

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera întâi)

8 mai 2008*

În cauza C-304/06 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție, introdus la 13 iulie 2006,

Eurohypo AG, cu sediul în Eschborn (Germania), reprezentată de C. Rohnke și M. Kloth, Rechtsanwälte, cu domiciliul ales în Luxemburg,

recurentă,

cealaltă parte în proces fiind:

Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de domnii G. Schneider și J. Weberndörfer, în calitate de agenți,

pârât în primă instanță,

* Limba de procedură: germana.

CURTEA (Camera întâi),

compusă din domnul P. Jann, președinte de cameră, domnii A. Tizzano (raportor), A. Borg Barthet, M. Ilešič și E. Levits, judecători,

avocat general: doamna V. Trstenjak,
grefier: domnul J. Swedenborg, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 4 octombrie 2007,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 8 noiembrie 2007,

pronunță prezenta

Hotărâre

- ¹ Prin recursul formulat, societatea Eurohypo AG (denumită în continuare „recurenta”) solicită anularea Hotărârii Tribunalului de Primă Instanță al Comunităților Europene din 3 mai 2006, Eurohypo/OAPI (EUROHYPO) (T-439/04, Rec., p. II-1269, denumită în continuare „hotărârea atacată”), prin care s-a respins acțiunea sa îndreptată împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 6 august 2004 (cauza R 829/2002-4, denumită în continuare „decizia în litigiu”).

- 2 Prin decizia în litigiu, OAPI a refuzat înregistrarea ca marcă comunitară a semnului verbal EUROHYPO pentru serviciile din clasa 36 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat (denumit în continuare „Aranjamentul de la Nisa”), clasă care corespunde următoarei descrieri: „[a] faceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare; finanțări [...]”.

Cadrul juridic

- 3 Articolul 7 din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), astfel cum a fost modificat prin Regulamentul (CE) nr. 3288/94 al Consiliului din 22 decembrie 1994 (JO L 349, p. 83, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 185, denumit în continuare „Regulamentul nr. 40/94”), prevede:

„(1) Se respinge înregistrarea următoarelor:

[...]

b) mărci care sunt lipsite de caracter distinctiv;

c) mărci 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 a prestării serviciului sau alte caracteristici ale acestora;

- d) mărci care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații devenite uzuale în limbajul curent sau în practicile de loialitate și constanță ale comerțului;

[...]

(2) Alineatul (1) se aplică chiar dacă motivele de refuz nu există decât într-o parte a Comunității.

[...]”

- 4 Articolul 38 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 prevede:

„În cazul în care o marcă este exclusă de la înregistrare în temeiul articolului 7, în ceea ce privește toate sau doar o parte dintre produsele sau serviciile pentru care se solicită înregistrarea mărcii comunitare, cererea se respinge pentru aceste produse sau servicii”.

- 5 Articolul 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 prevede:

„În cursul procedurii, Oficiul procedează la examinarea din oficiu a faptelor [...]”.

Istoricul cauzei

- 6 La 30 aprilie 2002, recurenta a solicitat OAPI înregistrarea semnului verbal EURO-HYPO pentru serviciile din clasa 36 în sensul de Aranjamentului de la Nisa, care corespund următoarei descrieri:

„Afaceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare; finanțări; analize financiare; investiții; asigurări”.

- 7 Întrucât, prin Decizia examinatorului OAPI din 30 august 2002, această cerere a fost respinsă în temeiul articolului 7 alineatul (1) literele (b) și (c) și al articolului 2 din Regulamentul nr. 40/94, reclamanta a formulat recurs la OAPI.

- 8 Prin decizia în litigiu, OAPI a admis în parte recursul și a anulat decizia examinatorului în ceea ce privește serviciile „analize financiare; investiții; asigurări”.

- 9 În schimb, recursul a fost respins în ceea ce privește celelalte servicii din clasa 36, respectiv „[a]faceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare; finanțări”.

