

ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

26 octobre 2000 *

Dans l'affaire T-345/99,

Harbinger Corporation, établie à Atlanta, Géorgie (États-Unis), représentée par M^{es} R. Collin, M.-C. Mitchell et É. Logeais, avocats au barreau de Paris, ayant élu domicile à Luxembourg en l'étude de M^{es} Decker et Braun, 16, avenue Marie-Thérèse,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. J. Miranda de Sousa, chef du service de la coordination du département juridique, et A. Di Carlo, membre du même département, en qualité d'agents, ayant élu domicile à Luxembourg auprès de M. C. Gómez de la Cruz, membre du service juridique de la Commission, Centre Wagner, Kirchberg,

partie défenderesse,

* Langue de procédure: l'anglais.

ayant pour objet une demande d'annulation de la décision de la troisième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 17 septembre 1999 (affaire R 163/1998-3), refusant l'enregistrement du vocable «Trustedlink» comme marque communautaire,

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

composé de M^{me} V. Tiili, président, MM. R. M. Moura Ramos et P. Mengozzi, juges,

greffier: M. G. Herzig, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 2 décembre 1999,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 25 février 2000,

à la suite de la procédure orale du 4 mai 2000,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

- 1 Le 29 mars 1996, la requérante a présenté une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (ci-après l'« Office »).
- 2 Le signe qui a fait l'objet de la demande est le vocable « Trustedlink ».
- 3 Aux termes de la demande présentée par la requérante le 29 mars 1996, les produits et services, pour lesquels l'enregistrement a été sollicité, relevaient, au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, des classes suivantes:

« Classe 9: Logiciels pour le commerce électronique y compris échange de documents électroniques, de documents financiers électroniques, de dossiers et de transactions; logiciels de communication par formulaires électroniques et courrier électronique; outils pour réseau et pour internet; programmes d'accès au réseau, à internet et à des bases de données, programmes d'application internet et réseau et programmes d'agent internet et réseau;

Classe 35: Services de conseil aux entreprises pour l'utilisation de technologies et de services de commerce électronique; services de conseil technique pour les technologies et les services de commerce électronique (assistance pour l'exécution ou la gestion des affaires économiques ou des fonctions commerciales d'une entreprise industrielle ou commerciale);

Classe 38: Services d'intégration de logiciels pour l'intégration de technologies et de services de commerce électronique dans les systèmes d'application des entreprises; services de communication pour communiquer des documents électroniques, des documents financiers électroniques, des dossiers et des messages de transaction contenus dans des documents électroniques, des documents financiers électroniques, des dossiers et des messages de transaction en matière de commerce électronique;

Classe 41: Services de formation aux technologies et services de commerce électronique;

Classe 42: Services pour assister les organisations en matière de déploiement, de développement ou de gestion des technologies et des services de commerce électronique; services de conseil technique pour les technologies et les services de commerce électronique, non sous la forme d'une aide directe visant les activités ou les fonctions d'une entreprise commerciale; programmation pour ordinateurs; programmation d'ordinateurs en vue de l'intégration de logiciels pour l'intégration de technologies et de services de commerce électronique dans les systèmes d'application des entreprises.»

4 Par décision du 18 août 1998, l'examineur a rejeté la demande au titre de l'article 38 du règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié, au motif que le signe «Trustedlink» était dépourvu de caractère distinctif.

- 5 Le 8 octobre 1998, la requérante a formé un recours auprès de l'Office, au titre de l'article 59 du règlement n° 40/94, contre la décision de l'examineur.

- 6 Le recours a été soumis à l'examineur pour révision préjudicielle au titre de l'article 60 du règlement n° 40/94.

- 7 Le 6 novembre 1998, le recours a été déferé à la troisième chambre de recours.

- 8 Le recours a été rejeté par décision du 17 septembre 1999 (ci-après la « décision attaquée »), au motif que le vocable « Trustedlink » est dépourvu de caractère distinctif par rapport aux produits et services concernés.

Conclusions des parties

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

— à titre principal, réformer ou annuler la décision attaquée;

— ordonner que la demande de marque communautaire soit renvoyée à l'Office pour être publiée conformément à l'article 40 du règlement n° 40/94;

— à titre subsidiaire, juger que le vocable «Trustedlink» est conforme à l'article 7 du règlement n° 40/94 pour les produits et services suivants:

— service de «consultation» commerciale;

— service de «consultation» technique;

— services de formation;

— programmation d'ordinateur;

— dans ce cas, après réformation de la décision attaquée, ordonner que la demande de marque communautaire soit renvoyée à l'Office pour être publiée conformément à l'article 40 du règlement n° 40/94 pour ces produits et services;

— condamner l'Office aux dépens.

