



Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a noua)

22 iunie 2017 *

„Marcă a Uniunii Europene — Cerere de înregistrare a mărcii figurative a Uniunii Europene ZUM wohl — Motiv absolut de refuz — Caracter descriptiv — Articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul (CE) nr. 207/2009 — Trimitere la memoriul prezentat în fața camerei de recurs reprodusă în cererea introductivă — Elemente de probă anexate la cererea de organizare a unei ședințe de audiere a pledoariilor”

În cauza T-236/16,

Biogena Naturprodukte GmbH & Co. KG, cu sediul în Salzburg (Austria), reprezentată de I. Schiffer și de G. Hermann, avocați,

reclamantă,

împotriva

Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), reprezentat de S. Hanne, în calitate de agent,

pârât,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei întâi de recurs a EUIPO din 23 februarie 2016 (cauza R 1982/2015-1) referitoare la o cerere de înregistrare a semnelor figurative ZUM wohl ca marcă a Uniunii Europene,

TRIBUNALUL (Camera a noua),

compus din domnii S. Gervasoni (raportor), președinte, L. Madise și R. da Silva Passos, judecători,
grefier: doamna A. Lamote, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 10 mai 2016,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 29 iunie 2016,

având în vedere întrebările scrise adresate de Tribunal părților și răspunsurile orale în ședință,

în urma ședinței din 9 februarie 2017,

pronunță prezenta

* Limba de procedură: germana.

Hotărâre

Istoricul cauzei

- 1 La 23 ianuarie 2015, reclamanta, Biogena Naturprodukte GmbH & Co. KG, a formulat o cerere de înregistrare a unei mărci a Uniunii Europene la Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), în temeiul Regulamentului (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca Uniunii Europene (JO 2009, L 78, p. 1).
- 2 Marca a cărei înregistrare a fost solicitată este semnul figurativ următor:



- 3 Produsele și serviciile pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasele 29, 30, 32 și 43 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare, și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:
 - clasa 29: „Cărnuri; păsări [carne]; [carne de] vânat; extracte din carne; supe; dulcețuri și fructe [în] conservă; fructe gătite; fructe congelate; fructe uscate; jeleuri pentru alimente; gemuri; compoturi; jeleuri, dulcețuri, compoturi, paste de fructe și legume pentru tartine; salate de fructe; gustări pe bază de fructe; salate de legume; lapte; produse lactate; ulei comestibil; uleiuri și grăsimi; legume prelucrate; fructe, ciuperci și legume prelucrate (inclusiv fructe nucifere și legume uscate); pește, cu excepția celui viu”;
 - clasa 30: „Cafea; ceai; amestecuri de ceai; cacao; zahăr; orez; tapioca; sago; înlocuitori de cafea; făină; cereale; pâine; patiserie și cofetărie; bomboane; gheață; ketchup [sos]; miere; sare; muștar; sosuri [condimente]; produse de aseasonare; oțet”;
 - clasa 32: „Bere; apă minerală; apă gazoasă; băuturi nealcoolice; băuturi din fructe; sucuri; siropuri pentru băuturi; preparate pentru prepararea băuturilor”;
 - clasa 43: „Servicii pentru prepararea mâncărurilor și a băuturilor; servicii de mâncare la pachet; servicii de informații privind prepararea alimentelor și a băuturilor”.
- 4 Prin decizia din 31 iulie 2015, examinatorul a refuzat înregistrarea mărcii solicitate pentru produsele și serviciile menționate la punctul 3 de mai sus, în temeiul articolului 7 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009.
- 5 La 30 septembrie 2015, reclamanta a formulat o cale de atac la EUIPO împotriva deciziei examinătorului, în temeiul articolelor 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009.
- 6 Prin Decizia din 23 februarie 2016 (denumită în continuare „decizia atacată”), Camera întâi de recurs a EUIPO a respins calea de atac. Aceasta a precizat, cu titlu preliminar, că publicul relevant era alcătuit atât din publicul larg, cât și dintr-un public specializat, de expresie germană sau care dispunea cel puțin de suficiente cunoștințe de germană (punctele 13 și 14 din decizia atacată). În continuare, camera de recurs a considerat că marca solicitată era descriptivă pentru produsele și serviciile

respective, în sensul articolului 7 alienatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, întrucât expresia germană „zum Wohl” ar fi imediat înțeleasă de publicul relevant în sensul că aceste produse și servicii ar contribui la bunăstarea consumatorilor vizați și că elementele figurative ale mărcii solicitate nu ar permite distragerea atenției consumatorului de la mesajul publicitar elogios și clar transmis prin această expresie (punctele 15-23 din decizia atacată). Aceasta a apreciat de asemenea că marca solicitată era lipsită de caracter distinctiv, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009 (punctele 25-32 din decizia atacată).

Concluziile părților

7 Reclamanta solicită Tribunalului:

- anularea deciziei atacate;
- „admiterea înregistrării integrale” ca marcă a Uniunii Europene a mărcii solicitate pentru produsele și serviciile din clasele 29, 30, 32 și 43, vizate în cererea de înregistrare;
- obligarea EUIPO la plata cheltuielilor de judecată, inclusiv a celor efectuate în fața acestuia.