- 10 În esență, OAPI a apreciat că elementele EURO și HYPO conțin o indicație direct comprehensibilă a caracteristicilor celor cinci servicii sus-menționate și că asocierea celor două elemente într-un singur cuvânt nu conferă mărcii un caracter mai puțin descriptiv. Prin urmare, acesta a considerat că semnul verbal EUROHYPO are

caracter descriptiv în ceea ce privește „afaceri[le] financiare, monetare, imobiliare; servicii[le] financiare; finanțări[le]” și, în consecință, este lipsit de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, cel puțin în țările de limbă germană, ceea ce este suficient, potrivit articolului 7 alineatul (2) din acest regulament, pentru a justifica refuzul acordării protecției.

Procedura în fața Tribunalului și hotărârea atacată

- 11 La 5 noiembrie 2004, recurenta a introdus la Tribunal o acțiune în anulare împotriva deciziei în litigiu. În susținerea acțiunii, aceasta a invocat două motive, întemeiate pe încălcarea articolului 74 alineatul (1) și, respectiv, a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

- 12 Prin intermediul primului motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, recurenta a susținut că OAPI nu a examinat în mod exhaustiv, în decizia în litigiu, percepția publicului asupra semnului verbal EUROHYPO.

- 13 Tribunalul a respins acest motiv, apreciind, la punctul 20 din hotărârea atacată, că „[...] faptul că, după ce a fost suficient de convinsă în ceea ce privește caracterul descriptiv al elementelor «EURO» și «HYPO» și al termenului «EUROHYPO» ca să dispună respingerea înregistrării, camera de recurs a ales să nu facă cercetări suplimentare nu contravine articolului 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94”.

- 14 Prin intermediul celui de al doilea motiv, recurenta a invocat încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 în măsura în care Camera a patra de recurs a OAPI a apreciat că semnul verbal EUROHYPO este descriptiv în ceea ce privește serviciile financiare în cauză.
- 15 Referitor la temeinicia deciziei în litigiu, Tribunalul a subliniat mai întâi, la punctele 41, 43 și 44 din hotărârea atacată, că:

„41 [...] spre deosebire de cele susținute de OAPI, de la punctul 12 și următoarele ale deciziei [în litigiu] rezultă că decizia de respingere a cererii de înregistrare a semnului verbal EUROHYPO pentru serviciile «afaceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare; finanțări» are în vedere numai articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Totuși, analiza de la punctele 13-16, care susține respectiva decizie de respingere, vizează caracterul descriptiv al semnului verbal EUROHYPO.

[...]

43 Cu toate acestea, există o suprapunere evidentă a domeniilor de aplicare ale fiecăruia dintre motivele enunțate la literele (b)-(d) ale prevederii amintite [...].

44 Din jurisprudența Curții și a Tribunalului rezultă de asemenea că o marcă verbală care este descriptivă în ceea ce privește caracteristicile produselor sau ale serviciilor vizate în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul

nr. 40/94 este, ca urmare a acestui fapt, în mod necesar lipsită de caracter distinctiv cu privire la aceste produse sau servicii potrivit articolului 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament [...].”

16 În consecință, Tribunalul a menționat, la punctul 45 din hotărârea atacată, că „[...] aprecierea legalității deciziei [în litigiu] presupune să se verifice dacă s-a demonstrat de către camera de recurs că semnul verbal EUROHYPO este descriptiv în ceea ce privește serviciile «afaceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare; finanțări» din clasa 36. Dacă aceasta este situația, refuzul înregistrării este rezultatul aplicării corecte a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și în același timp al aplicării corecte a articolului 7 alineatul (1) litera (c) din același regulament, iar decizia [în litigiu] trebuie menținută [...]”.

