



Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a treia)

10 iulie 2014 *

„Trimitere preliminară — Mărci — Directiva 2008/95/CE — Identificarea produselor sau serviciilor pentru care se solicită protecția prin intermediul mărcii — Cerințe de claritate și de precizie — Clasificarea de la Nisa — Comerțul cu amănuntul — Regrupare de servicii”

În cauza C-420/13,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Bundespatentgericht (Germania), prin decizia din 8 mai 2013, primită de Curte la 24 iulie 2013, în procedura

Netto Marken-Discount AG & Co. KG

împotriva

Deutsches Patent- und Markenamt,

CURTEA (Camera a treia),

compusă din domnul M. Ilešić (raportor), președinte de cameră, domnii C. G. Fernlund, A. Ó Caoimh, doamna C. Toader și domnul E. Jarašiūnas, judecători,

avocat general: domnul M. Wathelet,

grefier: domnul K. Malacek, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 30 aprilie 2014,

luând în considerare observațiile prezentate:

- pentru Netto Marken-Discount AG & Co. KG, de M. Rauscher, Rechtsanwalt;
- pentru guvernul francez, de D. Colas și de F.-X. Bréchet, în calitate de agenți;
- pentru guvernul polonez, de B. Majczyna, în calitate de agent;
- pentru guvernul Regatului Unit, de J. Beeko, în calitate de agent, asistată de S. Ford, barrister;
- pentru Comisia Europeană, de F. W. Bulst și de E. Montaguti, în calitate de agenți,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

* Limba de procedură: germana.

pronunță prezenta

Hotărâre

- 1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 2 din Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO L 299, p. 25, rectificare în JO 2009, L 11, p. 86).
- 2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între Netto Marken-Discount AG & Co. KG (denumită în continuare „Netto Marken-Discount”), pe de o parte, și Deutsches Patent- und Markenamt (Oficiul German pentru Brevete și Mărci, denumit în continuare „DPMA”), pe de altă parte, cu privire la respingerea de către acesta din urmă a unei cereri de înregistrare a unei mărci.

Cadrul juridic

Dreptul internațional

- 3 La nivel internațional, dreptul mărcilor este reglementat în special de Convenția pentru protecția proprietății industriale, semnată la Paris la 20 martie 1883, revizuită ultima dată la Stockholm la 14 iulie 1967 și modificată la 28 septembrie 1979 (*Recueil des traités des Nations unies*, vol. 828, nr. 11851, p. 305, denumită în continuare „Convenția de la Paris”). Toate statele membre ale Uniunii Europene sunt părți la această convenție.
- 4 În temeiul articolului 19 din Convenția de la Paris, statele cărora aceasta li se aplică își rezervă dreptul de a încheia între ele, în mod separat, aranjamente speciale pentru protecția proprietății industriale.
- 5 Articolul menționat a stat la baza adoptării Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor, adoptat la Conferința diplomatică de la Nisa la 15 iunie 1957, revizuit ultima dată la Geneva la 13 mai 1977 și modificat la 28 septembrie 1979 (*Recueil des traités des Nations unies*, vol. 1154, nr. I-18200, p. 89, denumit în continuare „Aranjamentul de la Nisa”). Potrivit articolului 1 din acesta:

„(1) Țările cărora li se aplică prezentul aranjament sunt constituite ca uniune specială și adoptă o clasificare comună a produselor și serviciilor, în vederea înregistrării mărcilor [denumită în continuare «Clasificarea de la Nisa»].

(2) Clasificarea [de la Nisa] cuprinde:

- (i) o listă a claselor, însoțită, dacă este cazul, de note explicative;
- (ii) o listă alfabetică a produselor și serviciilor [...], cu indicarea clasei în care este încadrat fiecare produs sau serviciu.

[...]

