

ARRÊT DU TRIBUNAL (deuxième chambre)

2 juillet 2002 *

Dans l'affaire T-323/00,

SAT.1 SatellitenFernsehen GmbH, établie à Mainz (Allemagne), représentée par
M^e R. Schneider, avocat,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles)
(OHMI), représenté par M. A. von Mühlendahl et M^{me} C. Røhl Søberg, en
qualité d'agents,

partie défenderesse,

* Langue de procédure: l'allemand.

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 2 août 2000 (affaire R 312/1999-2),

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

composé de MM. R. M. Moura Ramos, président, J. Pirrung et A. W. H. Meij,
juges,

greffier: M. J. Plingers, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 16 octobre 2000,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 15 février 2001,

à la suite de l'audience du 9 janvier 2002,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

- 1 Le 15 avril 1997, la requérante a présenté une demande de marque verbale communautaire 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 La marque dont l'enregistrement est demandé est le syntagme SAT.2.
- 3 L'enregistrement de la marque a été demandé, d'une part, pour différents produits relevant des classes 3, 9, 14, 16, 18, 20, 25, 28, 29 et 30 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, et, d'autre part, pour des services relevant des classes 35, 38, 41 et 42 au sens de cet arrangement. Ces derniers services correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante:
 - classe 35: «Publicité et marketing, services d'informations et de conseils dans le domaine du marketing et de la publicité, évaluations statistiques de données concernant des marchés, recherches concernant des marchés, analyses de marchés, distribution de catalogues, de courriers et de marchandises à but publicitaire, publicité radiophonique, télévisée et cinématographique, relations publiques, promotions de ventes, médiation et conclusions d'affaires commer-

ciales pour le compte de tiers, médiation de contrats d'achat et de vente de marchandises, tous les services précités également en relation avec des réseaux de communication; gestion de fichiers informatiques; collecte et diffusion de données sur les études de marché; recherche électronique interactive en ligne et recherche en marketing et de marché concernant des produits et des services des technologies de l'information; saisie, transmission, enregistrement, traitement et reproduction de données; relevé, traitement, enregistrement et transmission de données de taxation; services d'une banque de données, à savoir compilation, traitement, archivage, analyse et actualisation et fourniture de données»;

- classe 38: «Diffusion d'émissions et de programmes radiophoniques et télévisés par des réseaux avec ou sans fil; diffusion de programmes ou d'émissions cinématographiques, télévisés, radiophoniques, de télétexte et de vidéotexte; médiation et licence d'accréditations à des utilisateurs de différents réseaux de communication; télécommunications; compilation, livraison et transmission d'informations, de déclarations de presse (également électronique et/ou par ordinateur); transmission de sons et d'images par satellite; gestion d'un service de télévision par abonnement (télévision à péage), y compris vidéo sur demande, également pour le compte de tiers en tant que plate-forme numérique; services dans le domaine des télécommunications et d'une banque de données; mise à disposition d'informations à des tiers; diffusion d'informations par des réseaux avec ou sans fil; services et émissions en ligne, à savoir transmission d'informations et de nouvelles, y compris courrier électronique; utilisation de réseaux pour la transmission d'informations, d'images, de textes, de voix et de données; diffusion de programmes de téléachat»;

- classe 41: «Production, reproduction, projection et location de films, de programmes vidéo et d'autres programmes télévisés; production et reproduction de données, de voix, de textes, d'enregistrements sonores et visuels sur des cassettes, des bandes et des disques vidéo et/ou audio (y compris des CD-ROM et des CD interactifs) et de

jeux vidéo (jeux pour ordinateurs); projection et location de cassettes, de bandes et de disques vidéo et/ou audio (y compris des CD-ROM et des CD interactifs) et de jeux vidéo (jeux pour ordinateurs); location de postes de télévision et de décodeurs; formation, instruction, divertissement; activités sportives et culturelles; organisation et tenue de spectacles, de quiz et de manifestations musicales et organisation de concours de divertissement et de compétitions sportives, également pour l'enregistrement ou en tant qu'émissions en direct; production d'émissions télévisées et radiophoniques, y compris émissions de jeux inhérentes; organisation de concours dans le domaine de la formation, de l'enseignement, du divertissement et du sport; organisation de cours par correspondance, publication et édition de livres, de périodiques et d'autres produits de l'imprimerie et des moyens électroniques afférents (y compris CD-ROM et CD interactifs); organisation de concerts, de représentations théâtrales, de manifestations de divertissement et de compétitions sportives; production de programmes ou d'émissions cinématographiques, télévisés, radiophoniques, de télétexte et de vidéotexte, divertissement radiophonique et télévisé; production de films et de vidéos et d'autres programmes audiovisuels de type éducatif, instructif et de divertissement, également pour enfants et adolescents; production, reproduction, projection et location d'enregistrements sonores et visuels sur des cassettes, des bandes et des disques vidéo et/ou audio; représentations théâtrales, représentations musicales; saisie, transmission, enregistrement, traitement et reproduction du son et des images; organisation d'émissions et de programmes radiophoniques et télévisés; production de programmes de téléachat»;