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

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

- 11 Au cours de l'audience, la requérante s'est désistée des chefs de conclusions, formulés tant à titre principal que subsidiaire, tendant à ce que la demande de marque communautaire soit renvoyée à l'Office pour être publiée conformément à l'article 40 du règlement n° 40/94, ce dont il a été pris acte par le Tribunal.

En droit

- 12 À l'appui de ses conclusions, la requérante invoque deux moyens tirés de la violation, d'une part, de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 et, d'autre part, de l'obligation de motivation.

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

Arguments des parties

- 13 La chambre de recours aurait commis une erreur de droit en concluant que le vocable « Trustedlink » n'est pas apte à distinguer les produits et les services de la requérante de ceux d'autres entreprises.

- 14 Selon la requérante, les différents motifs absolus de refus, prévus à l'article 7, paragraphe 1, sous b), c) et d), du règlement n° 40/94 doivent faire l'objet d'une interprétation d'ensemble, de laquelle il ressort qu'une marque présente un caractère distinctif si elle n'est ni descriptive ni usuelle. La requérante fait valoir qu'un signe est usuel ou générique lorsqu'il se compose d'un terme imposé par la nature ou la fonction du produit ou par les règles et habitudes de la langue. Un signe serait descriptif lorsqu'il décrit la destination directe et immédiate du produit ou service auquel il s'applique. En outre, un signe ne serait pas exclusivement descriptif s'il comprend des termes descriptifs et fantaisistes. En conséquence, pour qu'un motif absolu de refus puisse être appliqué le signe devrait être composé uniquement de termes usuels ou descriptifs.
- 15 Par ailleurs, la requérante fait observer que le caractère distinctif ne peut être apprécié que par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement du signe est demandé.
- 16 En ce qui concerne le terme «trusted», la requérante fait valoir qu'il n'est généralement pas utilisé dans le secteur des produits et services concernés et qu'il n'indique pas une qualité essentielle desdits produits ou services, ni leur destination. Les mêmes considérations s'appliqueraient au mot «link» qui n'est pas un terme générique dans le domaine des services informatiques.
- 17 Selon la requérante, le fait que le vocable «Trustedlink» a été enregistré aux États-Unis comme marque constitue la preuve de l'absence du caractère usuel du terme «link» pour les produits et services concernés.
- 18 La requérante soutient que la combinaison des mots «trusted» et «link» pour désigner les produits et services concernés procède d'un choix totalement arbitraire parce que le vocable «Trustedlink» n'est pas cité dans les dictionnaires. De plus, il ne se composerait pas exclusivement de mots descriptifs ou usuels.

Enfin, cette combinaison de mots pourrait s'appliquer à une multitude de produits et de services différents de ceux du domaine de l'informatique.

- 19 La requérante souligne que les produits et les services concernés sont destinés à une clientèle avertie pour laquelle le risque de confusion est moins fort que pour le consommateur moyen.
- 20 La requérante fait également remarquer que le vocable « Trustedlink » évoque, tout au plus, la garantie qu'offre pour une entreprise la création d'un site sur Internet en vue de la réalisation de transactions commerciales, sans pour autant décrire les produits ou services ni leurs qualités essentielles.
- 21 Lors de l'audience, la requérante a encore soutenu que l'appréciation par l'Office du caractère distinctif des signes comprenant le terme « link » n'est pas cohérente.
- 22 Elle a, enfin, maintenu sa demande subsidiaire tendant à voir le vocable « Trustedlink » jugé conforme à l'article 7 du règlement n° 40/94 pour une partie des produits et services concernés, en l'occurrence ceux mentionnés dans sa demande du 29 mars 1996 comme relevant des classes 35, 38, 41 et 42.
- 23 L'Office conteste l'argumentation de la requérante selon laquelle l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 n'aurait pas de domaine d'application autonome.
- 24 Il rappelle qu'un signe dépourvu de caractère distinctif, au sens de l'article 7 précité, ne peut remplir le rôle d'une marque, car le public ne le percevrait pas

comme telle (sous réserve de l'hypothèse du caractère distinctif acquis par l'usage qui a été fait de la marque). En effet, un tel signe ne pourrait constituer un symbole associant le produit ou le service à l'entreprise qui est responsable de sa fabrication ou de sa distribution.