17 Tribunalul a examinat în continuare dacă semnul verbal EUROHYPO este descriptiv pentru serviciile în cauză.

18 În primul rând, acesta a apreciat, la punctele 51 și 52 din hotărârea atacată, că OAPI a concluzionat în mod corect că elementele separate EURO și HYPO sunt descriptive pentru serviciile în cauză.

19 În al doilea rând, Tribunalul a examinat dacă și cuvântul compus însuși are caracterul descriptiv al elementelor care compun semnul verbal EUROHYPO. La punctul 55 din hotărârea atacată, acesta a conchis în sens afirmativ din următoarele motive:

„55 În speță, pe de o parte, semnul verbal EUROHYPO este o simplă combinație a două elemente descriptive care nu creează o impresie suficient de îndepărtată

de cea produsă prin simpla alăturare a elementelor care îl compun ca să primeze asupra ansamblului respectivelor elemente. Pe de altă parte, reclamanta nu a demonstrat că acest cuvânt compus a intrat în limbajul curent și că a dobândit o semnificație proprie. Dimpotrivă, aceasta susține că semnul verbal EURO-HYPO nu este folosit în mod curent în limba germană pentru a descrie servicii financiare.”

20 În plus, Tribunalul, la punctul 56 din hotărârea atacată, s-a pronunțat în sensul că soluția adoptată de Curte în Hotărârea din 20 septembrie 2001, Procter & Gamble/OAPI, cunoscută drept „Baby-dry” (C-383/99 P, Rec., p. I-6251), nu era aplicabilă în speță, dat fiind că „[...] [s]intagma în discuție în acea cauză era o invenție lexicală neobișnuită prin structura sa, ceea ce nu este cazul semnului verbal EUROHYPO”.

21 În consecință, Tribunalul a conchis, la punctul 57 din hotărârea atacată:

„Camera de recurs a [...] apreciat în mod corect că semnul verbal EUROHYPO este descriptiv în ceea ce privește serviciile «afaceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare și finanțări» din clasa 36 și, ca urmare a acestui fapt, este lipsit de caracter distinctiv. În conformitate cu cele arătate la punctul 45 de mai sus, rezultă că nu mai este necesar să se examineze dacă, pentru a aprecia că semnul solicitat este lipsit de caracter distinctiv, camera de recurs a invocat și alte motive.”

22 În sfârșit, la punctul 58 din hotărârea atacată, Tribunalul a considerat inadmisibil motivul întemeiat pe utilizarea intensivă a mărcii, întrucât fusese invocat pentru prima dată în fața Tribunalului.

23 În consecință, Tribunalul a respins acțiunea în totalitate.

Concluziile părților

24 În recursul formulat, recurenta solicită Curții:

— anularea hotărârii atacate;

— anularea deciziei în litigiu;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

25 OAPI solicită Curții respingerea recursului și obligarea recurenteii la plata cheltuielilor de judecată.

Cu privire la recurs

26 În susținerea recursului, recurenta invocă două motive, întemeiate pe încălcarea articolului 74 alineatul (1) și, respectiv, a articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

Cu privire la primul motiv

Argumentele părților

- 27 Prin intermediul primului motiv, recurenta susține că articolul 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 obligă OAPI să efectueze cercetări aprofundate pentru a stabili cu certitudine dacă există motive de respingere a înregistrării. Or, în speță, OAPI s-ar fi limitat să analizeze caracterul descriptiv al elementelor separate EURO și HYPO, fără a menționa constatări de fapt privind marca verbală EUROHYPO, apreciată în ansamblul său.
- 28 În plus, recurenta reproșează OAPI că a efectuat cercetări pe internet referitoare la marca EUROHYPO și că a prezentat cu bună știință trunchiat rezultatele în măsura în care acestea nu erau de natură să demonstreze că această marcă era utilizată în mod descriptiv. OAPI ar fi denaturat astfel faptele.
- 29 Prin urmare, Tribunalul ar fi comis o eroare de drept atunci când a constatat că lipsa trimiterilor la cercetările întreprinse pe internet în legătură cu caracterul descriptiv al mărcii EUROHYPO în cuprinsul motivării deciziei în litigiu nu contravenea articolului 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94.
- 30 În replică, OAPI precizează că nu este supus unor cerințe de probă rigide. În particular, în temeiul principiului libertății de apreciere a probelor, acesta poate decide în baza propriei convingeri dacă un fapt este dovedit. Prin urmare, odată ce apreciază că dispune de suficiente elemente pentru a lua o decizie, OAPI nu are obligația de a-și continua investigațiile și analizele.