- classe 42: «Concession, médiation, location et autre gérance de droits sur des films, des productions télévisées et vidéo et d'autres programmes audiovisuels; administration et gérance de droits d'auteur et de propriété intellectuelle pour le compte de tiers; gérance de droits annexes sur des films et des émissions télévisées dans le domaine du marchandisage; développement de logiciels, en particulier dans le domaine du multimédia, de la télévision interactive et de la télévision à péage; utilisation de réseaux pour la transmission

d'informations, d'images, de textes, de voix et de données; conseils techniques dans le domaine du multimédia, de la télévision interactive et de la télévision à péage (compris en classe 42); création de programmes informatiques, y compris jeux vidéo et pour ordinateurs; médiation et licence d'accréditations à des utilisateurs de différents réseaux de communication».

- 4 Par communication écrite du 11 novembre 1998, l'examinateur a informé la requérante qu'à son avis les motifs absolus de refus visés à l'article 7, paragraphe 1, sous b) et d), du règlement n° 40/94 s'opposaient à l'enregistrement de la marque en cause en ce qui concerne les produits relevant des classes 9 et 16 ainsi que les services relevant des classes 38, 41 et 42.

- 5 Par décision du 9 avril 1999, l'examinateur a rejeté partiellement la demande au titre de l'article 38 du règlement n° 40/94. Les premier et troisième paragraphes de cette décision sont libellés comme suit:

«Ich beziehe mich auf Ihre Erwiderung [...] auf den Amtsbescheid vom 11. November 1998. [...] Aus den bereits mitgeteilten Gründen wird dem Zeichen gemäß Artikel 7, 1b der GMV für alle beanspruchten Dienstleistungen der Markenschutz versagt, insoweit sich diese auf Satelliten oder Satellitenfernsehen beziehen, alles im weitesten Sinne. Für die beanspruchten Warenklassen bestehen keine Bedenken.»

[«Je me réfère à votre réponse [...] à la communication écrite du 11 novembre 1998. [...] Pour les raisons déjà indiquées, l'enregistrement du signe en tant que marque est refusé, conformément à l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94, pour tous les services visés à la demande, dans la mesure où ceux-ci se réfèrent aux satellites ou à la télévision par satellite, dans le sens le plus large. Quant aux produits visés à la demande, il n'y a pas d'objections.»)

- 6 Le 7 juin 1999, la requérante a formé un recours auprès de l'Office, au titre de l'article 59 du règlement n° 40/94, contre la décision de l'examineur.
- 7 Par décision du 2 août 2000 (ci-après la «décision attaquée»), la deuxième chambre de recours a rejeté le recours en ce qui concerne les services relevant des classes 38, 41 et 42.
- 8 Pour autant qu'elle a statué sur le recours, la chambre de recours a considéré, en substance, que le syntagme en cause tombait sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement n° 40/94.
- 9 La décision attaquée a été notifiée à la requérante le 11 août 2000. L'avis de notification, en date du 4 août 2000, contenait la mention selon laquelle la décision notifiée était une décision de la première chambre de recours. Par lettre du 30 août 2000, adressée au greffe des chambres de recours, la requérante a signalé que la décision lui étant notifiée n'était pas une décision de la première chambre de recours. Par lettre du 4 septembre 2000, le greffe des chambres de recours a confirmé l'existence d'une irrégularité dans la procédure de notification et a rectifié l'avis de notification en précisant que celui-ci aurait dû mentionner que la décision notifiée était une décision de la deuxième chambre de recours.

Conclusions des parties

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

— annuler la décision attaquée;

— condamner l'Office aux dépens.

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

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

Observations préliminaires

12 Lors de l'audience, la requérante a déclaré que sa requête ne doit pas être comprise en ce sens qu'elle soulèverait un moyen tiré d'une irrégularité dans la procédure de notification de la décision attaquée. En outre, selon une jurisprudence bien établie, des irrégularités dans la procédure de notification d'une décision sont extérieures à celle-ci et ne peuvent donc pas la vicier (arrêts de la Cour du 14 juillet 1972, ICI/Commission, 48/69, Rec. p. 619, point 39; arrêt du Tribunal du 28 mai 1998, W/Commission, T-78/96 et T-170/96, RecFP p. I-A-239 et II-745, point 183). À supposer même que les dispositions régissant la notification d'une décision constituent une forme substantielle (voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 8 juillet 1999, Hoechst/Commission, C-227/92 P, Rec. p. I-4443, point 72), force est de constater que, en l'espèce, aucune forme substantielle n'a été violée. En effet, l'Office a bien notifié la décision attaquée à

la requérante. En ce qui concerne l'erreur matérielle contenue dans l'avis de notification, celui-ci a été rectifié par le greffe des chambres de recours dans le délai de recours, de sorte que la requérante n'a pas été empêchée de défendre ses droits.