- 25 Selon l'Office, un signe est dépourvu de caractère distinctif s'il transmet uniquement de l'information sur les qualités ou les performances du produit ou du service en question. En effet, l'Office considère que, pour être distinctif, un signe doit davantage permettre de distinguer l'entreprise de ses concurrentes que d'informer le public sur des produits ou des services.
- 26 L'Office prétend que, pour un grand nombre de consommateurs, le terme «link» renvoie à Internet et à son principal réseau, le World Wide Web, parce que le premier est un vaste ensemble d'ordinateurs et de terminaux interconnectés et que le second est constitué d'un ensemble de pages graphiques et multimédias reliées entre elles par des liens hypertextes. En effet, le terme «link» serait le seul disponible pour désigner cette caractéristique technique essentielle de cette technologie de la communication.
- 27 En outre, le terme «trusted» indiquerait seulement une caractéristique souhaitable pour toute connexion dans le domaine des télécommunications en général et celui du commerce électronique en particulier. Son association avec le terme «link» ne modifierait en rien le fait que ce dernier est dépourvu de caractère distinctif. Dans ces conditions, la combinaison des mots «trusted» et «link» ne permettrait pas de distinguer les produits et services de la requérante de ceux d'autres entreprises.
- 28 En ce qui concerne le fait que le vocable «Trustedlink» a été enregistré comme marque aux États-Unis, l'Office fait valoir qu'un enregistrement, obtenu dans un

pays situé hors de la Communauté mais appliquant des normes similaires quant aux motifs absolus de refus et dont la langue est celle de la marque sollicitée, peut être pris en considération en tant qu'indice de l'absence de motifs absolus de refus. Toutefois, un tel enregistrement ne lierait pas l'Office.

- 29 L'Office considère, enfin, que les arguments développés ci-dessus sont applicables à la demande subsidiaire de la requérante.

Appréciation du Tribunal

- 30 La requérante allègue que les différents motifs absolus de refus, prévus à l'article 7, paragraphe 1, sous b), c) et d), du règlement n° 40/94 doivent faire l'objet d'une interprétation d'ensemble de laquelle il ressortirait qu'une marque présente un caractère distinctif si elle n'est ni descriptive [sous c)] ni usuelle [sous d)].
- 31 Cette thèse ne saurait être acceptée. Comme l'a fait observer à juste titre l'Office, les motifs absolus de refus liés à l'absence de caractère distinctif et aux caractères descriptif et usuel ont chacun un domaine d'application et ne sont ni interdépendants ni exclusifs les uns des autres. Ainsi, il ressort de l'article 7, paragraphe 1, du règlement n° 40/94 qu'il suffit qu'un des motifs absolus de refus énumérés s'applique pour que le signe ne puisse être enregistré comme marque communautaire (arrêts du Tribunal du 8 juillet 1999, Procter & Gamble/OHMI, BABY-DRY, T-163/98, Rec. p. II-2383, point 29, et du 12 janvier 2000, DKV/OHMI, Companyline, T-19/99, Rec. p. II-1, point 30). Et même si ces motifs sont

applicables séparément, ils peuvent aussi faire l'objet d'une application cumulée.

32 Dans ces conditions, il y a lieu d'examiner si le signe « Trustedlink » est dépourvu de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 par rapport aux produits ou services pour lesquels l'enregistrement du signe a été demandé.

33 À cet égard, il convient de rappeler que, aux termes de l'article 4 du règlement n° 40/94, l'élément déterminant pour qu'un signe susceptible de représentation graphique puisse constituer une marque communautaire consiste dans son aptitude à distinguer les produits et les services d'une entreprise de ceux d'une autre entreprise (voir arrêt BABY-DRY, précité, point 20).

34 Le signe en question est composé exclusivement des termes « trusted » et « link », tous deux usuels dans les pays anglophones à l'intérieur et à l'extérieur de la Communauté.

35 Le terme « link » signifie ce qui relie. Il a un sens particulier dans le domaine de l'informatique en ce qu'il vise, notamment, les liens reliant les différents serveurs de données sur Internet. Ce dernier, et plus particulièrement le World Wide Web, n'étant qu'un vaste réseau de transmission électronique de données basé sur les liens reliant divers serveurs ou conduisant à une autre page d'un même document, le mot « link » doit être considéré comme générique dans ce contexte. En effet, le terme « link » est l'un des seuls disponibles pour désigner la caractéristique technique essentielle de cette technologie de la communication. De plus, ce sens

spécifique est clair même pour les personnes non anglophones ainsi, bien évidemment, que pour les spécialistes du domaine informatique.

36 Le signe « Trustedlink » a donc la signification d'un lien fiable ou d'un lien auquel il est possible de faire confiance. La combinaison de « trusted » et « link », écrits séparément ou en un seul mot, ne fait donc que décrire la qualité souhaitée d'un lien, en l'occurrence la fiabilité. Ainsi, le signe en cause est composé de deux mots, dont l'un est générique et ne fait que désigner une caractéristique technique essentielle du commerce électronique et l'autre indique sa qualité souhaitée.

37 Le fait de les accoler, sans aucune modification graphique ou sémantique, ne présente aucune caractéristique additionnelle susceptible de rendre le signe dans son ensemble apte à distinguer les produits et les services de la requérante de ceux d'autres entreprises. Par ailleurs, le fait que le vocable « Trustedlink » ne soit pas cité dans les dictionnaires en tant que tel — qu'il soit écrit en un seul mot ou non — ne modifie en aucune manière cette appréciation (arrêt Companyline, précité, point 26).