- 31 În plus, OAPI subliniază că utilizarea descriptivă a unui termen nou creat nu este un criteriu relevant pentru aplicarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și, în consecință, nu se poate reproșa camerei de recurs omisiunea de a-l menționa.

Aprecierea Curții

- 32 Trebuie constatat mai întâi faptul că, prin intermediul primului motiv, chiar dacă recurenta invocă formal o eroare de drept, în esență urmărește să repună în discuție aprecierea Tribunalului asupra faptelor și, în special, să conteste forța probatorie a anumitor fapte care l-au determinat pe acesta să conchidă că OAPI nu avea obligația de a efectua cercetări suplimentare din moment ce era suficient de convins cu privire la caracterul descriptiv al elementelor EURO și HYPO și al termenului EUROHYPO.
- 33 Or, rezultă dintr-o jurisprudență constantă că nu este de competența Curții să se pronunțe asupra situației de fapt și, în principiu, nici să examineze probele pe care Tribunalul le-a reținut în susținerea acesteia. Astfel, din moment ce aceste probe au fost obținute în mod legal și au fost respectate principiile generale de drept și normele de procedură aplicabile în materia sarcinii și a administrării probelor, numai Tribunalul are competența de a aprecia valoarea care trebuie să fie atribuită elementelor care i-au fost prezentate. Prin urmare, această apreciere nu constituie, cu excepția cazului denaturării acestor elemente, o problemă de drept supusă ca atare controlului Curții (a se vedea în acest sens Hotărârea din 17 decembrie 1998, *Baus-tahlgewebe/Comisia*, C-185/95 P, Rec., p. I-8417, punctul 24, Hotărârea din 14 iulie 2005, *Rica Foods/Comisia*, C-40/03 P, Rec., p. I-6811, punctul 60, și Hotărârea din 6 aprilie 2006, *General Motors/Comisia*, C-551/03 P, Rec., p. I-3173, punctul 52).

34 În această privință, trebuie amintit că o denaturare a elementelor de probă are loc dacă, fără a fi necesar să se recurgă la noi elemente de probă, aprecierea elementelor de probă existente apare ca fiind vădit greșită (Hotărârea din 18 ianuarie 2007, PKK și KNK/Consiliul, C-229/05 P, Rep., p. I-439, punctul 37, precum și Hotărârea din 18 iulie 2007, Industrias Químicas del Vallés/Comisia, C-326/05 P, Rep., p. I-6557, punctul 60).

35 Or, se impune constatarea faptului că, în cadrul acestui motiv, recurenta s-a limitat să conteste analiza faptelor efectuată de OAPI în decizia în litigiu și, mai ales, caracterul pretins incomplet al unei astfel de analize. În schimb, recurenta nici nu a demonstrat și nici măcar nu a afirmat că Tribunalul a apreciat elementele de probă în mod vădit eronat.

36 Prin urmare, primul motiv trebuie considerat inadmisibil.

Cu privire la al doilea motiv

37 Prin al doilea motiv invocat, recurenta susține că Tribunalul a comis o eroare de drept în interpretarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Acest motiv se structurează pe trei aspecte diferite.