- 13 L'Office ainsi que la requérante considèrent que, par la décision attaquée, la chambre de recours a rejeté le recours introduit devant elle également en ce qui concerne les services relevant de la classe 35. Lors de l'audience, l'Office a précisé que, selon lui, le fait que ces derniers services ne soient pas expressément mentionnés dans la décision attaquée constitue un défaut de motivation de celle-ci.
- 14 Il convient de constater, d'abord, qu'il ressort des points 1 et 5 de la décision attaquée que la chambre de recours a considéré que, par sa décision du 9 avril 1999, l'examineur avait rejeté la demande de marque uniquement en ce qui concerne les services relevant des classes 38, 41 et 42 et que, partant, seulement ces services étaient en cause devant elle. Ensuite, il convient de relever que, même si, dans sa décision susmentionnée, l'examineur s'est référé, d'une façon prêtant à confusion, à sa communication écrite du 11 novembre 1998, dans laquelle il a considéré que des motifs absolus de refus s'opposaient à l'enregistrement de la marque demandée pour les services relevant des classes 38, 41 et 42 seulement, il a néanmoins expressément rejeté la demande pour tous les services qui y étaient visés. Finalement, il y a lieu de considérer que le recours formé par la requérante devant la chambre de recours avait pour objet la décision de l'examineur dans son intégralité et non seulement une partie de celle-ci. Dès lors, la chambre de recours a omis de statuer sur le recours formé devant elle pour autant que celui-ci visait la décision de l'examineur en ce qui concerne les services relevant de la classe 35.
- 15 L'analyse faite au point précédent n'est pas infirmée par l'argument de l'Office selon lequel le fait, pour la chambre de recours, de ne pas avoir expressément mentionné dans la décision attaquée les services relevant de la classe 35 est sans incidence sur la portée de cette décision mais constitue seulement un vice de

motivation. En effet, il y a lieu de relever que le dispositif d'une décision de la chambre de recours doit être interprété à la lumière des motifs de fait et de droit qui en constituent le soutien nécessaire. Dès lors, la circonstance que la décision attaquée ne se réfère expressément qu'aux services relevant des classes 38, 41 et 42 exclut la possibilité de lui attribuer une portée qui dépasserait le rejet du recours pour ces seuls services.

Sur la légalité de la décision attaquée pour autant que la chambre de recours a omis de statuer sur le recours formé devant elle

Arguments des parties

- 16 La requérante soutient que la marque demandée ne tombe pas sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement n° 40/94 en ce qui concerne les services relevant de la classe 35.
- 17 L'Office est d'avis que la marque demandée doit être refusée à l'enregistrement en vertu de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 en ce qui concerne les services relevant de la classe 35.

Appréciation du Tribunal

- 18 Ainsi qu'il a été jugé aux points 14 et 15 ci-dessus, la chambre de recours a omis de statuer sur les conclusions de la requérante en ce qui concerne les services relevant de la classe 35. Dans ces conditions, le Tribunal, en statuant au fond sur

la question de savoir si la marque demandée tombe sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et/ou sous c), du règlement n° 40/94 en ce qui concerne ces services, procéderait à une réformation de la décision attaquée. L'article 63, paragraphe 3, du règlement n° 40/94 prévoit, certes, la possibilité d'une réformation. Toutefois, il y a lieu de considérer que cette possibilité est, en principe, limitée aux situations dans lesquelles l'affaire est en état d'être jugée. Or, tel n'est pas le cas lorsque la chambre de recours n'a pas statué au fond sur un chef de conclusions dans son intégralité, comme c'est le cas en l'espèce. Partant, il n'y a pas lieu, en l'espèce, de réformer la décision attaquée.

- 19 Cependant, il convient de rappeler que, aux termes de l'article 62, paragraphe 1, première phrase, du règlement n° 40/94, «[à] la suite de l'examen au fond du recours, la chambre de recours statue sur le recours». Or, cette obligation doit être comprise en ce sens que la chambre de recours est tenue de statuer sur chacun des chefs de conclusions formulés devant elle dans son intégralité soit en l'accueillant, soit en le rejetant comme irrecevable, soit en le rejetant au fond. Ensuite, il y a lieu de relever que la méconnaissance de cette obligation peut avoir une incidence sur le contenu de la décision de la chambre de recours et que, dès lors, il s'agit d'une forme substantielle dont la violation peut être soulevée d'office.
- 20 En l'espèce, la chambre de recours, en omettant de statuer sur les conclusions de la requérante en ce qui concerne les services relevant de la classe 35, a méconnu l'obligation découlant de l'article 62, paragraphe 1, première phrase, du règlement n° 40/94.
- 21 Dès lors, il convient d'annuler la décision attaquée pour autant que la chambre de recours a omis de statuer sur les conclusions de la requérante en ce qui concerne les services relevant de la classe 35.

