

# Cauza T-157/08

**Paroc Oy AB**

**împotriva**

**Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne  
(mărci, desene și modele industriale) (OAPI)**

„Marcă comunitară — Cerere de înregistrare a mărcii comunitare verbale  
INSULATE FOR LIFE — Motiv absolut de refuz — Lipsa caracterului distinctiv —  
Articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 40/94 [devenit  
articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 207/2009] — Decizie  
pur confirmativă — Inadmisibilitate parțială”

Hotărârea Tribunalului (Camera întâi) din 8 februarie 2011 . . . . . II - 141

## Sumarul hotărârii

1. *Acțiune în anulare — Acțiune împotriva unei decizii de confirmare a unei decizii anterioare neatacate în termen — Inadmisibilitate — Noțiunea «decizie de confirmare» (art. 230 CE)*
2. *Marcă comunitară — Definiția și dobândirea mărcii comunitare — Motive absolute de refuz — Mărci lipsite de caracter distinctiv — Aprecieria caracterului distinctiv — Criterii [Regulamentul nr. 40/94 al Consiliului, art. 7 alin. (1) lit. (b)]*

3. *Marcă comunitară — Definiția și dobândirea mărcii comunitare — Motive absolute de refuz — Mărci lipsite de caracter distinctiv — Marcă compusă din mai multe elemente — Posibilitatea autorității competente de a efectua o examinare a fiecăruia dintre elementele constitutive ale mărcii*

*[Regulamentul nr. 40/94 al Consiliului, art. 7 alin. (1) lit. (b)]*

4. *Marcă comunitară — Definiția și dobândirea mărcii comunitare — Motive absolute de refuz — Mărci lipsite de caracter distinctiv*

*[Regulamentul nr. 40/94 al Consiliului, art. 7 alin. (1) lit. (b)]*

1. O decizie pur confirmativă a unei decizii anterioare neatacate în termen nu este un act supus căilor de atac. Astfel, pentru a nu reactiva termenul de introducere a acțiunii împotriva deciziei confirmate, o acțiune îndreptată împotriva unei astfel de decizii confirmative trebuie declarată inadmisibilă.

Să se stabilească dacă și în ce măsură a doua decizie constituie o decizie pur confirmativă a primei decizii presupune identificarea datelor respective ale litigiilor în cadrul cărora s-au pronunțat deciziile amintite. În acest scop, trebuie să se aprecieze dacă părțile din procedurile în cauză, concluziile, motivele, argumentele lor, precum și elementele de fapt și de drept relevante specifice acestor litigii și care determină dispozitivele deciziilor menționate erau sau nu erau identice.

O decizie este considerată ca fiind pur confirmativă a unei decizii anterioare dacă nu conține niciun element nou în raport cu un act anterior și dacă nu a fost precedată de o reexaminare a situației destinatarului acestui act anterior.

În cazul în care trebuie să se decidă că a doua decizie este o decizie pur confirmativă a primei decizii, prin urmare, trebuie să se analizeze, pe de o parte, dacă a doua decizie se întemeiază pe elemente noi,

care pot avea un efect asupra dispoziției respectivei decizii și pe motivele pe care acesta se întemeiază în mod necesar și, pe de altă parte, dacă, în cadrul acestei decizii, situația reclamantei a făcut obiectul unei reexaminări.

(a se vedea punctele 29, 30, 32 și 35)

2. Caracterul distinctiv al unei mărci în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 privind marca comunitară înseamnă că această marcă permite să se identifice produsul sau serviciul 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. În acest scop, nu este necesar ca marca să transmită o informație exactă cu privire la identitatea fabricantului produsului sau a prestatorului de servicii. Este suficient ca marca să permită publicului vizat să distingă produsul sau serviciul pe care îl desemnează de cele care au o altă origine comercială și să concluzioneze că toate produsele sau serviciile pe care le desemnează au fost fabricate, comercializate sau furnizate sub controlul titularului acestei mărci, căruia i se poate atribui responsabilitatea calității acestora.

În schimb, sunt lipsite de caracter distinctiv, în sensul acestei dispoziții, semnele

care nu permit publicului relevant să facă aceeași achiziție în mod repetat în cazul în care aceasta se dovedește pozitivă sau să o evite în cazul în care se dovedește negativă, cu ocazia achiziționării ulterioare a produselor sau serviciilor în discuție. Această situație se regăsește, în special, în cazul semnelor care sunt utilizate în general pentru comercializarea produselor sau serviciilor vizate. Astfel, se consideră că aceste semne sunt inapte să exercite funcția esențială a mărcii, și anume aceea de a identifica originea produsului sau serviciului în cauză.

(a se vedea punctele 44 și 45)

3. Pentru a aprecia dacă un semn verbal compus este sau nu este lipsit de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 privind marca comunitară, trebuie să se țină seama de semnificația pertinentă a acestuia, stabilită pe baza tuturor elementelor din care este compus, și nu pe baza unui singur element al acestuia. Astfel, aprecierea caracterului distinctiv al acestor semne nu se poate limita la analiza fiecărui termen sau element, examinat în mod izolat, ci, indiferent de situație, trebuie să se întemeieze pe percepția globală a publicului relevant asupra acestor mărci, iar nu pe prezumția potrivit căreia, odată combinate, elementele lipsite de caracter distinctiv în mod izolat nu pot avea un astfel de caracter. 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. Cu alte cuvinte, pentru a aprecia dacă o marcă este sau nu este lipsită de caracter distinctiv, este necesar să se ia în considerare impresia de ansamblu pe care o produce. Acest lucru nu poate însemna totuși că nu ar trebui să se efectueze, în primul rând, o examinare a fiecăruia dintre diferitele elemente constitutive ale acestei mărci. Astfel, poate fi util, în aprecierea generală, să se examineze fiecare dintre elementele constitutive ale mărcii avute în vedere.

(a se vedea punctul 50)

4. Din punctul de vedere al publicului relevant, semnul verbal INSULATE FOR LIFE, a cărui înregistrare ca marcă comunitară s-a solicitat pentru serviciile care corespund descrierii „Construcții; reparații; instalații” și care fac parte din clasa 37 în sensul Aranjamentului de la

Nisa, este lipsit de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 privind marca comunitară.

În raport cu serviciile în cauză, publicul relevant va percepe marca solicitată, în mod direct și fără o reflecție analitică amplă, ca pe o aluzie la servicii de lungă durată referitoare la utilizarea unui material izolant deosebit de rezistent, iar nu ca pe o indicație a originii comerciale a serviciilor menționate. Astfel, chiar ca slogan elogios sau promoțional, acest semn verbal nu este suficient de original sau de expresiv pentru a necesita un minim de efort de interpretare, de reflecție sau de analiză din partea publicului relevant, acesta fiind determinat să asocieze imediat semnul respectiv cu serviciile în cauză, care pot fi comercializate de orice întreprindere care își desfășoară activitatea în sectorul construcțiilor și al izolațiilor.

(a se vedea punctele 48, 52 și 53)