

HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a cincea)

12 iunie 2007 *

În cauza T-190/05,

The Sherwin-Williams Company, cu sediul în Cleveland, Ohio (Statele Unite),
reprezentată de E. Armijo Chávarri și A. Castán Pérez-Gómez, avocats,

reclamantă,

împotriva

Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de domnul Ó. Mondéjar, în calitate de agent,

pârât,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a doua de recurs a OAPI din 22 februarie 2005 (cauza R 755/2004-2) privind înregistrarea semnului TWIST & POUR ca marcă comunitară,

* Limba de procedură: spaniola.

TRIBUNALUL DE PRIMĂ INSTANȚĂ AL COMUNITĂȚILOR EUROPENE
(Camera a cincea),

compus din domnul M. Vilaras, președinte, doamnele M. E. Martins Ribeiro și K. Jürimäe, judecători,

grefier: doamna B. Pastor, grefier adjunct,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 9 mai 2005,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 11 august 2005,

în urma ședinței din 18 ianuarie 2007,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

- ¹ La 25 februarie 2003, reclamanta a depus o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) în temeiul Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol.1, p. 146), astfel cum a fost modificat.

- 2 Marca a cărei înregistrare a fost solicitată este semnul verbal TWIST & POUR.
- 3 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasa 21 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în scopul înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat, și corespund descrierii următoare: „Recipiente din plastic cu mâner, vândute ca elemente componente ale unui dispozitiv de stocare și de vărsare a vopselei lichide”.
- 4 Prin scrisoarea din 10 martie 2004, examinatorul a făcut cunoscut reclamantei faptul că marca solicitată nu putea face obiectul unei înregistrări pentru motivul că nu îndeplinea condițiile prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Acesta a indicat, în special, faptul că marca în cauză nu putea fi percepută ca un indicator al originii. Examinatorul a invitat așadar reclamanta să prezinte observații în termen de două luni.
- 5 Prin scrisoarea din 10 mai 2004, reclamanta a răspuns, în esență, că marca solicitată era suficient de originală pentru a fi înregistrată și pentru a îndeplini funcțiile unei mărci, că trebuia să fie analizată în ansamblul său și că numeroase alte mărci conținând cuvântul „twist” fuseseră înregistrate anterior de către OAPI.
- 6 Prin decizia din 23 iunie 2004, examinatorul a respins această cerere pentru motivul că marca comunitară solicitată intră sub incidența motivului de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, întrucât, în primul rând, era compusă din două verbe din limba engleză care se limitau să informeze consumatorii cu privire la caracteristicile produselor în cauză, în al doilea rând, mesajul transmis era unul simplu, clar și direct, în al treilea rând, monopolul

utilizării termenilor curenți sau al adaptărilor acestor termeni ce descriu produsele nu putea fi acordat unei singure întreprinderi și, în al patrulea rând, celelalte mărci invocate de reclamantă nu erau comparabile cu marca ce face obiectul prezentei acțiuni.

- 7 La 30 august 2004, reclamanta a introdus recurs la OAPI împotriva deciziei examinatorului, în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94.
- 8 Prin Decizia din 22 februarie 2005 (denumită în continuare „decizia atacată”), notificată la 28 februarie 2005, Camera a doua de recurs a considerat, în esență, că mesajul transmis de către marca solicitată era simplu, clar și direct, astfel încât semnul verbal TWIST & POUR doar informa consumatorii că, pentru extragerea vopselei din recipient, era suficient să rotească capacul și să verse conținutul. În aceste condiții, considerând că semnul verbal TWIST & POUR era descriptiv în ceea ce privește produsele pentru care se solicita înregistrarea, camera de recurs a respins recursul. Aceasta din urmă a precizat de asemenea că argumentul reclamantei potrivit căruia examinatorul luase în considerare elementele pertinente în cadrul articolului 7 alineatul (1) litera (c), dar nu în cadrul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu era întemeiat, întrucât exista o suprapunere între domeniile de aplicare ale acestor două dispoziții. Pe de altă parte, camera de recurs a evidențiat faptul că, în conformitate cu jurisprudența Curții și, în special, cu Hotărârea din 12 februarie 2004, Campina Melkunie (C-265/00, Rec., p. I-1699), examinatorul era îndreptățit să considere că marca solicitată era lipsită de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, întrucât era descriptivă în ceea ce privește anumite caracteristici ale produselor în cauză. Camera de recurs a considerat că faptul că examinatorul nu a menționat expres articolul 7 alineatul (1) litera (c) din regulament și că nu și-a întemeiat decizia în mod expres pe această dispoziție nu avea o importanță majoră, dat fiind că reclamanta fusese perfect informată cu privire la natura obiecțiunii și că fusese în măsură să își prezinte argumentele cu privire la pretinsul caracter distinctiv al mărcii solicitate. În ceea ce privește lipsa de coerență a OAPI, dovedită de înregistrarea de mărci similare, camera de recurs a amintit faptul că existau proceduri de anulare a înregistrărilor acordate din eroare și că era important ca propria sa decizie să fie coerentă.