Sur la légalité de la décision attaquée pour autant que la chambre de recours a statué sur le recours formé devant elle

- 22 La requérante soulève trois moyens, tirés d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), et de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 ainsi que d'une violation du principe d'égalité de traitement.

Sur le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94

— Arguments des parties

- 23 La requérante et l'Office considèrent que la marque demandée ne tombe pas sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94.

— Appréciation du Tribunal

- 24 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, 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 de services, 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».

- 25 À cet égard, il convient de relever que la décision attaquée, bien qu'étant formellement fondée sur l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, ne contient aucun élément spécifique permettant d'établir que la marque demandée tombe sous le coup de cette disposition. Par ailleurs, l'Office a déclaré expressément, dans son mémoire en réponse ainsi que lors de l'audience, qu'à son avis tel n'était pas le cas.
- 26 En outre, il y a lieu de rappeler que, pour tomber sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, une marque doit être «exclusivement» composée de signes ou d'indications pouvant servir pour désigner une caractéristique des produits ou des services concernés. Or, il découle de cette exigence que, dans le cas d'une marque verbale composée de plusieurs éléments (ou marque complexe), il convient de tenir compte de la signification pertinente de la marque verbale demandée, établie sur la base de tous les éléments dont cette dernière est composée, et non seulement de la signification d'un de ces éléments. En outre, il convient de prendre en considération, aux fins de cette appréciation, uniquement les caractéristiques des produits ou des services concernés qui sont susceptibles d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent. Partant, pour pouvoir être considérée comme descriptive, une marque verbale complexe doit ne faire que désigner de telles caractéristiques.
- 27 Or, en l'espèce, à supposer que la signification pertinente du syntagme SAT.2 soit «deuxième programme par satellite», celui-ci peut, certes, servir à désigner une caractéristique de certains des services concernés susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent, à savoir leur qualité consistant à être liés à la diffusion par satellite. En revanche, il ne désigne pas une telle caractéristique en ce qu'il indique qu'il s'agit d'un deuxième programme. En effet, à considérer même que cette indication véhicule l'information selon laquelle il

s'agit du deuxième des programmes d'une même entreprise de télévision, cette information ne se rapporte à aucune caractéristique spécifique des services concernés qui serait susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent. Partant, le syntagme SAT.2, considéré dans son ensemble, ne fait pas que désigner de telles caractéristiques.

- 28 Dans ces conditions, il y a lieu d'accueillir le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94.

Sur le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94

— Arguments des parties

- 29 La requérante affirme que le syntagme en cause, constituant une désignation typique d'une chaîne de télévision, produit le même effet qu'un nom propre et, de ce fait, n'est pas dépourvu de tout caractère distinctif.
- 30 De plus, elle expose que, le syntagme SAT.2 n'étant ni descriptif ni une expression habituelle dans l'une des langues communautaires, rien ne permet de conclure que les milieux concernés nieraient au syntagme en cause, utilisé comme marque, sa fonction spécifique d'indiquer l'origine commerciale des services concernés.
- 31 Enfin, la requérante fait valoir que le syntagme en cause comporte un élément de créativité et de fantaisie qui le rend apte à remplir, auprès des milieux concernés, une fonction d'indication d'origine.

- 32 L'Office fait valoir que le seul élément «SAT», qui est descriptif des services concernés, est dépourvu de caractère distinctif par rapport à ces services.
- 33 Il affirme, en outre, que l'ajout du chiffre «2» ne constitue pas un élément additionnel susceptible de conférer au syntagme en cause, lu dans son ensemble, un caractère distinctif. À cet égard, il considère que l'ajout d'un chiffre est tout à fait courant dans le secteur des services ayant trait aux médias.

— Appréciation du Tribunal

- 34 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». 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».
- 35 Il découle de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 qu'un minimum de caractère distinctif suffit pour que le motif absolu de refus défini dans cette disposition ne trouve pas à s'appliquer. Il convient donc de rechercher si la marque demandée permettra au public pertinent de distinguer les produits ou services désignés par elle de ceux ayant une autre origine commerciale lorsque ce public sera amené à arrêter son choix lors de l'acquisition de ces produits ou services.
- 36 Ainsi qu'il ressort de la jurisprudence, les motifs absolus de refus figurant à l'article 7, paragraphe 1, sous b) à e), du règlement n° 40/94 poursuivent un but d'intérêt général, lequel exige que les signes qu'ils visent puissent être librement

