secours», «services de remorquage, services de secours» et «services d'un centre de calcul doté d'un système de localisation de véhicules», ce syntagme, lu dans son ensemble, peut servir pour désigner tant l'espèce que la qualité de ces services, étant donné que ceux-ci constituent des formes spécifiques d'aide. Le fait que l'aide est apportée à distance doit être, en outre, considéré comme une qualité de ces services qui est susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public ciblé et qui, dès lors, en constitue une caractéristique essentielle. Il existe, dès lors, du point de vue du public ciblé, un rapport suffisamment direct et concret entre le syntagme TELE AID et lesdits services pour que ce dernier tombe sous le coup de l'interdiction édictée aux dispositions susvisées.

S'agissant de l'enregistrement de ce même syntagme demandé pour les «systèmes d'appel d'urgence automatique», la destination de ces produits se confond en partie avec la description de cette catégorie de produits en ce qu'elle se réfère expressément aux appels d'urgence, les produits permettant les appels d'urgence pouvant servir à faire appel aux services d'aide à distance. Dans cette mesure, l'aide à distance constitue la destination de ces produits et il existe, dès lors, du point de vue du public ciblé, un rapport suffisamment direct et concret entre le syntagme TELE AID et ces produits pour que ce dernier tombe également sous le coup de l'interdiction en cause.

S'agissant, en revanche, de l'enregistrement du même syntagme demandé pour «les appareils électriques et électroniques pour la transmission vocale ou de données; appareils d'émission, transmission, relais et réception fixes et mobiles; équipement pour le traitement de l'information et leurs pièces; appareils de navigation», ainsi que pour les catégories de services dénommées «gestion d'un réseau de communications», et «collecte, enregistrement, traitement et sortie d'informations», il n'est pas établi que ce syntagme puisse servir pour en désigner la destination. En effet, l'aide à distance, à supposer même qu'elle requière, voire implique, l'utilisation de ces produits et services, en constituerait, tout au plus, un des multiples domaines d'application mais non pas une fonctionnalité technique, ce qui ne suffit pas pour pouvoir considérer qu'il existe, du point de

vue du public ciblé, un rapport suffisamment direct et concret entre le syntagme TELE AID et les produits et services en cause. En ce qui concerne, par ailleurs, le caractère distinctif, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, du syntagme TELE AID pour ces produits et services, son absence n'est pas établie.

(voir points 33, 35, 39, 55)

4. Le caractère descriptif d'un signe verbal, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, doit être apprécié individuellement par rapport à chacune des catégories de produits et/ou de services visées dans la demande d'enregistrement. Est sans pertinence, aux fins de l'appréciation du caractère descriptif d'un signe ver-

bal par rapport à une catégorie déterminée de produits et/ou de services, la question de savoir si le demandeur de la marque en cause envisage ou met en œuvre un certain concept de commercialisation impliquant, outre les produits et/ou les services relevant de cette catégorie, des produits et/ou des services relevant d'autres catégories. D'une part, en effet, l'existence d'un concept de commercialisation est un facteur extrinsèque au droit conféré par la marque communautaire et, d'autre part, un concept de commercialisation, ne dépendant que du choix de l'entreprise concernée, est susceptible de changer postérieurement à l'enregistrement d'un signe en tant que marque communautaire et ne saurait donc avoir une incidence quelconque sur l'appréciation de son caractère enregistrable.

(voir point 42)