8 EUIPO solicită Tribunalului:

- respingerea celui de al doilea capăt de cerere al acțiunii ca inadmisibil;
- respingerea acțiunii ca neîntemeiată în rest;
- obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

9 În ședință, reclamanta a renunțat al doilea capăt de cerere, fapt de care s-a luat act în procesul-verbal al ședinței.

În drept

Cu privire la admisibilitate

Cu privire la trimiterea la memoriul prezentat în fața camerei de recurs

- 10 În cererea introductivă, reclamanta face trimitere la memoriul care expune motivele căii sale de atac în fața camerei de recurs a EUIPO, arătând că acest memoriu „face parte integrantă din motivarea prezentei acțiuni”.
- 11 În această privință, trebuie amintit că, în temeiul articolului 21 primul paragraf din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene și al articolului 177 alineatul (1) litera (d) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, cererea introductivă trebuie să cuprindă motivele și argumentele invocate, precum și o expunere sumară a motivelor menționate. Aceste mențiuni trebuie să rezulte din însuși textul cererii și să fie suficient de clare și de precise pentru a permite părâtului să își pregătească apărarea, iar Tribunalului să se pronunțe asupra acțiunii, dacă este cazul, fără să se bazeze pe alte informații [a se vedea Hotărârea din 9 iulie 2010, Exalation/OAPI (Vektor-Lycopin), T-85/08, EU:T:2010:303, punctul 33 și jurisprudența citată, și Hotărârea din 12 noiembrie 2015, CEDC International/OAPI – Fabryka Wódek Polmos Łańcut (WISENT), T-449/13, nepublicată, EU:T:2015:839, punctul 16 și jurisprudența citată; a se vedea de asemenea în acest sens Hotărârea din 18 iulie 2006, Rossi/OAPI, C-214/05 P, EU:C:2006:494, punctul 37].

- 12 În plus, deși cuprinsul cererii introductive poate fi susținut prin trimiteri la anumite pasaje din înscrisurile anexate, nu intră în competența Tribunalului să caute și să identifice în anexe motivele și argumentele care ar putea fi considerate temei al acțiunii, anexele având o funcție pur probatorie și auxiliară [a se vedea Hotărârea din 11 septembrie 2014, MasterCard și alții/Comisia, C-382/12 P, EU:C:2014:2201, punctele 40 și 41 și jurisprudența citată, Ordonanța din 14 aprilie 2016, Best-Lock (Europe)/EUIPO, C-452/15 P, nepublicată, EU:C:2016:270, punctul 14 și jurisprudența citată, și Hotărârea din 2 decembrie 2015, Kenzo/OAPI – Tsujimoto (KENZO ESTATE), T-528/13, nepublicată, EU:T:2015:921, punctul 38 și jurisprudența citată]. Rezultă că, în măsura în care o cerere face trimitere la înscrisurile depuse în fața EUIPO, aceasta este inadmisibilă atât timp cât trimiterea globală pe care o conține nu privește motivele și argumentele dezvoltate în această cerere însăși [a se vedea în acest sens Hotărârea din 13 februarie 2007, Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, punctele 14 și 15, și Hotărârea din 25 noiembrie 2015, Masafi/OAPI – Hd1 (JUICE masafi), T-248/14, nepublicată, EU:T:2015:880, punctul 14].
- 13 Același lucru este valabil și în cazul în care trimiterea privește un act reprodus în cuprinsul cererii introductive, fără indicarea punctelor specifice din expunerea motivelor cererii pe care reclamanta dorește să le completeze sau a pasajelor din actul în cauză în care ar figura eventualele elemente care vin în susținerea sau în completarea motivelor cererii, întrucât o asemenea încorporare nu se diferențiază deloc, în acest caz, de trimiterea globală la o anexă a cererii introductive (a se vedea în acest sens, în materie de funcție publică, în ceea ce privește trimiterea la o plângere reprodusă în cuprinsul cererii introductive, Ordonanța din 28 aprilie 1993, De Hoe/Comisia, T-85/92, EU:T:1993:39, punctul 23, confirmată în recurs prin Ordonanța din 7 martie 1994, De Hoe/Comisia, C-338/93 P, EU:C:1994:85, punctul 29). În caz contrar, reclamanții ar fi în măsură să eludeze, prin intermediul unei simple reproduceri a anexelor în cuprinsul cererii introductive, jurisprudența privind incompatibilitatea trimiterilor globale la anexe cu cerințele de formă impuse prin dispozițiile Statutului Curții de Justiție a Uniunii Europene și ale Regulamentului de procedură menționate la punctul 11 de mai sus.
- 14 Astfel, în speță, chiar dacă memoriul prezentat în fața camerei de recurs este reprodus integral în cadrul istoricului litigiului din cuprinsul cererii introductive, nu este de competența Tribunalului să caute, nici în acest memoriu și nici în fragmentele din cererea introductivă care reproduc acest memoriu, argumentele la care reclamanta ar putea face referire și nici să le examineze, astfel de argumente fiind inadmisibile. Aceasta cu atât mai mult cu cât memoriul respectiv a fost redactat în vederea contestării deciziei examinatorului și nu poate fi considerat pertinent în susținerea căii de atac formulate împotriva deciziei atacate.