utilisés par tous [arrêt du Tribunal du 19 septembre 2001, Procter & Gamble/OHMI (Tablette carrée blanc, tachetée de vert, et vert pâle), T-118/00, Rec. p. II-2731, point 73, et, pour ce qui est du motif de refus lié au caractère descriptif du signe, arrêt de la Cour du 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 et C-109/97, Rec. p. I-2779, point 25]. En effet, à la différence des autres droits de la propriété intellectuelle et industrielle, la protection juridique conférée par la marque n'a pas pour objet, en principe, le résultat d'un effort créatif ou économique du titulaire du droit, mais seulement le signe ayant été «occupé» par celui-ci. Dès lors, il s'avère nécessaire d'exclure la constitution d'un droit exclusif sur un signe qui, afin d'éviter de créer un avantage concurrentiel illégitime en faveur d'un seul opérateur économique, doit être laissé à la libre utilisation de tous. Ce n'est que dans l'hypothèse où un tel signe, suite à l'usage qui en a été fait, est effectivement perçu, par le public pertinent, comme une indication de l'origine commerciale d'un produit ou d'un service que cet effort économique du demandeur de marque justifie d'écarter les considérations d'intérêt public exposées ci-dessus. Partant, dans une telle situation, l'article 7, paragraphe 3, du règlement n° 40/94 permet l'enregistrement d'un tel signe, faisant ainsi exception à la règle générale consacrée par le paragraphe 1, sous b) à d), du même article.

37 Dans cette perspective, 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. Partant, le caractère distinctif d'une marque 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 compréhension qu'en a le public pertinent.

38 En l'espèce, les services concernés, à l'exception de ceux relevant de la classe 42, sont destinés à la consommation générale. Dès lors, le public pertinent est constitué, pour l'essentiel, par les consommateurs moyens, censés être normalement informés et raisonnablement attentifs et avisés [voir, en ce sens, arrêt de la Cour du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819,

point 26, et arrêt du Tribunal du 7 juin 2001, DKV/OHMI (EuroHealth), T-359/99, Rec. p. II-1645, point 27]. En revanche, en qui concerne les services relevant de la classe 42, il y a lieu de considérer que le public pertinent est constitué, pour l'essentiel, par les opérateurs professionnels dans le domaine du film et des médias.

- 39 S'agissant d'une marque complexe, il convient, aux fins de l'appréciation de son caractère distinctif, de la considérer dans son ensemble. Toutefois, cela n'est pas incompatible avec un examen successif des différents éléments dont la marque est composée (arrêt *Tablette carrée blanc, tacheté de vert, et vert pâle*, précité, point 59).
- 40 En outre, il y a lieu de relever, de manière générale, qu'un signe qui est descriptif des produits ou des services visés à la demande de marque est également dépourvu de caractère distinctif par rapport à ces produits ou ces services. Cette interprétation n'est pas incompatible avec la jurisprudence du Tribunal selon laquelle les deux motifs absolus de refus visés à l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement n° 40/94 ont chacun un domaine d'application propre (arrêt *EuroHealth*, précité, point 48). En effet, il y a lieu de considérer qu'un signe individuel qui, selon les règles sémantiques de la langue de référence, peut servir pour désigner les caractéristiques des produits ou des services concernés susceptibles d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent est, de ce fait, susceptible d'être communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation de ces produits ou de ces services et tombe, partant, sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94. En revanche, le paragraphe 1, sous c), de ce même article ne trouve à s'appliquer que lorsque la marque demandée est composée «exclusivement» de tels signes ou indications.
- 41 En l'espèce, en ce qui concerne, d'abord, l'élément «SAT», la chambre de recours, au point 17 de la décision attaquée, ainsi que l'Office, dans son mémoire en réponse et dans ses explications fournies lors de l'audience, ont démontré à suffisance de droit que, dans les langues allemande et anglaise, celui-ci constitue

l'abréviation usuelle du mot «satellite». Par ailleurs, en tant qu'abréviation, cet élément ne s'écarte pas des règles lexicales de ces langues. En outre, il désigne une caractéristique de la plupart des services concernés qui est susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent, à savoir leur qualité consistant à être liés à la diffusion par satellite. Partant, il y a lieu de considérer que l'élément «SAT» est dépourvu de caractère distinctif par rapport à ces services.

42 Toutefois, cette appréciation ne vaut pas pour les catégories de services suivantes:

- «Services d'une banque de données», relevant de la classe 38;

- «Production et reproduction de données, de voix, de textes, d'enregistrements sonores et visuels sur des cassettes, des bandes et des disques vidéo et/ou audio (y compris des CD-ROM et des CD interactifs) et de jeux vidéo (jeux pour ordinateurs); projection et location de cassettes, de bandes et de disques vidéo et/ou audio (y compris des CD-ROM et des CD interactifs) et de jeux vidéo (jeux pour ordinateurs); location de postes de télévision et de décodeurs; formation, instruction, divertissement; activités sportives et culturelles; organisation de concours dans le domaine de la formation, de l'enseignement, du divertissement et du sport; organisation de cours par correspondance, publication et édition de livres, de périodiques et d'autres produits de l'imprimerie et des moyens électroniques afférents (y compris CD-ROM et CD interactifs); organisation de concerts, de représentations théâtrales, de manifestations de divertissement et de compétitions sportives; production de films et de vidéos et d'autres programmes audiovisuels de type éducatif, instructif et de divertissement, également pour enfants et adolescents; production, reproduction, projection et location d'enregistrements sonores et visuels sur des cassettes, des bandes et des disques vidéo et/ou audio; représentations théâtrales, représentations musicales», relevant de la classe 41;