Concluziile părților

9 Reclamanta a solicitat Tribunalului:

- declararea acțiunii ca admisibilă;
- anularea deciziei atacate;
- obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

10 OAPI a solicitat Tribunalului:

- respingerea acțiunii;
- obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

11 În susținerea acțiunii sale, reclamanta invocă un singur motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

Argumentele părților

- ¹² Reclamanta amintește că, astfel cum rezultă din jurisprudență, interdicția prevăzută la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 vizează semnele care nu pot îndeplini funcția esențială a mărcii, care este aceea de a identifica originea produsului sau a serviciului, precum este cazul mărcilor utilizate în mod curent pentru comercializarea produselor sau serviciilor desemnate de marcă sau care pot fi utilizate astfel [Hotărârea Tribunalului din 30 iunie 2004, Norma Lebensmittel-filialbetrieb/OAPI (Mehr für Ihr Geld), T-281/02, Rec., p. II-1915, punctele 24 și 33]. Aprecierea caracterului distinctiv al mărcii ar trebui, potrivit acestei jurisprudențe, să fie efectuată în raport cu produsele sau serviciile pentru care se solicită înregistrarea, pe de o parte, și în raport cu percepția publicului relevant asupra acestora, pe de altă parte (Hotărârea Mehr für Ihr Geld, citată anterior, punctul 26).
- ¹³ În cauză, produsele vizate fiind recipiente care conțin vopsea lichidă, destinate tuturor consumatorilor, publicul relevant ar fi consumatorul mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat. Pe de altă parte, întrucât semnul verbal este compus din două cuvinte din limba engleză, publicul relevant ar fi alcătuit din publicul anglofon [Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Ellos/OAPI (ELLOS), T-219/00, Rec, p. II-753, punctele 30 și 31].
- ¹⁴ Reclamanta amintește de asemenea jurisprudența potrivit căreia, pe de o parte, fiecare motiv de refuz al înregistrării este independent de celelalte și necesită o examinare separată, astfel încât aceste motive de refuz trebuie interpretate în lumina interesului general care se află la baza fiecăruia dintre acestea (Hotărârea Curții din 16 septembrie 2004, SAT.1/OAPI, C-329/02 P, Rec., p. I-8317). Pe de altă parte, întrucât semnul este constituit dintr-o marcă complexă, compusă din două cuvinte,

aprecierea caracterului său distinctiv ar trebui realizată pornind de la examinarea acestuia în ansamblu [Hotărârea Tribunalului din 2 iulie 2002, SAT.1/OAPI (SAT.2), T-323/00, Rec., p. II-2839].