Cu privire la probele prezentate în anexa cererii de organizare a unei ședințe de audiere a pledoariilor

- 15 Reclamanta a anexat la cererea de organizare a unei ședințe de audiere a pledoariilor depusă în termenul de trei săptămâni de la notificarea părților cu privire la închiderea fazei scrise a procedurii, în temeiul articolului 106 din Regulamentul de procedură, copii ale unor fotografii cu produse care poartă marca solicitată și ale unor articole de presă referitoare la hostelul „Zum Wohl”, precum și extrase de pe pagina de internet Wikipedia referitoare la titlurile de presă respective.
- 16 Trebuie amintit că, potrivit articolului 85 alineatele (1) și (3) din Regulamentul de procedură, probele se depun în cadrul primului schimb de memorii, părțile principale mai putând depune, cu titlu excepțional, probe înainte de închiderea fazei orale a procedurii, cu condiția ca întârzierea privind depunerea acestora să fie justificată.
- 17 Reiese din jurisprudență că proba contrară și completarea probatoriului furnizat ca urmare a unei probe contrare a părții adverse din memoriul în apărare nu sunt vizate de norma de decădere prevăzută la articolul 85 alineatul (1) din Regulamentul de procedură. Astfel, această dispoziție

privește probele noi și trebuie interpretată în lumina articolului 92 alineatul (7) din regulamentul menționat, care prevede expres că proba contrară și completarea probatoriului solicitat sunt admisibile (a se vedea prin analogie Hotărârea din 17 decembrie 1998, Baustahlgewebe/Comisia, C-185/95 P, EU:C:1998:608, punctul 72, și Hotărârea din 12 septembrie 2012, Italia/Comisia, T-394/06, nepublicată, EU:T:2012:417, punctul 45).

- 18 În speță, reclamanta a prezentat pentru prima dată, în anexă la cererea de organizare a unei ședințe de audiere, după închiderea fazei scrise a procedurii, elementele de probă menționate la punctul 15 de mai sus, fără să dea nici cea mai mică explicație pentru această întârziere. Aceasta a explicat în timpul ședinței, ca răspuns la întrebarea adresată de Tribunal [a se vedea în acest sens Hotărârea din 6 februarie 2013, Bopp/OAPI (Reprezentarea unui cadru octogonal verde), T-263/11, nepublicată, EU:T:2013:61, punctul 31 și jurisprudența citată], că nu a putut prezenta aceste elemente de probă la momentul depunerii cererii introductive din cauza schimbărilor de personal din cadrul serviciului juridic și a concediului de maternitate al unuia dintre directori.
- 19 Nu se poate considera că astfel de afirmații, nesustținute, care se referă la dificultăți pur interne, cu atât mai mult cu cât este vorba despre o societate care dispune de propriul serviciu juridic, justifică prezentarea tardivă a elementelor de probă în cauză.
- 20 În plus, EUIPO nu a prezentat niciun element, în cuprinsul memoriului în răspuns sau în anexă la acest memoriu, care să justifice faptul că reclamantei i s-a permis să depună probe în acest stadiu al procedurii, care să asigure respectarea principiului contradictorialității.
- 21 Rezultă că elementele de probă prezentate în anexă la cererea reclamantei de organizare a unei ședințe de audiere trebuie declarate inadmisibile, cu atât mai mult cu cât aceste elemente nu figurau în dosarul procedurii în fața camerei de recurs și cu cât funcția Tribunalului nu este de a reexamina împrejurările de fapt în lumina documentelor prezentate pentru prima dată în fața sa (a se vedea Ordonanța din 13 septembrie 2011, Wilfer/OAPI, C-546/10 P, nepublicată, EU:C:2011:574, punctul 41 și jurisprudența citată).

Cu privire la fond

- 22 În cererea introductivă, reclamanta a invocat două motive întemeiate, primul, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, iar al doilea, pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat. Aceasta a precizat, în cadrul ședinței, ca răspuns la o întrebare adresată de Tribunal că, prin argumentele expuse în cererea de organizare a unei ședințe de audiere a pledoariilor, aceasta nu a invocat în mod suplimentar o încălcare a articolului 7 alineatul (3) din Regulamentul nr. 207/2009, fapt de care s-a luat act în procesul-verbal al ședinței.
- 23 În ședință, reclamanta a adăugat că înțelegea să invoce un al treilea motiv, întemeiat pe încălcarea obligației de motivare, care trebuie examinat în primul rând.