— «Concession, médiation, location et autre gérance de droits sur des films, des productions télévisées et vidéo et d'autres programmes audiovisuels; administration et gérance de droits d'auteur et de propriété intellectuelle pour le compte de tiers; gérance de droits annexes sur des films et des émissions télévisées dans le domaine du marchandisage; développement de logiciels, en particulier dans le domaine du multimédia, de la télévision interactive et de la télévision à péage; utilisation de réseaux pour la transmission d'informations, d'images, de textes, de voix et de données; conseils techniques dans le domaine du multimédia, de la télévision interactive et de la télévision à péage (compris en classe 42); création de programmes informatiques, y compris jeux vidéo et pour ordinateurs; médiation et licence d'accréditations à des utilisateurs de différents réseaux de communication», relevant de la classe 42.

43 En effet, par rapport aux services visés au point précédent, qui ne présentent aucun lien immédiat avec la diffusion de programmes, l'élément «SAT» ne désigne aucune caractéristique susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent.

44 À cet égard, il ne saurait être allégué que la requérante commercialise ou entend commercialiser les services mentionnés au point 42 ci-dessus dans le cadre d'un concept de commercialisation comprenant, outre ces derniers services, tous les autres services visés dans la demande de marque et que le caractère descriptif du signe «SAT» doit être apprécié, par rapport à l'ensemble des catégories de services visées dans la demande d'enregistrement, à la lumière de ce concept de commercialisation.

45 En effet, le caractère descriptif d'un signe 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 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 services relevant de cette catégorie, des produits et/ou services relevant d'autres catégories. En effet, l'existence d'un concept de commercialisation est un facteur extrinsèque au droit conféré par la marque communautaire. En outre, un concept de commercialisation, ne dépendant que du choix de l'entreprise concernée, est susceptible de changer postérieurement à l'enregistrement de la marque communautaire et ne saurait donc avoir une incidence quelconque sur l'appréciation de son caractère enregistrable.

- 46 Ensuite, quant à l'élément «2», l'Office a déclaré, en réponse à une question du Tribunal et sans être contredit sur ce point par la requérante, que les chiffres en général et le chiffre «2» en particulier sont communément utilisés, dans le commerce, pour la présentation des services concernés. Or, il y lieu de considérer que cet élément est dépourvu de caractère distinctif en ce qui concerne au moins les services autres que ceux visés au point 42 ci-dessus.
- 47 Concernant, enfin, l'élément «.», le fait que ce signe soit communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation de toutes sortes de produits et de services permet de conclure qu'il est susceptible d'être utilisé de cette manière également pour les services en cause dans le présent litige.
- 48 Il s'ensuit que la marque demandée est constituée par une combinaison d'éléments, dont chacun, étant au moins susceptible d'être communément utilisé dans le commerce pour la présentation des services concernés autres que ceux visés au point 42 ci-dessus, est dépourvu de caractère distinctif par rapport à ceux-ci.

- 49 De plus, il y a lieu de considérer, de manière générale, que le fait qu'une marque complexe ne soit composée que d'éléments dépourvus de caractère distinctif permet de conclure que cette marque, considérée dans son ensemble, est également susceptible d'être communément utilisée, dans le commerce, pour la présentation des produits ou des services concernés. Une telle conclusion ne saurait être infirmée que dans l'hypothèse où des indices concrets, tels que, notamment, la manière dont les différents éléments sont combinés, indiqueraient que la marque complexe représente davantage que la somme des éléments dont elle est composée.
- 50 Or, en l'espèce, il n'apparaît pas qu'il existe de tels indices. En effet, la structure de la marque demandée, caractérisée, pour l'essentiel, par l'utilisation d'un acronyme suivi d'un chiffre, constitue une manière habituelle de combiner les différents éléments d'une marque verbale complexe. Dans ce contexte, est dépourvu de pertinence l'argument de la requérante selon lequel la marque demandée, considérée dans son ensemble, est dotée d'un élément de fantaisie.
- 51 Partant, il y a lieu de conclure que la marque demandée, considérée dans son ensemble, est susceptible d'être communément utilisée, dans le commerce, pour la présentation des services concernés autres que ceux mentionnés au point 42 ci-dessus.
- 52 Quant à l'argument de la requérante selon lequel la marque demandée, constituant une désignation typique d'une chaîne de télévision, produit le même effet qu'un nom propre, il y a lieu de relever que cet argument n'est pas de nature à infirmer la conclusion exposée au point précédent, mais, au contraire, la confirme. Dès lors, cette marque ne peut être enregistrée que s'il est démontré que, suite à l'usage qui en a été fait, elle est effectivement perçue, par le public pertinent, comme un nom propre, à savoir comme l'indication de l'origine

commerciale des services concernés. Or, force est de constater que la requérante n'a, à aucun moment de la procédure devant l'Office, invoqué l'article 7, paragraphe 3, du règlement n° 40/94.