38 Prin intermediul primului aspect, recurenta reproșează Tribunalului că nu a luat în considerare în mod corect impresia de ansamblu produsă de marca EUROHYPO. În cadrul celui de al doilea aspect, recurenta susține că Tribunalul a interpretat greșit

criteriile de respingere a înregistrării prevăzute la articolul 7 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 40/94. În sfârșit, în ceea ce privește al treilea aspect, recurenta susține că Tribunalul a aplicat incorect principiile care rezultă din hotărârea Baby-dry, citată anterior.

Cu privire la primul aspect al celui de al doilea motiv

— Argumentele părților

³⁹ În opinia recurenteii, Tribunalul a analizat numai caracterul descriptiv al elementelor EURO și HYPO luate separat, examinând numai în subsidiar impresia de ansamblu produsă de marcă. În hotărârea atacată, Tribunalul s-ar fi întemeiat pe prezumția potrivit căreia dacă elementele care alcătuiesc o marcă compusă sunt descriptive, marca în ansamblul ei este, în principiu, de asemenea descriptivă.

⁴⁰ OAPI respinge această argumentație, arătând că Tribunalul a consacrat o parte din raționamentul său tocmai aprecierii directe și specifice a caracterului distinctiv al mărcii complexe în ansamblul său, și nu s-a întemeiat doar pe o prezumție.

— Aprecierea Curții

- 41 În ceea ce privește o marcă complexă, cum este cazul în speță, aprecierea caracterului său distinctiv nu se poate limita la o analiză a fiecăruia dintre termenii sau dintre elementele sale, luate separat, ci trebuie să se întemeieze, în orice caz, pe percepția de ansamblu a publicului relevant asupra acestei mărci, și nu pe prezumția că elementele care, în mod separat, nu au caracter distinctiv nu pot avea un astfel de caracter după combinarea lor (a se vedea în acest sens Hotărârea din 16 septembrie 2004, SAT.1/OAPI, C-329/02 P, Rec., p. I-8317, punctul 35). Astfel, simpla împrejurare că fiecare dintre aceste elemente, luat separat, este lipsit de caracter distinctiv nu exclude posibilitatea ca rezultatul combinării acestora să poată avea un astfel de caracter (Hotărârea din 15 septembrie 2005, BioID/OAPI, C-37/03 P, Rec., p. I-7975, punctul 29).
- 42 Or, la punctul 54 din hotărârea atacată, Tribunalul s-a pronunțat în mod întemeiat în sensul că, pentru a aprecia caracterul descriptiv al unei mărci complexe, trebuie examinate nu numai diversele elemente din care este compusă marca, ci și marca în ansamblul său.
- 43 Desigur, la același punct 54, Tribunalul a afirmat că o marcă alcătuită dintr-un cuvânt compus din elemente, fiecare dintre acestea fiind descriptiv în ceea ce privește caracteristicile produselor sau ale serviciilor pentru care se solicită înregistrarea, este ea însăși descriptivă în ceea ce privește caracteristicile acestor produse sau ale acestor servicii.
- 44 Totuși, această constatare nu a avut efecte asupra analizei efectuate de Tribunal cu privire la această problemă, din moment ce acesta nu s-a limitat să examineze în mod subsidiar impresia produsă de marca solicitată în ansamblul său, ci a consacrat o parte din raționamentul său evaluării, în cazul unei mărci complexe, a caracterului descriptiv al semnului în ansamblul său.

45 Astfel, la punctul 55 din hotărârea atacată, Tribunalul s-a pronunțat în sensul că impresia creată de marca în cauză nu este suficient de îndepărtată de cea produsă prin simpla alăturare a elementelor care o compun ca să primeze asupra ansamblului respectivelor elemente și că recurenta nu a demonstrat că acest cuvânt compus a intrat în limbajul curent și că a dobândit o semnificație proprie.

46 În plus, la punctul 56 din hotărârea menționată, Tribunalul a examinat dacă marca în cauză era o invenție lexicală cu o structură neobișnuită, statuând că nu era cazul în speță.