Cu privire la motivul întemeiat pe încălcarea obligației de motivare

- 24 În ședință, reclamanta a arătat că decizia atacată era afectată de o motivare insuficientă, prin faptul că camera de recurs nu și-ar fi motivat în mod specific aprecierea privind caracterul descriptiv și nedistinctiv al mărcii solicitate pentru fiecare dintre produsele și serviciile în cauză.
- 25 Or, chiar fără a fi nevoie ca aceasta să se pronunțe asupra admisibilității motivului respectiv și a cerințelor dezbaterii contradictorii, trebuie constatat că motivarea deciziei atacate este, în orice caz, suficientă.

- 26 În această privință, trebuie amintit că, potrivit articolului 75 prima teză din Regulamentul nr. 207/2009, deciziile EUIPO trebuie să fie motivate. Potrivit jurisprudenței, această obligație are același conținut cu cea consacrată de articolul 296 TFUE și obiectivul său este, pe de o parte, de a permite persoanelor interesate să ia cunoștință de temeiurile măsurii adoptate pentru a-și apăra drepturile și, pe de altă parte, de a permite instanței Uniunii Europene să își exercite controlul asupra legalității deciziei [a se vedea Hotărârea din 28 aprilie 2004, Sunrider/OAPI – Vitakraft-Werke Wührmann și Friesland Brands (VITATASTE și METABALANCE 44), T-124/02 și T-156/02, EU:T:2004:116, punctele 72 și 73 și jurisprudența citată].
- 27 Trebuie de asemenea amintit faptul că, deși decizia prin care autoritatea competentă refuză înregistrarea unei mărci trebuie, în principiu, să fie motivată pentru fiecare dintre produsele sau serviciile vizate, autoritatea competentă se poate limita totuși la o motivare globală dacă este invocat același motiv de refuz pentru o categorie sau pentru un grup de produse sau servicii care prezintă între ele o legătură suficient de directă și de concretă încât să formeze o categorie sau un grup de produse sau de servicii de o omogenitate suficientă [Hotărârea din 16 octombrie 2014, Larrañaga Otaño/OAPI (GRAPHENE), T-458/13, EU:T:2014:891, punctul 26; a se vedea de asemenea în acest sens Ordonanța din 18 martie 2010, CFCMCEE/OAPI, C-282/09 P, EU:C:2010:153, punctele 37-40, și, prin analogie, Hotărârea din 15 februarie 2007, BVBA Management, Training en Consultancy, C-239/05, EU:C:2007:99, punctele 34-38].
- 28 În speță, camera de recurs a considerat că marca solicitată era, pe de o parte, descriptivă pentru produsele alimentare care fac parte din clasele 29, 30 și 32, precum și pentru serviciile legate de alimentație care fac parte din clasa 43, întrucât expresia germană „zum Wohl” ar fi înțeleasă în sensul că produsele și serviciile vizate ar contribui la bunăstare, iar elementele figurative care însoțesc această expresie ar fi insuficiente pentru a distrage atenția de la acest mesaj, și, pe de altă parte, nedistinctivă, în calitate de indicație elogioasă obișnuită a acestor produse și servicii (a se vedea punctul 6 de mai sus). Desigur, din motive legate de simplificarea redactării și în lipsa unei contestări care să vizeze în mod expres unul dintre produsele sau serviciile în cauză, aceasta a făcut referire în mod repetat la respectivele produse și servicii, în mod global, evocând mai ales „produsele și serviciile din sectorul alimentar” (punctele 18 și 28 din decizia atacată). Cu toate acestea, când acest lucru a fost necesar pentru analiză, ea și-a adaptat motivarea după cum era vorba despre produse sau despre servicii și și-a precizat motivarea cu privire la produsele respective, regroupându-le pe unele dintre ele în funcție de tipul de aliment sau de băutură și menționându-le în mod distinct pe cele care nu puteau face obiectul unei regrupări (punctele 20 și 21 din decizia atacată).
- 29 Trebuie adăugat că produsele și serviciile în cauză, fiind în totalitate produse alimentare de consum curent sau servicii aflate în legătură directă cu astfel de produse, pot fi considerate ca prezentând între ele o legătură suficient de directă și de concretă încât să formeze o categorie de o omogenitate suficientă pentru a permite ca ansamblul considerațiilor de fapt și de drept care constituie motivarea deciziei atacate, pe de o parte, să explice suficient raționamentul urmat de camera de recurs pentru fiecare dintre produsele și serviciile care aparțin acestei categorii și, pe de altă parte, să poată fi aplicat fără deosebire fiecăruia dintre produsele și serviciile vizate (a se vedea în acest sens Hotărârea din 25 octombrie 2007, Develley/OAPI, C-238/06 P, EU:C:2007:635, punctul 92).
- 30 Rezultă că nu se poate reproșa în speță camerei de recurs că a procedat în esență la o motivare globală a aprecierii sale privind motivele absolute de refuz al înregistrării mărcii solicitate.