- 6 Articolul 2 din Aranjamentul de la Nisa, intitulat „Sfera juridică și aplicarea clasificării [de la Nisa]”, are următorul cuprins:

„(1) Sub rezerva obligațiilor impuse de prezentul aranjament, sfera clasificării [de la Nisa] este aceea care i-a fost atribuită de fiecare țară a Uniunii speciale. În mod special, clasificarea [de la Nisa] nu leagă țările Uniunii speciale nici în ceea ce privește aprecierea întinderii protecției mărcii, nici în ceea ce privește recunoașterea mărcilor de serviciu.

- (2) Fiecare dintre țările Uniunii speciale își rezervă dreptul de a aplica clasificarea [de la Nisa] ca sistem principal sau sistem auxiliar.
 - (3) Administrațiile competente ale țărilor Uniunii speciale vor indica, în titlurile și publicațiile oficiale ale înregistrărilor mărcilor, numerele claselor clasificării [de la Nisa] cărora le aparțin produsele sau serviciile pentru care se înregistrează marca.
 - (4) Faptul că o denumire figurează în lista alfabetică [a produselor și serviciilor] nu afectează cu nimic drepturile care ar putea exista privitor la această denumire.”
- 7 Lista claselor incluse în Clasificarea de la Nisa cuprinde, începând cu a opta sa ediție, intrată în vigoare la data de 1 ianuarie 2002, 34 de clase de produse și 11 clase de servicii. Fiecare clasă este desemnată prin una sau mai multe indicații generale, denumite în mod curent „titlul clasei”, care indică în manieră generală domeniile în care se încadrează în principiu produsele sau serviciile din această clasă.
- 8 În conformitate cu Ghidul utilizatorului Clasificării de la Nisa, pentru a se asigura clasificarea corectă a fiecărui produs sau serviciu, trebuie consultată lista alfabetică a produselor și serviciilor, precum și notele explicative privind diferitele clase.
- 9 În cea de a noua ediție, în vigoare începând de la 1 ianuarie 2007 și preluată în termeni identici în ediția a zecea, în vigoare începând de la 1 ianuarie 2012, Clasificarea de la Nisa conține titlul următor pentru clasa 35, care se referă la servicii:

„Publicitate; conducerea și administrarea afacerilor; lucrări de birou.”

- 10 Nota explicativă a acestei clase are următorul cuprins:

„Clasa 35 cuprinde în general servicii prestate de persoane sau organizații al căror scop principal este:

- (1) să ofere asistență în exploatarea sau conducerea unei întreprinderi comerciale sau
- (2) să ofere asistență în ceea ce privește conducerea afacerilor sau a funcțiilor comerciale ale întreprinderilor industriale sau comerciale,

ca și serviciile asigurate de firme de publicitate care se ocupă în principal de comunicare publică, declarații sau anunțuri prin toate mijloacele de difuzare, pentru toate tipurile de produse sau servicii.

Această clasă cuprinde în mod particular:

- strângerea la un loc, în beneficiul terților, a unor produse diverse (exceptând transportul) pentru a permite clienților să le vadă și să le achiziționeze cât mai comod; aceste servicii pot fi asigurate de magazine angro sau en détail, prin cataloage de vânzare prin corespondență sau prin mijloace electronice, de exemplu prin intermediul site-urilor web sau al emisiunilor de teleshopping;
- servicii care constau în înregistrarea, transcrierea, compunerea, compilarea sau sistematizarea unor comunicări scrise sau înregistrări, ca și compilarea datelor matematice sau statistice;
- serviciile agențiilor de publicitate, ca și servicii ca distribuirea de prospecte, direct sau prin poștă, sau distribuirea de mostre. Această clasă se poate referi și la publicitate în legătură cu alte servicii, cum ar fi publicitatea pentru credite bancare sau publicitatea prin radio.