- 53 Dès lors, il y a lieu de considérer que la marque demandée est dépourvue de caractère distinctif par rapport aux catégories de services visées dans la demande de marque autres que celles mentionnées au point 42 ci-dessus.
- 54 En revanche, concernant les services relevant des catégories mentionnées au point 42 ci-dessus, il a été jugé, au point 43 ci-dessus, que le signe «SAT» n'en désigne aucune caractéristique susceptible d'entrer en ligne de compte lors du choix opéré par le public pertinent. En outre, le dossier ne contient aucun élément permettant d'établir que ce signe soit communément utilisé, dans le commerce, pour la présentation de ces services, ni qu'il existe des indices sur la base desquels il serait possible de conclure que — en dépit de l'absence de caractère descriptif — il serait susceptible d'être utilisé de cette manière. Partant, il y a lieu de considérer que le signe «SAT» n'est pas dépourvu de caractère distinctif par rapport à ces services.
- 55 Dans ce contexte, il convient de relever, de manière générale, qu'une marque complexe ne saurait tomber sous le coup de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 que si tous les éléments dont elle composée sont dépourvus de caractère distinctif par rapport aux produits ou aux services visés dans la demande de marque.
- 56 Dès lors, il y a lieu de considérer que la marque demandée n'est pas dépourvue de caractère distinctif par rapport aux services relevant des catégories mentionnées au point 42 ci-dessus.

- 57 Il s'ensuit que le moyen tiré de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 doit être accueilli en ce qui concerne les catégories de services mentionnées au point 42 ci-dessus et rejeté en ce qui concerne les autres catégories de services visées dans la demande de marque.

Sur le moyen tiré de la violation du principe d'égalité de traitement

— Arguments des parties

- 58 La requérante soutient que l'Office, en refusant d'enregistrer la marque demandée, s'est écarté de sa propre pratique décisionnelle concernant les marques composées de chiffres et de lettres. À cet égard, elle se réfère à des mémoires qu'elle a présentés au cours de la procédure administrative devant l'examineur ainsi que devant la chambre de recours.
- 59 L'Office rétorque que, parmi les 49 marques citées dans les mémoires que la requérante a présentés au cours de la procédure administrative, seules les marques GERMANSAT et NET.SAT couvrent des services fournis à l'aide d'un satellite. Selon l'Office, ces deux marques ne sont pas comparables à la marque en cause dans le présent litige en ce qu'elles ne sont pas composées d'un acronyme et d'un chiffre.

— Appréciation du Tribunal

- 60 Il y a lieu de relever, tout d'abord, que les décisions concernant l'enregistrement d'un signe en tant que marque communautaire que les chambres de recours sont amenées à prendre en vertu du règlement n° 40/94 relèvent de la compétence liée et non pas d'un pouvoir discrétionnaire. Dès lors, 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 divergente des chambres de recours.
- 61 Il existe, dès lors, deux hypothèses. Si, en admettant, dans une affaire antérieure, le caractère enregistrable d'un signe en tant que marque communautaire, la chambre de recours a fait une application correcte des dispositions pertinentes du règlement n° 40/94 et que, dans une affaire ultérieure, similaire à la première, la chambre de recours a pris une décision contraire, le juge communautaire sera amené à annuler cette dernière décision au motif qu'ont été violées les dispositions pertinentes du règlement n° 40/94. Dans cette première hypothèse, le moyen tiré de la violation du principe de non-discrimination est, dès lors, inopérant. En revanche, si, en admettant, dans une affaire antérieure, le caractère enregistrable d'un signe en tant que marque communautaire, la chambre de recours a commis une erreur de droit, et que, dans une affaire ultérieure, similaire à la première, la chambre de recours a pris une décision contraire, la première décision ne saura être utilement invoquée à l'appui d'une demande visant à l'annulation de cette dernière décision. En effet, il ressort de la jurisprudence de la Cour que le respect du principe d'égalité de traitement doit se concilier avec le respect du principe de légalité selon lequel nul ne peut invoquer, à son profit, une illégalité commise en faveur d'autrui (voir, en ce sens, arrêts de la Cour du 9 octobre 1984, *Witte/Parlement*, 188/83, Rec. p. 3465, point 15, et du 4 juillet 1985, *Williams/Cour des comptes*, 134/84, Rec. p. 2225, point 14). Partant, dans cette seconde hypothèse, le moyen tiré de la violation du principe de non-discrimination est également inopérant.