Cu privire la motivul întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009

- 31 Potrivit articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, se respinge înregistrarea „mărci[lor] 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”.
- 32 Potrivit jurisprudenței, articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 se opune ca semnele sau indicațiile pe care le menționează să fie rezervate unei singure întreprinderi în temeiul înregistrării lor ca marcă. Această dispoziție urmărește un scop de interes general care impune ca astfel de semne sau de indicații să poată fi utilizate în mod liber de toți [Hotărârea din 23 octombrie 2003, OAPI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punctul 31, Hotărârea din 27 februarie 2002, Ellos/OAPI (ELLOS), T-219/00, EU:T:2002:44, punctul 27, și Hotărârea din 2 mai 2012, Universal Display/OAPI (UniversalPHOLED), T-435/11, nepublicată, EU:T:2012:210, punctul 14].
- 33 În plus, semnele sau indicațiile ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna caracteristici ale produsului sau ale serviciului pentru care s-a solicitat înregistrarea sunt, în temeiul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, considerate inapte pentru a exercita funcția esențială a mărcii, și anume aceea de a identifica originea comercială a produsului sau a serviciului, pentru a permite astfel consumatorului care achiziționează produsul sau serviciul desemnat de marcă să facă aceeași alegere cu ocazia unei achiziții ulterioare dacă experiența se dovedește pozitivă sau să facă o altă alegere dacă aceasta se dovedește negativă (Hotărârea din 23 octombrie 2003, OAPI/Wrigley, C-191/01 P, EU:C:2003:579, punctul 30, și Hotărârea din 2 mai 2012, UniversalPHOLED, T-435/11, nepublicată, EU:T:2012:210, punctul 15).
- 34 Rezultă că, pentru ca un semn să intre sub incidența interdicției prevăzute de această dispoziție, trebuie să prezinte un raport suficient de direct și de concret cu produsele sau cu serviciile în cauză, de natură să permită publicului vizat să perceapă imediat și fără nicio reflecție suplimentară o descriere a categoriei de produse sau servicii în cauză sau a uneia dintre caracteristicile acestora (a se vedea Hotărârea din 16 octombrie 2014, GRAPHENE, T-458/13, EU:T:2014:891, punctul 16 și jurisprudența citată).
- 35 În sfârșit, trebuie amintit că aprecierea caracterului descriptiv al unui semn se poate realiza numai, pe de o parte, în raport cu percepția publicului vizat asupra acestuia și, pe de altă parte, în raport cu produsele sau serviciile vizate [a se vedea Hotărârea din 7 iunie 2005, Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft/OAPI (MunichFinancialServices), T-316/03, EU:T:2005:201, punctul 26 și jurisprudența citată].
- 36 În speță, camera de recurs a considerat că publicul vizat de percepția caracterului descriptiv al mărcii solicitate este compus din publicul larg și dintr-un public specializat, de expresie germană sau care dispune cel puțin de suficiente cunoștințe de germană (punctele 13 și 14 din decizia atacată).
- 37 Reclamanta nu repune în discuție constatarea camerei de recurs conform căreia publicul relevant este compus atât din publicul larg, cât și dintr-un public de specialiști, însă critică aprecierea caracterului descriptiv al mărcii solicitate doar în raport cu publicul germanofon sau care dispune de cunoștințe de bază de germană. Aceasta contestă de asemenea decizia atacată în ceea ce privește semnificația reținută a elementului verbal al mărcii contestate, luarea în considerare insuficientă a elementelor figurative ale mărcii respective și legătura descriptivă stabilită între această marcă și produsele și serviciile vizate.

– *Cu privire la cunoștințele lingvistice ale publicului relevant*

- 38 Reiese dintr-o jurisprudență constantă că caracterul descriptiv al unui semn care cuprinde un element verbal se apreciază în raport cu consumatorii care dispun de suficiente cunoștințe privind limba din care provine elementul verbal în cauză [a se vedea în acest sens Hotărârea din 11 iunie 2009, ERNI Electronics/OAPI (MaxiBridge), T-132/08, nepublicată, EU:T:2009:200, punctul 34 și jurisprudența citată, și Hotărârea din 9 iulie 2014, Păgen Trademark/OAPI (giffjar), T-520/12, nepublicată, EU:T:2014:620, punctele 19 și 20]. Astfel, articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009, care dispune că alineatul (1) se aplică chiar dacă motivele de refuz nu există decât într-o parte a Uniunii, implică faptul că, dacă elementul verbal al unei mărci prezintă un caracter descriptiv numai în una dintre limbile utilizate în comerț în interiorul Uniunii, această constatare poate fi suficientă pentru ca marca să devină improprie pentru o înregistrare ca marcă a Uniunii Europene (a se vedea, cu privire la o marcă verbală, Hotărârea din 20 septembrie 2001, Procter & Gamble/OAPI, C-383/99 P, EU:C:2001:461, punctul 41). În schimb, dacă consumatorul care are cunoștințe în ceea ce privește limba în care elementul verbal are un înțeles nu îl percepe ca fiind descriptiv, *a fortiori*, ceilalți consumatori ai Uniunii care nu înțeleg această limbă nu îl vor percepe ca descriptiv, iar motivul absolut de refuz întemeiat pe caracterul descriptiv nu va putea fi opus mărcii în cauză.
- 39 Rezultă că motivul reclamantei prin care este criticată aprecierea caracterului descriptiv al mărcii solicitate numai în raport cu publicul germanofon sau care dispune de cunoștințe de bază de germană trebuie înlăturat.