Această clasă nu cuprinde în mod particular:

- servicii cum sunt cele de evaluare și rapoarte ale inginerilor, care nu sunt în directă legătură cu exploatarea sau conducerea afacerilor într-o întreprindere industrială sau comercială (v. Lista alfabetică a serviciilor)."
- 11 Lista alfabetică a Clasificării de la Nisa identifică printre altele „vânzările (promovarea -lor), pentru terți” ca intrând sub incidența clasei 35 menționate.
- 12 Clasificarea de la Nisa conține titlurile următoare pentru clasele 36, 39, 41 și, respectiv, 45, care se referă de asemenea la servicii: „Asigurări; afaceri financiare, monetare; afaceri imobiliare”; „Transport; ambalare și depozitare a mărfurilor; organizare de călătorii”; „Educație; instruire; divertisment; activități sportive și culturale”, și „Servicii juridice; servicii de securitate pentru protecția bunurilor și persoanelor; servicii personale și sociale oferite de terți pentru satisfacerea unor nevoi individuale”.

Dreptul Uniunii

- 13 Considerentul (13) al Directivei 2008/95 prevede:

„Toate statele membre ale Comunității sunt parte la [Convenția de la Paris]. Este necesar ca dispozițiile prezentei directive să fie pe deplin armonizate cu cele ale convenției menționate. Prezenta directivă nu ar trebui să aducă atingere obligațiilor statelor membre care decurg din respectiva convenție. [...]”

- 14 Articolul 2 din această directivă prevede:

„Pot constitui mărci toate semnele susceptibile de reprezentare grafică, în special cuvintele, inclusiv numele de persoane, desenele, literele, cifrele, forma produsului sau a ambalajului său, cu condiția ca astfel de semne să fie capabile să distingă produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altor întreprinderi.”

- 15 Potrivit articolului 3 alineatul (1) din aceeași directivă:

„Sunt refuzate înregistrării sau pot să fie declarate nule, dacă sunt înregistrate:

- (a) semnele care nu pot constitui o marcă;
- (b) mărcile fără caracter distinctiv;
- (c) mărcile care sunt compuse exclusiv din semne sau indicii putând servi, în comerț, pentru a desemna felul, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, proveniența geografică sau data fabricației produsului sau a prestării de servicii sau alte caracteristici ale acestora;
- (d) mărcile care sunt compuse exclusiv din semne sau indicii devenite uzuale în limbajul curent sau în practicile comerciale loiale și constante;

[...]”

- 16 Modul de redactare a articolelor 2 și 3 din Directiva 2008/95 corespunde celui al articolelor 2 și 3 din Directiva 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), care a fost abrogată și înlocuită prin Directiva 2008/95 începând de la 28 noiembrie 2008.

Dreptul german

- 17 Articolul 3 alineatul (1) din Legea privind protecția mărcilor și a altor semne distinctive [Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen (Markengesetz)] din 25 octombrie 1994 (BGBl. 1994 I, p. 3082, denumită în continuare „MarkenG”) corespunde în esență articolului 2 din Directiva 2008/95.
- 18 Articolul 32 alineatul (3) din MarkenG prevede:
- „Depunerea trebuie să îndeplinească celelalte condiții de depunere definite într-un regulament în temeiul articolului 65 alineatul (1) punctul 2.”
- 19 Articolul 65 alineatul (1) punctul 2 din MarkenG precizează:
- „Ministerul Federal al Justiției este abilitat să definească, prin adoptarea unui regulament care nu necesită aprobarea Bundesratului, [...] alte condiții necesare pentru depunerea mărcilor [...]”
- 20 Potrivit articolului 20 alineatul (1) din Regulamentul de punere în aplicare a MarkenG (denumit în continuare „MarkenV”):
- „Produsele și serviciile trebuie să fie desemnate într-un mod care să permită clasificarea fiecărui produs sau serviciu într-o clasă din nomenclatura stabilită în temeiul articolului 19 alineatul (1).”
- 21 Articolul 19 alineatul (1) din MarkenV precizează că „[c]lasificarea produselor și serviciilor se face potrivit nomenclurii produselor și serviciilor care figurează în anexa 1 la prezentul regulament”. Această anexă 1 conține clasa 35, ai cărei termeni corespund celor ai clasei 35 din Clasificarea de la Nisa.
- 22 Articolul 36 alineatul (4) din MarkenG prevede:
- „În cazul în care alte neregularități nu sunt îndreptate într-un termen stabilit de [DPMA], acesta respinge cererea.”