47 În sfârșit, la punctul 57 din hotărârea atacată, Tribunalul a constatat că marca EUROHYPO, în ansamblul său, este descriptivă în ceea ce privește serviciile în cauză.

48 Prin urmare, nu se poate reproșa Tribunalului că nu a verificat dacă marca, în ansamblul său, avea sau nu avea caracter descriptiv ori că a verificat doar în subsidiar acest aspect.

49 Rezultă că primul aspect al celui de al doilea motiv trebuie respins ca neîntemeiat.

Cu privire la al doilea aspect al celui de al doilea motiv

— Argumentele părților

50 Recurenta susține că Tribunalul a aplicat în mod greșit la o analiză efectuată în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 un criteriu

relevant doar în vederea aplicării articolului 7 alineatul (1) litera (c) din acest regulament. Astfel, Tribunalul ar fi apreciat că o marcă compusă din elemente descriptive îndeplinește condițiile de înregistrare dacă respectivul cuvânt a intrat în limbajul curent și a dobândit o semnificație proprie, în timp ce, în opinia recurenteii, acest criteriu este irelevant în cadrul aplicării articolului 7 alineatul (1) litera (c) din regulamentul menționat.

- 51 Recurenta subliniază în plus că, deși este adevărat că există o suprapunere a domeniilor de aplicare ale fiecăruia dintre motivele prevăzute la articolul 7 alineatul (1) literele (b)-(d) din Regulamentul nr. 40/94, acest fapt nu ar degreva totuși Tribunalul de obligația de a interpreta în mod autonom motivele de refuz în lumina diferitelor obiective de interes general care se află la baza fiecăruia dintre aceste prevederi.
- 52 OAPI răspunde acestor argumente amintind că domeniile de aplicare ale prevederilor articolului 7 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 40/94 se intersectează și, din această cauză, un semn descriptiv intră în mod normal în domeniul de aplicare al ambelor norme.
- 53 În opinia OAPI, faptul că normele în discuție urmăresc interese generale distincte nu atrage după sine interpretarea diferită a noțiunii de caracter descriptiv în funcție de dispoziția în cauză. Prin urmare, Tribunalul nu ar fi comis nicio eroare de drept în cadrul interpretării articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat.

— Aprecierea Curții

- 54 Este necesar mai întâi să se amintească faptul că, deși Curtea a avut ocazia să indice o anumită suprapunere între domeniile de aplicare ale fiecăruia dintre motivele

absolute de refuz al înregistrării unei mărci prevăzute la articolul 7 alineatul (1) literele (b)-(d) din Regulamentul nr. 40/94 [a se vedea, prin analogie, în ceea ce privește prevederile identice ale articolului 3 alineatul (1) din Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92), Hotărârile din 12 februarie 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec., p. I-1619, punctul 67, și Campina Melkunie, C-265/00, Rec. p. I-1699, punctul 18], nu este mai puțin adevărat că rezultă dintr-o jurisprudență constantă că fiecare dintre motivele de refuz al înregistrării prevăzute la articolul 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 este independent de celelalte și necesită o examinare separată (a se vedea Hotărârea din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 P și C-457/01 P, Rec., p. I-5089, punctul 45, Hotărârea din 21 octombrie 2004, OAPI/Erpo Möbelwerk, C-64/02 P, Rec., p. I-10031, punctul 39, precum și Hotărârea din 12 ianuarie 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAPI, C-173/04 P, Rec., p. I-551, punctul 59).

55 Curtea a avut de asemenea ocazia să sublinieze că aceste motive de refuz trebuie interpretate în lumina interesului general care se află la baza fiecăruia dintre acestea. Interesul general luat în considerare la momentul examinării fiecăruia dintre aceste motive de refuz poate și chiar trebuie să reflecte considerente diferite, în funcție de motivul de refuz în cauză (Hotărârile citate anterior Henkel/OAPI, punctele 45 și 46, SAT.1/OAPI, punctul 25, precum și BioID/OAPI, punctul 59).