– *Cu privire la semnificația elementului verbal al mărcii solicitate*

- 40 Camera de recurs a considerat că expresia germană „zum Wohl” era o formulă obișnuită, utilizată pentru a „face urări de bunăstare” unei persoane, și că marca solicitată ar fi, astfel, imediat înțeleasă în sensul că produsele și serviciile vizate ar contribui la bunăstarea consumatorilor vizati. Aceasta a precizat că diferențele, ce țin de utilizarea majusculilor și a minusculilor, dintre expresia germană „zum Wohl” și marca solicitată nu permit repunerea în discuție a acestui înțeles al mărcii (punctele 16-18 din decizia atacată).
- 41 Reclamanta susține că elementul verbal al mărcii solicitate nu poate fi înțeles ca însemnând „de bunăstare”, pentru motivul că elementul „zum” ar fi scris cu majuscule, iar elementul „wohl” cu minuscule, acest din urmă element făcând trimitere, prin urmare, la un adverb, iar nu la substantivul german „Wohl”, care începe cu litera majusculă „W” și care înseamnă „bunăstare”.
- 42 Trebuie amintit că dintr-o jurisprudență constantă reiese că structura gramaticală incorectă a unui semn nu este suficientă pentru a se ajunge la concluzia lipsei caracterului descriptiv al acestui semn atunci când discrepanța creată, eventual, în raport cu un cuvânt care respectă regulile de gramatică ale limbii vizate nu este de natură să acorde mărcii solicitate o semnificație suficient de îndepărtată de cea a acestui cuvânt [a se vedea în acest sens Hotărârea din 7 iunie 2005, MunichFinancialServices, T-316/03, EU:T:2005:201, punctul 36, și Hotărârea din 2 decembrie 2015, adp Gauselmann/OAPI (Multi Win), T-529/14, nepublicată, EU:T:2015:919, punctul 32].
- 43 Or, în speță, fiind vorba despre o expresie germană care are un sens, mai mult, unul curent, atunci când este scrisă „zum Wohl”, și anume acela de „a face urări de bunăstare” unei persoane, mai ales atunci când se ciocnesc pahare sau ca urmare a unui strănut, în timp ce nu are sens atunci când adverbul „wohl”, care înseamnă „probabil”, este alăturat termenului „zum”, publicul germanofon relevant va percepe greșeala săvârșită și va înlocui cuvântul „wohl”, ortografiat greșit în speță, cu cel de „Wohl” [a se vedea în acest sens Hotărârea din 12 iunie 2007, MacLean-Fogg/OAPI (LOKTHREAD), T-339/05, nepublicată, EU:T:2007:172, punctul 55].

44 Acest fapt este cu atât mai adevărat cu cât, astfel cum în mod pertinent a arătat camera de recurs la punctul 18 din decizia atacată, marca solicitată fiind o marcă figurativă, majusculele și minusculele utilizate vor fi percepute mai mult ca fiind rezultatul stilizării elementului verbal al mărcii respective decât ca fiind de natură să modifice sensul acestui element verbal.

45 Rezultă că camera de recurs a considerat în mod întemeiat că elementul verbal al mărcii solicitate ar fi înțeles ca însemnând „de bunăstare”.

– Cu privire la luarea în considerare a elementelor figurative ale mărcii solicitate

46 Camera de recurs, după ce a descris elementele figurative care compun marca solicitată, a considerat că aceste elemente nu era susceptibile să distragă atenția consumatorului de la mesajul publicitar elogios și clar transmis prin expresia germană „zum Wohl”. Ea a arătat, în susținerea acestei considerații, că fondul negru circular, precum și contururile sale albe, fonturile utilizate și dimensiunea elementelor verbale corespund elementelor grafice obișnuite (punctele 15 și 19 din decizia atacată).

47 Reclamanta consideră, dimpotrivă, că elementele figurative (fonturile, fondul, jocul de culori) sunt suficiente, prin caracterul lor neobișnuit și creativ, pentru a conferi semnului, în ansamblul său, un caracter care nu este pur descriptiv. Ea reproșează în plus camerei de recurs faptul nu și-a motivat suficient aprecierea privind elementele figurative ale mărcii solicitate.

48 Reiese din jurisprudență că, în vederea aprecierii caracterului descriptiv al unui semn care cuprinde elemente verbale și figurative, cheștiunea decisivă este aceea dacă elementele figurative distrag consumatorul relevant de la mesajul vehiculat de elementul verbal al mărcii solicitate în raport cu produsele și serviciile vizate [a se vedea în acest sens Hotărârea din 9 iulie 2014, giffjar, T-520/12, nepublicată, EU:T:2014:620, punctul 24 și jurisprudența citată, și Hotărârea din 10 septembrie 2015, Laverana/OAPI (BIO PROTEINREICHER PFLANZENKOMPLEX AUS EIGENER HERSTELLUNG), T-571/14, nepublicată, EU:T:2015:626, punctul 20 și jurisprudența citată].