Litigiul principal și întrebările preliminare

- 23 La 10 septembrie 2011, Netto Marken-Discount a depus la DPMA, în vederea înregistrării ca marcă pentru produse și servicii din clasele 18, 25, 35 și 36 în sensul Aranjamentului de la Nisa, următorul semn verbal și figurativ:



- 24 În ceea ce privește clasa 35, cererea de înregistrare preciza:

„Clasa 35: servicii de comerț cu amănuntul și cu ridicata, în special strângerea la un loc, în beneficiul terților, a unor servicii diverse pentru a facilita achiziționarea lor de către consumatori, asigurate în special și de magazine angro sau en détail, prin cataloage de vânzare prin corespondență sau prin mijloace electronice, de exemplu prin intermediul site-urilor web sau al emisiunilor de teleshopping care oferă următoarele servicii: pentru clasa 35: publicitate; conducerea și administrarea afacerilor; lucrări de birou; pentru clasa 36: emiterea de bonuri valorice; pentru clasa 39: organizarea de călătorii; pentru clasa 41: divertisment; pentru clasa 45: servicii personale și sociale pentru satisfacerea unor nevoi individuale.”

- 25 Prin decizia din 10 septembrie 2012, DPMA a respins, în temeiul articolului 36 alineatul (4) din MarkenG, cererea de înregistrare, în măsura în care aceasta fusese prezentată pentru serviciile din clasa 35, pentru motivul neîndeplinirii condiției enunțate la articolul 20 alineatul (1) din MarkenV, întrucât, în opinia sa, serviciile din clasa respectivă indicate în această cerere nu se puteau distinge în mod clar de alte servicii nici prin natura și nici prin conținutul lor.

- 26 Netto Marken-Discount a formulat o acțiune în anulare împotriva deciziei de respingere menționate la instanța de trimitere.

- 27 Instanța de trimitere arată că Curtea nu s-a pronunțat încă cu privire la problema dacă o protecție conferită de marcă poate fi obținută pentru comerțul cu amănuntul de servicii. În ipoteza în care această situație s-ar regăsi în speță, instanța de trimitere ridică problema gradului de precizie cu care trebuie descrise serviciile vizare de acest comerț cu amănuntul, precum și a posibilității ca protecția conferită de o marcă care desemnează un astfel de comerț cu amănuntul de servicii să se întindă și la prestările de servicii efectuate de însuși comerciantul cu amănuntul.

- 28 În aceste condiții Bundespatentgericht a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) Articolul 2 din Directiva [2008/95] trebuie interpretat în sensul că prin serviciu în sensul prezentei dispoziții se înțelege și comerțul cu amănuntul de servicii?

2) În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare:

Articolul 2 din directivă trebuie interpretat în sensul că serviciile oferite de comerciantul cu amănuntul trebuie precizate din punctul de vedere al conținutului în același mod ca produsele comercializate de un comerciant cu amănuntul?

- a) Pentru precizarea serviciilor este suficient să se indice:
 - i) doar tipul serviciilor în general sau indicațiile generale,
 - ii) doar clasa (clasele) sau
 - iii) în mod concret, fiecare serviciu în parte?
- b) Aceste indicații contribuie în acest caz la stabilirea datei de depunere a cererii sau, prin indicarea termenilor generali sau a claselor, este posibilă o înlocuire sau o completare?

3) În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare:

Articolul 2 din Directiva [2008/95] trebuie interpretat în sensul că întinderea protecției mărcii pentru servicii de comerț cu amănuntul cu servicii se extinde și la serviciile prestate chiar de comerciantul cu amănuntul?”