56 Trebuie subliniat în acest sens că noțiunea de interes general subiacentă articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 se confundă, în mod evident, cu funcția esențială a mărcii, care este aceea de a garanta consumatorului sau utilizatorului final identitatea originii produsului sau a serviciului desemnat de marcă, permițându-i să distingă, fără vreo posibilitate de confuzie, acest produs sau serviciu de cele care au o altă proveniență (Hotărârile citate anterior SAT.1/OAPI, punctele 23 și 27, și BioID/OAPI, punctul 60).

57 Or, în speță, raționamentul urmat de Tribunal rezultă dintr-o interpretare incorectă a principiilor menționate la punctele 54-56 din prezenta hotărâre.

- 58 Astfel, se impune constatarea faptului că de la punctele 45, 54, 55 și 57 din hotărârea atacată rezultă că Tribunalul a apreciat caracterul distinctiv al mărcii EUROHYPO efectuând numai analiza caracterului său descriptiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94. În consecință, această hotărâre nu conține nicio examinare individuală a motivului de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament, în temeiul căruia Tribunalul a respins totuși al doilea motiv de recurs invocat în primă instanță împotriva deciziei în litigiu.
- 59 Procedând astfel, Tribunalul a analizat marca EUROHYPO omițând în special să ia în considerare interesul public pe care articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 vizează în mod particular să îl protejeze, respectiv garantarea identității originii produsului sau a serviciului desemnat de marcă.
- 60 În plus, în cadrul unei astfel de analize, Tribunalul a utilizat un criteriu eronat pentru a stabili dacă marca în cauză putea fi înregistrată.
- 61 Potrivit acestui criteriu, o marcă compusă din elemente descriptive ar putea îndeplini condițiile de înregistrare dacă respectivul cuvânt a intrat în limbajul curent și a dobândit o semnificație proprie. Or, deși acest criteriu este relevant în cadrul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, nu este cel în funcție de care trebuie interpretat articolul 7 alineatul (1) litera (b).
- 62 Astfel, deși criteriul menționat permite excluderea posibilității de a utiliza o marcă pentru a descrie un produs sau un serviciu, totuși acesta nu permite să se determine dacă o marcă poate garanta consumatorului sau utilizatorului final identitatea originii produsului sau a serviciului desemnat de aceasta.

63 În aceste împrejurări, este întemeiată susținerea recurentei potrivit căreia hotărârea atacată conține o eroare de drept în interpretarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

64 Rezultă din considerentele precedente, fără a mai fi necesar să se examineze al treilea aspect al celui de al doilea motiv de recurs, că hotărârea atacată trebuie anulată în măsura în care Tribunalul s-a pronunțat în sensul că articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu a fost încălcat de către Camera a patra de recurs a OAPI prin faptul că, prin decizia în litigiu, a refuzat înregistrarea ca marcă comunitară a sintagmei EUROHYPO pentru serviciile din clasa 36 în sensul Aranjamentului de la Nisa, „[a]faceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare; finanțări [...]”.

Cu privire la acțiunea în fața Tribunalului

65 În conformitate cu articolul 61 alineatul (1) a doua teză din Statutul Curții de Justiție, aceasta din urmă poate, în cazul anulării hotărârii Tribunalului, să soluționeze ea însăși în mod definitiv litigiul, atunci când acesta este în stare de judecată.

66 Cu titlu prealabil, trebuie subliniat că, după cum rezultă de la punctul 56 din prezenta hotărâre, caracterul distinctiv al unei mărci în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 înseamnă că această marcă permite să se identifice produsul a cărui înregistrare este solicitată ca provenind de la o întreprindere determinată și, prin urmare, să se distingă acel produs de cele ale altor întreprinderi (Hotărârea Henkel/OAPI, citată anterior, punctul 34 și jurisprudența citată).