49 Or, în speță, camera de recurs a efectuat în mod expres o astfel de analiză la punctul 19 din decizia atacată, examinând caracterul obișnuit sau neobișnuit al fiecăruia dintre elementele figurative ale mărcii solicitate pentru a deduce că acestea nu permiteau distragerea consumatorului de la mesajul vehiculat de marca respectivă (a se vedea punctul 46 de mai sus). Prin urmare, nu i se poate reproșa o motivare insuficientă în această privință.

50 Camera de recurs a considerat, de altfel, în mod întemeiat că elementele figurative nu distrăgeau publicul germanofon relevant de la mesajul de bunăstare care rezulta din elementul verbal al mărcii solicitate.

51 Astfel, fondul negru de formă circulară, precum și cercurile care constituie conturul acestuia corespund unei forme geometrice de bază, precum și unor cadre obișnuite (a se vedea în acest sens Hotărârea din 10 septembrie 2015, BIO PROTEINREICHER PFLANZENKOMPLEX AUS EIGENER HERSTELLUNG, T-571/14, nepublicată, EU:T:2015:626, punctul 20). De asemenea, diferența de dimensiune dintre cele două elemente verbale, precum și fonturile diferite utilizate pentru aceste două elemente determină ca atenția consumatorului să fie concentrată asupra cuvântului „Wohl” și, astfel, asupra ideii de bunăstare. În sfârșit, culorile neagră și albă sunt utilizate în mod frecvent pentru a atrage atenția consumatorilor [Hotărârea din 3 decembrie 2015, Infusion Brands/OAPI (DUALTOOLS), T-648/14, nepublicată, EU:T:2015:930, punctul 30] și contribuie, în speță, prin evidențierea elementului verbal „zum wohl” scris în alb pe un fond negru, la punerea în valoare a acestui element. Astfel, chiar privite în ansamblu, elementele figurative ale mărcii solicitate nu distrag publicul relevant de la mesajul vehiculat de expresia germană „zum Wohl”.

- 52 Motivele întemeiate pe motivarea insuficientă și pe eroarea de apreciere în luarea în considerare a elementelor figurative ale mărcii solicitate trebuie, în consecință, să fie înlăturate.

– *Cu privire la legătura dintre marca solicitată și produsele și serviciile vizate*

- 53 Camera de recurs a considerat că marca solicitată este o „indicație calitativă și deci descriptivă” a produselor și a serviciilor în cauză, întrucât publicul relevant ar înțelege imediat și fără nicio reflecție suplimentară că produsele alimentare în cauză contribuie la bunăstarea consumatorilor și că serviciile în cauză sunt propuse pentru bunăstarea consumatorilor (punctele 20-23 din decizia atacată).
- 54 Reclamanta arată că mesajul „de bunăstare” nu oferă niciun indiciu concret cu privire la calitatea produselor și a serviciilor astfel desemnate și, prin urmare, nu descrie nicio caracteristică a produselor și a serviciilor menționate.
- 55 Trebuie amintit că, potrivit jurisprudenței, „calitatea” menționată la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 vizează de asemenea termenii elogioși care descriu calitățile intrinseci ale unor produse sau servicii, însă cu condiția să existe o legătură suficient de directă și de concretă între această indicație privind calitatea și produsele și serviciile în cauză [a se vedea în acest sens Hotărârea din 9 decembrie 2009, Earle Beauty/OAPI (SUPERSKIN), T-486/08, nepublicată, EU:T:2009:487, punctele 33, 37 și 38, și Hotărârea din 28 aprilie 2015, Saferoad RRS/OAPI (MEGARAIL), T-137/13, nepublicată, EU:T:2015:232, punctele 47 și 48].
- 56 Or, în speță, trebuie să se considere, ca urmare a considerațiilor camerei de recurs (punctul 22 din decizia atacată), că produsele alimentare și băuturile care fac parte din clasele 29, 30 și 32, vizate de cererea de înregistrare a mărcii, întrucât sunt destinate alimentației, sunt susceptibile să „fac[ă] bine corp[ului] și să aibă grijă, de asemenea, de suflet”, adică contribuie la sănătatea, precum și la bunăstarea fizică, dar și psihologică a consumatorilor. Acest lucru este valabil și în ceea ce privește serviciile legate de alimentație care fac parte din clasa 43, vizate de asemenea de cererea de înregistrare a mărcii, întrucât și acestea pot contribui, prin furnizarea de alimente și de băuturi sau de informații referitoare la prepararea acestor alimente și acestor băuturi, la sănătatea și la bunăstarea beneficiarilor lor.
- 57 Prin urmare, calitatea produselor și a serviciilor în cauză, menționate la punctul 56 de mai sus, poate fi considerată o caracteristică, ușor de recunoscut de publicul vizat, a acestor produse și a acestor servicii pentru care a fost solicitată înregistrarea și este rezonabil să se prevadă că marca solicitată va fi recunoscută în mod efectiv de publicul respectiv drept o descriere a uneia dintre caracteristicile produselor și ale serviciilor în cauză.
- 58 Contrar celor pretinse de reclamantă, nu contează în această privință aspectul, chiar presupunându-l dovedit, că nu toate produsele alimentare și toate băuturile contribuie la bunăstarea consumatorilor. Astfel, faptul că un semn este descriptiv numai în raport cu o parte dintre produsele sau serviciile dintr-o categorie menționată ca atare în cererea de înregistrare nu împiedică respingerea înregistrării acestui semn verbal, întrucât, dacă într-un asemenea caz semnul în discuție ar fi înregistrat ca marcă a Uniunii Europene pentru categoria vizată, nimic nu s-ar opune ca titularul acestuia să îl utilizeze și pentru produsele sau pentru serviciile din categoria pentru care este descriptiv [a se vedea Hotărârea din 9 iulie 2008, Reber/OAPI – Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (Mozart), T-304/06, EU:T:2008:268, punctul 92 și jurisprudența citată]. Prin urmare, nu se poate reproșa camerei de recurs nici faptul că s-a contrazis, la punctul 22 din decizia atacată, atunci când a afirmat, pe de o parte, că marca solicitată era descriptivă pentru produsele și serviciile în cauză și, pe de altă parte, că nu toate alimentele și toate băuturile contribuie la bunăstare.
- 59 Este, deopotrivă, lipsit de relevanță argumentul reclamantei conform căruia mesajul de bunăstare ar privi toate produsele și serviciile achiziționate de un consumator, acesta din urmă neachiziționând decât produse și servicii care îi procură avantaje și care contribuie, astfel, la bunăstarea sa. Astfel,