Cu privire la întrebările preliminare

Cu privire la prima întrebare

- 29 Prin intermediul primei întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească dacă prestările efectuate de un comerciant cu amănuntul care constau în regruparea unor servicii pentru a permite consumatorului să le compare și să le achiziționeze cât mai comod pot intra sub incidența noțiunii „servicii” menționate la articolul 2 din Directiva 2008/95.
- 30 Netto Marken-Discount, guvernul francez și guvernul Regatului Unit, precum și Comisia Europeană propun să se răspundă afirmativ la întrebarea menționată, în timp ce guvernul polonez consideră că este inutil să se califice drept serviciu un comerț cu amănuntul de servicii.
- 31 Este necesar să se amintească de la bun început că, pentru a putea să constituie o marcă, obiectul cererii de înregistrare trebuie, în temeiul articolului 2 din Directiva 2008/95, să îndeplinească trei condiții. În primul rând, acesta trebuie să reprezinte un semn. În al doilea rând, acest semn trebuie să fie apt de o reprezentare grafică. În al treilea rând, semnul menționat trebuie să fie capabil să distingă „produsele” sau „serviciile” unei întreprinderi de cele ale altor întreprinderi (a se vedea în ceea ce privește articolul 2 din Directiva 89/104 Hotărârea Libertel, C-104/01, EU:C:2003:244, punctul 23, Hotărârea Heidelberger Bauchemie, C-49/02, EU:C:2004:384, punctul 22, și Hotărârea Dyson, C-321/03, EU:C:2007:51, punctul 28).
- 32 În această privință, în ceea ce privește noțiunea „servicii”, trebuie arătat că ea nu este definită de legiuitorul Uniunii și că, pentru a evita existența unor condiții variabile de înregistrare a mărcilor în funcție de legislațiile naționale, trebuie să se dea o interpretare uniformă acestei noțiuni (a se vedea în acest sens Hotărârea Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, C-418/02, EU:C:2005:425, punctele 28-33).
- 33 În scopul unei astfel de interpretări, Curtea a statuat deja, într-o cauză referitoare la o cerere de înregistrare a unei mărci formulată de un comerciant cu amănuntul, că prestările furnizate în cadrul comerțului cu amănuntul de produse pot constitui servicii. Astfel, comerțul cu amănuntul de produse cuprinde, pe lângă vânzarea însăși a acestor produse, alte activități ale comerciantului cu amănuntul, precum selectarea unei game de produse oferite la vânzare și diverse prestații prin care se urmărește

determinarea consumatorului să cumpere aceste produse mai curând de la comerciantul în cauză decât de la un concurent (a se vedea în acest sens Hotărârea Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, EU:C:2005:425, punctele 34, 39 și 52).