- 62 Il s'ensuit que le moyen tiré de la violation du principe de non-discrimination doit être rejeté comme inopérant.
- 63 En outre, il convient d'observer que, s'il est admis que des motifs de fait ou de droit figurant dans une décision antérieure peuvent constituer des arguments à l'appui d'un moyen tiré de la violation d'une disposition du règlement n° 40/94, force est de constater que, en l'espèce, la requérante n'a invoqué, à l'exception de la décision concernant la marque GERMANSAT, que des décisions non motivées. Quant à cette dernière décision, la requérante n'a pas invoqué des motifs y figurant qui seraient susceptibles de mettre en cause l'appréciation donnée ci-dessus, relative aux moyens tirés de la violation de l'article 7, paragraphe 1, sous c) et b), du règlement n° 40/94. Au surplus, il convient de noter que les marques faisant l'objet des décisions invoquées par la requérante ont été enregistrées pour d'autres produits ou services que ceux en cause dans le présent litige. Ainsi que l'Office le souligne à juste titre dans son mémoire en réponse, les marques GERMANSAT et NET SAT EXPRESS, couvrant des services fournis à l'aide d'un satellite, ne sont pas comparables à la marque demandée en l'espèce en ce qu'elles ne sont pas composées d'une abréviation et d'un chiffre.
- 64 Il s'ensuit qu'il convient d'annuler la décision attaquée pour autant que la chambre de recours a rejeté le recours introduit devant elle en ce qui concerne les catégories de services mentionnées au point 42 ci-dessus.
- 65 Il découle de tout ce qui précède que la décision attaquée doit être annulée pour autant que la chambre de recours a omis de statuer sur le recours formé devant elle en ce qui concerne les services relevant de la classe 35 ainsi que pour autant que la chambre de recours a rejeté le recours formé devant elle en ce qui concerne les catégories de services mentionnées au point 42 ci-dessus. Pour le surplus, il convient de rejeter le recours.

Sur les dépens

- 66 Aux termes de l'article 87, paragraphe 3, du règlement de procédure, le Tribunal peut répartir les dépens si les parties succombent respectivement sur un ou plusieurs chefs. En l'espèce, la demande de la requérante n'est accueillie que pour un nombre limité de catégories de services. En revanche, il convient de prendre en compte le vice procédural dont la décision attaquée est entachée. Dans ces conditions, il y a lieu de décider que chaque partie supportera ses propres dépens.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (deuxième chambre),

déclare et arrête:

- 1) La décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 2 août 2000 (affaire R 312/1999-2) est annulée pour autant que la chambre de recours a omis de statuer sur le recours formé devant elle en ce qui concerne les services relevant de la classe 35.

- 2) La décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 2 août 2000 (affaire R 312/1999-2) est annulée pour autant que la chambre de recours a rejeté le recours formé devant elle en ce qui concerne les catégories de services suivantes:

— «Services d'une banque de données», relevant de la classe 38;

— «Production et reproduction de données, de voix, de textes, d'enregistrements sonores et visuels sur des cassettes, des bandes et des disques vidéo et/ou audio (y compris des CD-ROM et des CD interactifs) et de jeux vidéo (jeux pour ordinateurs); projection et location de cassettes, de bandes et de disques vidéo et/ou audio (y compris des CD-ROM et des CD interactifs) et de jeux vidéo (jeux pour ordinateurs); location de postes de télévision et de décodeurs; formation, instruction, divertissement; activités sportives et culturelles; organisation de concours dans le domaine de la formation, de l'enseignement, du divertissement et du sport; organisation de cours par correspondance, publication et édition de livres, de périodiques et d'autres produits de l'imprimerie et des moyens électroniques afférents (y compris CD-ROM et CD interactifs); organisation de concerts, de représentations théâtrales, de manifestations de divertissement et de compétitions sportives; production de films et de vidéos et d'autres programmes audiovisuels de type éducatif, instructif et de divertissement, également pour enfants et adolescents; production, reproduction, projection et location d'enregistrements sonores et visuels sur des cassettes, des bandes et des disques vidéo et/ou audio; représentations théâtrales, représentations musicales», relevant de la classe 41;

— «Concession, médiation, location et autre gérance de droits sur des films, des productions télévisées et vidéo et d'autres programmes audiovisuels; administration et gérance de droits d'auteur et de propriété intellectuelle

pour le compte de tiers; gérance de droits annexes sur des films et des émissions télévisées dans le domaine du merchandising; développement de logiciels, en particulier dans le domaine du multimédia, de la télévision interactive et de la télévision à péage; utilisation de réseaux pour la transmission d'informations, d'images, de textes, de voix et de données; conseils techniques dans le domaine du multimédia, de la télévision interactive et de la télévision à péage (compris en classe 42); création de programmes informatiques, y compris jeux vidéo et pour ordinateurs; médiation et licence d'accréditations à des utilisateurs de différents réseaux de communication», relevant de la classe 42.

- 3) Le recours est rejeté pour le surplus.

- 4) Chaque partie supportera ses propres dépens.

Moura Ramos

Pirrung

Meij

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 2 juillet 2002.

Le greffier

Le président

H. Jung

R. M. Moura Ramos