67 În această privință, rezultă dintr-o jurisprudență constantă că acest caracter distinctiv trebuie apreciat în raport cu produsele sau cu serviciile a căror înregistrare este solicitată, pe de o parte, și în raport cu percepția publicului relevant asupra acestora, pe de altă parte (Hotărârea din 29 aprilie 2004, Procter & Gamble/OAPI, C-473/01 P și C-474/01 P, Rec., p. I-5173, punctul 33, precum și Hotărârea din 22 iunie 2006, Storck/OAPI, C-25/05 P, Rec., p. I-5719, punctul 25).

68 În speță, este necesar să se constate că, astfel cum a arătat și camera de recurs în decizia în litigiu, serviciile vizate se adresează tuturor consumatorilor, fapt necontestat de recurentă. În plus, este cert că motivul absolut de refuz nu a fost invocat decât în raport cu una dintre limbile vorbite în Uniunea Europeană, respectiv limba germană. În consecință, publicul relevant în funcție de care trebuie apreciat caracterul distinctiv al mărcii este consumatorul mediu germanofon, normal informat, suficient de atent și de avizat.

69 Or, după cum în mod corect a subliniat OAPI în decizia în litigiu, publicul relevant percepe semnul verbal EUROHYPO, în cadrul domeniului vizat în cererea de înregistrare a mărcii, ca referindu-se, în ansamblul său, în general la servicii financiare pentru care sunt necesare garanții reale și în special la împrumuturi ipotecare plătite în moneda Uniunii Economice și Monetare Europene. În plus, niciun element adițional nu permite să se aprecieze că rezultatul combinării elementelor curente și uzuale EURO și HYPO ar fi neobișnuit sau că ar avea o semnificație proprie care diferențiază, în percepția publicului în discuție, serviciile recurente de cele având o altă origine comercială. Prin urmare, publicul relevant percepe marca în cauză ca pe una care furnizează informații cu privire la natura serviciilor pe care le desemnează, și nu ca pe una care indică originea serviciilor în cauză.

- 70 Rezultă că marca a cărei înregistrare se solicită nu are caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. În aceste condiții, acțiunea recurentei împotriva deciziei în litigiu trebuie respinsă.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 71 Potrivit articolului 122 din Regulamentul de procedură al Curții, atunci când recursul este fondat, iar Curtea soluționează ea însăși în mod definitiv litigiul, aceasta se pronunță asupra cheltuielilor de judecată.
- 72 Potrivit articolului 69 alineatul (2) din același regulament, aplicabil procedurii de recurs în temeiul articolului 118 din regulamentul menționat, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât OAPI a solicitat obligarea recurentei la plata cheltuielilor de judecată, iar recurenta a căzut în pretenții, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată efectuate la cele două instanțe.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera întâi) declară și hotărăște:

- 1) Anulează Hotărârea Tribunalului de Primă Instanță al Comunităților Europene din 3 mai 2006, Eurohypo/OAPI (EUROHYPO) (T-439/04), în**

măsura în care Tribunalul de Primă Instanță al Comunităților Europene s-a pronunțat în sensul că articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară, astfel cum a fost modificat prin Regulamentul (CE) nr. 3288/94 al Consiliului din 22 decembrie 1994, nu a fost încălcat de către Camera a patra de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) prin faptul că, prin Decizia din 6 august 2004 (cauza R 829/2002-4), a refuzat înregistrarea ca marcă comunitară a sintagmei EUROHYPO pentru serviciile din clasa 36 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat, clasă care corespunde următoarei descrieri: „[a]faceri financiare, monetare, imobiliare; servicii financiare; finanțări [...]”.

- 2) Respinge acțiunea împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 6 august 2004 (cauza R 829/2002-4).

- 3) Eurohypo AG este obligată la plata cheltuielilor de judecată efectuate la cele două instanțe.

Semnături