- 34 Fără a fi necesară examinarea aspectului dacă aceste servicii pot, la fel ca produsele, să facă obiectul unui „comerț cu amănuntul” în sensul propriu al acestor termeni, trebuie să se constate, astfel cum au subliniat guvernele care au prezentat observații Curții, precum și Comisia, că există situații în care un operator economic selectează și prezintă o gamă de servicii ale unor terți pentru a permite consumatorului să aleagă dintre aceste servicii adresându-se unui interlocutor unic.
- 35 Prestările unui astfel de operator economic pot consta printre altele în activități care vizează să permită consumatorului să compare și să achiziționeze în mod comod serviciile menționate, precum și în activități de publicitate.
- 36 Astfel de prestări de regrupare și de publicitate pot intra, dacă este cazul, sub incidența clasei 35 din Clasificarea de la Nisa, al cărei titlu și a cărei notă explicativă sunt citate la punctele 9 și 10 din prezenta hotărâre. Această posibilitate este confirmată de lista alfabetică a Clasificării de la Nisa, care include „vânzările (promovarea -lor), pentru terți” în rândul serviciilor care fac parte din clasa menționată.
- 37 Prestările respective intră, în acest caz, sub incidența noțiunii „servicii” în sensul articolului 2 din Directiva 2008/95. Astfel, după cum precizează considerentul (13) al directivei menționate, dispozițiile acesteia trebuie armonizate complet cu cele ale Convenției de la Paris și nu pot să aducă atingere obligațiilor statelor membre care decurg din această convenție. Întrucât Aranjamentul de la Nisa a fost adoptat în aplicarea aceleiași convenții, articolul 2 menționat nu poate fi interpretat într-un sens care ar exclude din noțiunea „servicii” la care face referire acest articol prestări care sunt incluse în una dintre clasele de servicii care figurează în Clasificarea de la Nisa (a se vedea prin analogie Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, C-307/10, EU:C:2012:361, punctul 52).
- 38 În speță, din rezumatul cererii citat la punctul 24 din prezenta hotărâre rezultă că înregistrarea ca marcă a semnului verbal și figurativ reprodus la punctul 23 din această hotărâre este solicitată „în special” pentru prestări de regrupare a unor servicii oferite de terți. Deși este adevărat că Netto Marken-Discount a precizat, în ședința desfășurată în fața Curții, că toate serviciile regrupate de ea sunt oferite de terți, din termenii „în special” autoritatea competentă putea deduce că această societate nu exclude regruparea unor servicii care includ, pe lângă cele oferite de alți operatori economici, servicii furnizate de ea însăși.
- 39 Cu toate acestea, presupunând chiar că gama de servicii propusă de Netto Marken-Discount poate să includă servicii furnizate de ea însăși, această împrejurare nu infirmă nicidecum faptul că prestarea descrisă în cererea sa de înregistrare, prin intermediul termenilor „strângerea la un loc, în beneficiul terților”, a unor servicii diverse pentru a facilita achiziționarea lor de către consumatori, poate fi calificată, pentru motivele prezentate la punctele 34-37 din prezenta hotărâre, drept serviciu. Cu riscul de a priva reclamanta din litigiul principal de posibilitatea de a obține înregistrarea semnului menționat ca marcă pentru acest serviciu de regrupare, cererea sa de înregistrare pentru clasa 35 din Clasificarea de la Nisa nu poate fi respinsă pentru simplul motiv că gama de servicii pe care aceasta își propune să o furnizeze consumatorului ar putea să includă și servicii oferite de ea însăși.
- 40 Având în vedere ansamblul considerațiilor care precedă, trebuie să se răspundă la prima întrebare că prestările efectuate de un operator economic care constau în regruparea unor servicii pentru a permite consumatorului să le compare și să le achiziționeze cât mai comod pot intra sub incidența noțiunii „servicii” menționate la articolul 2 din Directiva 2008/95.