38 En conséquence, le signe « Trustedlink » est dépourvu de caractère distinctif.

39 Il convient de relever que la demande subsidiaire de la requérante, tendant à voir le vocable « Trustedlink » jugé conforme à l'article 7 du règlement n° 40/94 pour les produits et services mentionnés dans la demande d'enregistrement comme relevant des classes 35, 38, 41 et 42, doit être rejetée pour les mêmes raisons que celles énumérées ci-dessus. En effet, l'appréciation du motif absolu de refus tiré de l'absence de caractère distinctif doit être identique étant donné que tous les

produits et services pour lesquels l'enregistrement est demandé concernent le commerce électronique.

40 En ce qui concerne l'affirmation de la requérante selon laquelle l'Office a enregistré comme marque communautaire des signes comprenant le mot «link», il suffit de constater que la requérante n'a pas démontré qu'il s'agit de signes ou de situations comparables à ceux de la présente espèce. En outre, l'Office a fait valoir qu'il s'agissait de signes figuratifs. Dès lors, cet argument de la requérante ne saurait davantage être retenu.

41 Quant à l'allégation de la requérante selon laquelle l'enregistrement comme marque du vocable «Trustedlink» aux États-Unis constitue la preuve du caractère distinctif de celui-ci, il y a lieu de rappeler les termes de l'arrêt du Tribunal du 16 février 2000, Procter & Gamble/OHMI (Forme d'un savon, T-122/99, Rec. p. II-265, points 60 à 63). Le Tribunal a constaté dans cette décision que la marque communautaire a pour objet, selon le premier considérant du règlement n° 40/94, de permettre aux entreprises d'«identifier leurs produits ou leurs services de manière identique dans l'ensemble de la Communauté, sans considération de frontières» et que «les enregistrements d'ores et déjà effectués dans des États membres constituent donc un élément qui, sans être déterminant, peut seulement être pris en considération aux fins de l'enregistrement d'une marque communautaire». Il ressort de cet arrêt qu'un enregistrement national ne lie pas l'Office et il y a lieu, dès lors, de considérer que la chambre de recours n'a commis aucune erreur de droit en estimant qu'elle n'est pas liée par l'enregistrement fait aux États-Unis.

42 Il s'ensuit que la chambre de recours a confirmé, à juste titre, que sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 le vocable «Trustedlink» n'est pas susceptible de constituer une marque communautaire.

43 Dès lors, le premier moyen doit être rejeté.

Sur le moyen tiré de la violation de l'obligation de motivation

Arguments des parties

- 44 La requérante reproche à la chambre de recours d'avoir violé l'obligation de motivation en ce que ladite chambre a omis, d'une part, de justifier son analyse pour toutes les classes de produits et de services pour lesquels la protection a été demandée et, d'autre part, d'indiquer les États membres dans lesquels l'objection fondée sur un défaut de caractère distinctif s'applique.
- 45 L'Office fait observer que la chambre de recours a analysé le caractère distinctif du signe « Trustedlink » en tenant compte de toutes les classes de produits et de services mentionnées dans la demande de marque communautaire.
- 46 Par ailleurs, l'Office rappelle que l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 40/94 dispose que « le paragraphe 1 [du même article] est applicable même si les motifs de refus n'existent que dans une partie de la Communauté ».

Appréciation du Tribunal

- 47 D'une part, il ressort de la décision de la chambre de recours que les faits et considérations d'ordre juridique retenus par cette dernière pour justifier l'absence de caractère distinctif du signe « Trustedlink » s'appliquent à toutes les classes de produits et services pour lesquels l'enregistrement a été demandé.

- 48 D'autre part, il y a lieu de rappeler que, conformément à l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, l'existence des motifs de refus dans une partie de la Communauté suffit pour que le paragraphe 1 dudit article soit applicable. En l'espèce, la décision attaquée est fondée sur le fait que le terme « Trustedlink » ne peut être protégé dans la zone linguistique anglophone.
- 49 En conséquence, le moyen tiré de la violation de l'obligation de motivation doit également être rejeté.
- 50 Il s'ensuit que le recours doit être rejeté comme étant non fondé.

Sur les dépens

- 51 Aux termes de l'article 87, paragraphe 2, du règlement de procédure, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens. La requérante ayant succombé, elle sera condamnée aux dépens, conformément aux conclusions de la partie défenderesse.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête:

- 1) Le recours est rejeté.

- 2) La requérante est condamnée aux dépens.

Tiili

Moura Ramos

Mengozi

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 26 octobre 2000.

Le greffier

H. Jung

Le président

P. Mengozzi