presupusa împrejurare potrivit căreia toate produsele și serviciile sunt achiziționate deoarece contribuie la bunăstarea consumatorilor nu exclude ca marca solicitată, care vehiculează tocmai un astfel de mesaj de bunăstare, să poată avea un caracter descriptiv pentru produsele și serviciile din sectorul alimentar în cauză.

- 60 În sfârșit, nici împrejurarea invocată de reclamantă în cadrul ședinței potrivit căreia o marcă identică cu cea solicitată în speță ar fi fost înregistrată în Austria nu permite repunerea în discuție a caracterului descriptiv al mărcii solicitate. Astfel, pe lângă faptul că reclamanta nu a stabilit nicidecum realitatea afirmației sale și a recunoscut că marca austriacă a fost înregistrată ulterior deciziei atacate, trebuie amintit faptul că EUIPO și, dacă este cazul, instanța Uniunii nu sunt ținute de deciziile intervenite la nivelul statelor membre, chiar dacă le pot lua în considerare, și că nicio dispoziție din Regulamentul nr. 207/2009 nu obligă EUIPO sau, în cadrul acțiunii, Tribunalul să ajungă la aceleași rezultate la care au ajuns administrațiile sau instanțele naționale într-o situație similară [a se vedea Hotărârea din 15 iulie 2015, Australian Gold/OAPI – Effect Management & Holding (HOT), T-611/13, EU:T:2015:492, punctul 60 și jurisprudența citată].
- 61 Rezultă că motivul prin care este criticată legătura suficient de directă și de concretă dintre marca solicitată și produsele și serviciile vizate trebuie de asemenea înlăturat, tot astfel precum, prin urmare, motivul întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 în întregime.

Cu privire la motivul întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009

- 62 Astfel cum reiese din cuprinsul articolului 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, este suficient ca unul dintre motivele absolute de refuz să își găsească aplicarea pentru ca semnul să nu poată fi înregistrat ca marcă a Uniunii Europene [Hotărârea din 19 septembrie 2002, DKV/OAPI, C-104/00 P, EU:C:2002:506, punctul 29, și Hotărârea din 7 octombrie 2015, Cipru/OAPI (XΑΛΛΟΥΜΙ și HALLOUMI), T-292/14 și T-293/14, EU:T:2015:752, punctul 74].
- 63 În consecință, întrucât pentru produsele și serviciile în cauză reiese din examinarea motivului precedent că semnul prezentat pentru înregistrare are un caracter descriptiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 și întrucât acest motiv justifică el singur refuzul înregistrării contestat, nu este util în orice caz să se examineze temeinicia motivului întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat (a se vedea în acest sens Ordonanța din 13 februarie 2008, Indorata-Serviços e Gestão/OAPI, C-212/07 P, nepublicată, EU:C:2008:83, punctul 28).
- 64 Rezultă din toate cele ce precedă că acțiunea trebuie respinsă.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 65 Potrivit articolului 134 alineatul (1) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât reclamanta a căzut în pretenții, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată, în conformitate cu concluziile EUIPO.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a noua)

declară și hotărăște:

1) Respinge acțiunea.

2) Obligă Biogena Naturprodukte GmbH & Co. KG la plata cheltuielilor de judecată.

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 22 iunie 2017.

Semnături