Cu privire la a doua întrebare

- 41 Prin intermediul celei de a doua întrebări, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească dacă Directiva 2008/95 trebuie interpretată în sensul că impune ca o cerere de înregistrare a unei mărci pentru un serviciu care constă în regruparea unor servicii să identifice în mod concret și precis prestările care constituie serviciul de regrupare, precum și serviciile regrupate.
- 42 Trebuie amintit de la bun început că înregistrarea unei mărci într-un registru public are ca scop să o facă accesibilă autorităților competente și publicului, în special operatorilor economici (Hotărârea Heidelberger Bauchemie, EU:C:2004:384, punctul 28, și Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctul 46).
- 43 Pe de o parte, autoritățile competente trebuie să cunoască în mod suficient de clar și de precis produsele sau serviciile vizate de o marcă pentru a fi în măsură să își îndeplinească obligațiile privind examinarea prealabilă a cererilor de înregistrare, precum și publicarea și menținerea unui registru adecvat și precis al mărcilor. Pe de altă parte, operatorii economici trebuie să se poată informa cu claritate și cu precizie cu privire la înregistrările efectuate sau la cererile de înregistrare a mărcilor formulate de concurenții actuali sau potențiali și să beneficieze astfel de informații relevante în ceea ce privește drepturile terților (Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctele 47 și 48).
- 44 În consecință, Directiva 2008/95 impune ca produsele sau serviciile pentru care se solicită protecția prin intermediul mărcii să fie identificate de solicitant în mod suficient de clar și de precis pentru a permite autorităților competente și operatorilor economici să stabilească numai pe această bază întinderea protecției solicitate (Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctul 49).
- 45 Pentru a îndeplini această cerință, nu este necesar ca autorul unei cereri de înregistrare a unei mărci pentru un serviciu de regrupare să desemneze în mod concret fiecare dintre activitățile din care este constituit acest serviciu (a se vedea în acest sens Hotărârea Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, EU:C:2005:425, punctul 49, și Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctul 45). O descriere precum cea care figurează în cererea de înregistrare prezentată de Netto Marken-Discount, potrivit căreia serviciul în discuție vizează, în special, „strângerea la un loc, în beneficiul terților, a unor servicii diverse pentru a facilita achiziționarea lor de către consumatori, asigurate în special și de magazine angro sau en détail, prin cataloage de vânzare prin corespondență sau prin mijloace electronice, de exemplu prin intermediul site-urilor web sau al emisiunilor de teleshopping”, permite autorităților competente și operatorilor economici să înțeleagă că cererea este formulată pentru un serviciu care constă în selectarea și în prezentarea unei game de servicii pentru a permite consumatorului să aleagă dintre acestea adresându-se unui interlocutor unic.
- 46 Este, în schimb, necesar ca autorul cererii de înregistrare a unei mărci pentru un serviciu de regrupare a unor servicii să desemneze într-un mod suficient de clar și de precis aceste din urmă servicii (a se vedea prin analogie Hotărârea Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte, EU:C:2005:425, punctul 50, și Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctul 45).
- 47 Astfel, în lipsa unei identificări suficient de clare și de precise a serviciilor pe care solicitantul intenționează să le selecteze și să le prezinte consumatorului, poate fi deosebit de dificil sau chiar imposibil ca autoritățile competente să efectueze o examinare completă a cererii. Dacă acestea din urmă nu pot deduce din cerere care sunt serviciile vizate de solicitant, ele nu vor putea examina în mod corespunzător în special aspectul dacă semnul care face obiectul cererii de înregistrare ca marcă este descriptiv în raport cu unul sau cu mai multe dintre serviciile pe care solicitantul intenționează să le selecteze și să le prezinte.

