

**Recours introduit le 28 février 2008 — Freixenet/OHMI
(Forme d'une bouteille émerisée blanche)**

(Affaire T-109/08)

(2008/C 116/45)

Langue de dépôt du recours: le français

Parties

Partie requérante: Freixenet SA (Sant Sadurní d'Anoia, Espagne)
(représentants: F. de Visscher, E. Cornu et D. Moreau, avocats)

Partie défenderesse: Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles)

Conclusions de la partie requérante

- À titre principal, annuler la décision de la première chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur du 30 octobre 2007 et, faisant ce que cette chambre de recours eût dû faire, décider que la demande de marque communautaire n° 32 532 satisfait aux conditions pour être publiée conformément à l'article 40 du RMC;
- subsidiairement, annuler la décision de la première chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur du 30 octobre 2007;
- en tout état de cause, condamner l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur aux dépens.

Moyens et principaux arguments

Marque communautaire concernée: Marque tridimensionnelle sous forme d'une bouteille émerisée blanche pour des produits classés dans la classe 33 (demande n° 32 532)

Décision de l'examinateur: Rejet de la demande

Décision de la chambre de recours: Rejet du recours; décision prise suite à l'arrêt du Tribunal de première instance dans l'affaire T-190/04, Freixenet/OHMI (Forme d'une bouteille émerisée blanche)

Moyens invoqués: Violation des articles 7, paragraphes 1 et 3, et 73 du règlement n° 40/94, ainsi que de l'obligation de motivation, dans la mesure où:

- la chambre de recours n'a pas entendu la partie requérante en ses observations sur l'appréciation factuellement différente effectuée par la chambre;
- la chambre de recours n'a pas précisé les pièces sur lesquelles elle fonde sa décision;
- la présentation de la bouteille en cause est originale et se démarque des présentations habituelles existant au 1^{er} avril 1996; et
- en tout état de cause, la marque en cause a acquis un caractère distinctif dans la Communauté par l'usage.

**Recours introduit le 28 février 2008 — Freixenet/OHMI
(Forme d'une bouteille émerisée noire mate)**

(Affaire T-110/08)

(2008/C 116/46)

Langue de dépôt du recours: le français

Parties

Partie requérante: Freixenet SA (Sant Sadurní d'Anoia, Espagne)
(représentants: F. de Visscher, E. Cornu et D. Moreau, avocats)

Partie défenderesse: Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles)

Conclusions de la partie requérante

- À titre principal, annuler la décision de la première chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur du 20 novembre 2007 et, faisant ce que cette chambre de recours eût dû faire, décider que la demande de marque communautaire n° 32 540 satisfait aux conditions pour être publiée conformément à l'article 40 du RMC;
- subsidiairement, annuler la décision de la première chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur du 20 novembre 2007;
- en tout état de cause, condamner l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur aux dépens.

Moyens et principaux arguments

Marque communautaire concernée: Marque tridimensionnelle sous forme d'une bouteille émerisée noire mate pour des produits classés dans la classe 33 (demande n° 32 540)

Décision de l'examinateur: Rejet de la demande

Décision de la chambre de recours: Rejet du recours; décision prise suite à l'arrêt du Tribunal de première instance dans l'affaire T-188/04, Freixenet/OHMI (Forme d'une bouteille émerisée noire mate)

Moyens invoqués: Violation des articles 7, paragraphes 1 et 3, et 73 du règlement n° 40/94, ainsi que de l'obligation de motivation, dans la mesure où:

- la chambre de recours n'a pas entendu la partie requérante en ses observations sur l'appréciation factuellement différente effectuée par la chambre;
- la chambre de recours n'a pas précisé les pièces sur lesquelles elle fonde sa décision;
- la présentation de la bouteille en cause est originale et se démarque des présentations habituelles existant au 1^{er} avril 1996; et
- en tout état de cause, la marque en cause a acquis un caractère distinctif dans la Communauté par l'usage.