- 48 În speță, pentru a identifica serviciile pe care intenționează să le regrupeze, Netto Marken-Discount a făcut referire la clasele 35, 36, 39, 41 și 45 din Clasificarea de la Nisa. Or, în ceea ce privește cea mai mare parte a claselor menționate, Netto Marken-Discount s-a limitat la utilizarea unor indicații generale care figurează în titlurile acestora.
- 49 În această privință, trebuie amintit că anumite indicații generale cuprinse în titlurile claselor din Clasificarea de la Nisa acoperă produse sau servicii atât de variate încât nu pot îndeplini cerința de claritate și de precizie. Rezultă că singurele cazuri în care Directiva 2008/95 autorizează utilizarea fără nicio descriere suplimentară a unor indicații generale care figurează în titlurile menționate sunt cele în care aceste indicații generale sunt, în sine, suficient de clare și de precise pentru a permite autorităților competente și operatorilor economici să stabilească întinderea protecției solicitate (a se vedea Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctele 54 și 56).
- 50 Revine autorităților competente sarcina să aprecieze dacă indicații precum „divertisment” și „servicii personale și sociale pentru satisfacerea unor nevoi individuale”, utilizate în cererea de înregistrare formulată de Netto Marken-Discount, îndeplinesc cerințele de claritate și de precizie necesare (a se vedea prin analogie Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctul 55).
- 51 În plus, trebuie amintit că, atunci când autorul unei cereri de înregistrare a unei mărci utilizează, pentru o anumită clasă, toate indicațiile generale și, așadar, titlul complet al acesteia, el trebuie să precizeze, în orice caz, dacă vizează toate produsele sau serviciile repertoriate în lista alfabetică a clasei respective sau numai unele dintre acestea. În cazul în care cererea ar include numai anumite produse sau servicii dintre cele menționate, solicitantul este obligat să precizeze care produse sau servicii din această clasă sunt vizate (Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctul 61).
- 52 În speță, Netto Marken-Discount a indicat în cererea sa de înregistrare că serviciul de regrupare pentru care solicită protecția conferită de marcă privește, printre altele, regruparea unor servicii de „publicitate; conducerea și administrarea afacerilor; lucrări de birou”. Sub rezerva verificării de către instanța de trimitere, rezultă că în cererea menționată nu se precizează dacă, citând titlul complet al clasei 35 din Clasificarea de la Nisa, reclamanta din litigiul principal solicită protecția conferită de această marcă pentru regruparea tuturor serviciilor repertoriate în lista alfabetică a clasei respective sau numai pentru regruparea unora dintre aceste servicii. Or, având în vedere existența unor abordări diferite în cadrul Uniunii privind modul de interpretare a utilizării titlului unei clase din Clasificarea de la Nisa, o cerere care nu permite să se stabilească dacă, prin utilizarea titlului unei clase, solicitantul vizează toate produsele ori serviciile sau numai o parte dintre produsele ori serviciile din această clasă nu poate fi considerată suficient de clară și de precisă (Hotărârea Chartered Institute of Patent Attorneys, EU:C:2012:361, punctele 58, 59 și 62).
- 53 Având în vedere cele ce precedă, trebuie să se răspundă la a doua întrebare că Directiva 2008/95 trebuie interpretată în sensul că impune ca o cerere de înregistrare a unei mărci pentru un serviciu de regrupare a unor servicii să fie formulată într-un mod suficient de clar și de precis pentru a permite autorităților competente și celorlalți operatori economici să știe care sunt serviciile pe care solicitantul intenționează să le regrupeze.

Cu privire la a treia întrebare

- 54 A treia întrebare adresată de instanța de trimitere, prin care se urmărește să se stabilească întinderea protecției conferite de o marcă pentru un serviciu de regrupare a unor servicii, este, astfel cum au subliniat Netto Marken-Discount și Comisia, în mod vădit lipsită de legătură cu litigiul principal, care se referă exclusiv la refuzul DPMA de a înregistra ca marcă semnul verbal și figurativ reproduș la punctul 23 din prezenta hotărâre pentru un serviciu de regrupare a unor servicii.

55 În consecință, în temeiul unei jurisprudențe constante a Curții potrivit căreia o cerere de decizie preliminară formulată de o instanță națională trebuie respinsă atunci când este evident că interpretarea solicitată a dreptului Uniunii nu are nicio legătură cu realitatea ori cu obiectul litigiului principal (a se vedea în special Hotărârea Cipolla și alții, C-94/04 și C-202/04, EU:C:2006:758, punctul 25, precum și Hotărârea Jakubowska, C-225/09, EU:C:2010:729, punctul 28), a treia întrebare trebuie declarată inadmisibilă.

Cu privire la cheltuielile de judecată

56 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a treia) declară:

- 1) **Prestările efectuate de un operator economic care constau în regrouparea unor servicii pentru a permite consumatorului să le compare și să le achiziționeze cât mai comod pot intra sub incidența noțiunii „servicii” menționate la articolul 2 din Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci.**
- 2) **Directiva 2008/95 trebuie interpretată în sensul că impune ca o cerere de înregistrare a unei mărci pentru un serviciu de regroupare a unor servicii să fie formulată într-un mod suficient de clar și de precis pentru a permite autorităților competente și celorlalți operatori economici să știe care sunt serviciile pe care solicitantul intenționează să le regroupeze.**

Semnături