- 15 Semnul verbal TWIST & POUR este, în opinia reclamantei, distinctiv, astfel încât soluția pronunțată de camera de recurs, care reține pretinsa incapacitate a semnului amintit de a îndeplini o funcție distinctivă, este insuficientă, neîntemeiată și imprecisă.
- 16 Reclamanta subliniază, în primul rând, că lipsa caracterului distinctiv al mărcii solicitate a fost stabilită de către camera de recurs în baza presupusului caracter descriptiv al semnului, întrucât aceasta a indicat, la punctul 11 al deciziei atacate, că semnul TWIST & POUR se limitează la informarea consumatorilor cu privire la faptul că, pentru a extrage vopseaua din recipient, nu trebuie decât să rotească capacul și să verse conținutul. Această idee este, de altfel, amintită la punctul 12 al deciziei menționate, în care se precizează că marca solicitată transmite informații asupra modului de utilizare a produsului.
- 17 Or, acest criteriu este pertinent în cadrul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, nu însă și în cadrul literei (b) a articolului sus-menționat. Prin urmare, camera de recurs a săvârșit o eroare de drept care afectează decizia atacată, soluție pronunțată de Curte și în cadrul Hotărârii SAT.1/OAPI, punctul 14 de mai sus, și al Hotărârii din 21 octombrie 2004, OAPI/Erpo Möbelwerk (C-64/02 P, Rec., p. I-10031).
- 18 În al doilea rând, este inexact să se pretindă că marca comunitară solicitată desemnează o caracteristică a bunului vizat, astfel încât trebuie considerată ca fiind descriptivă. Într-adevăr, ar trebui să se facă o distincție între mărcile descriptive și cele care nu sunt decât aluzive sau sugestive. De altfel, Tribunalul s-a pronunțat deja că, în timp ce indicațiile descriptive nu pot fi protejate ca marcă, situația este diferită

pentru indicațiile sau semnele aluzive sau sugestive [Hotărârea Tribunalului din 31 ianuarie 2001, Taurus-Film/OAPI (Cine Action), T-135/99, Rec., p. II-379, și Hotărârea Tribunalului din 9 octombrie 2002, Dart Industries/OAPI (UltraPlus), T-360/00, Rec., p. II-3867].

- 19 În opinia reclamantei, nu există un punct precis dincolo de care un cuvânt trece brusc dintr-o categorie în cealaltă, ci, mai curând, o scală mobilă între două extreme – de la semnele nedescriptive, a căror înregistrare este posibilă, la semnele pur descriptive, a căror înregistrare este imposibilă – de-a lungul căreia semnele și caracterele descriptive, sugestive și aluzive variază sau se situează în funcție de caracteristicile lor intrinseci. *A priori*, aprecierea caracterului distinctiv depinde, în parte, de aprecierea subiectivă a examinatorului și, în cadrul căii de atac, de aceea a camerei de recurs.
- 20 Cu toate acestea, avocatul general M. Jacobs, la punctele 62-64 din concluziile prezentate în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea Curții din 23 octombrie 2003, OAPI/Wrigley (C-191/01 P, Rec., p. I-12447, I-12449), a menționat criteriile obiective adecvate care permit să se distingă mărcile descriptive de cele care au doar caracter evocator.
- 21 În opinia reclamantei, în cazul în care aceste criterii se aplică semnului verbal TWIST & POUR, se constată îndepărtarea acestei mărci de extremitatea scalei la care se situează semnele care sunt descriptive.
- 22 În primul rând, semnul verbal TWIST & POUR constă într-o combinație de două verbe care, luate fie individual, fie împreună, nu descriu nici produsele desemnate și nici vreuna dintre caracteristicile acestora. Într-adevăr, cele două verbe se referă la acțiuni care nu pot fi asociate în mod obiectiv cu recipientele de plastic pentru vopsea.

- 23 În al doilea rând, publicul vizat nu percepe semnul verbal TWIST & POUR în mod imediat, direct și fără nicio reflecție suplimentară drept o indicație a unei caracteristici a produselor pe care le desemnează. În opinia reclamantei, consumatorul vizat care observă semnul nu îl asociază automat cu recipientele de plastic pentru vopsea.
- 24 În ultimul rând, semnul verbal TWIST & POUR nici nu particularizează o caracteristică esențială sau dominantă a produsului susceptibilă să aibă, la momentul alegerii produsului de către consumatorii acestui tip de bunuri, o importanță specială în raport cu produsele oferite de către concurență. Referirea la modalitatea de deschidere a produsului pe care o evocă marca nu adaugă nicio valoare substanțială produsului pe care îl desemnează.
- 25 Contrar celor ce par să rezulte de la punctul 12 al deciziei atacate, reclamanta precizează că nu revendică semnul EASY-TO-OPEN sau EASY-TO-POUR, ci marca TWIST & POUR. Rezultă că argumentul potrivit căruia consumatorii anglofoni ar interpreta această marcă drept un mesaj semnificând „tot ceea ce trebuie să facă este să rotească capacul și să verse conținutul” este înșelător, întrucât semnul verbal este autonom și independent de produsele pe care le desemnează. Pe de altă parte, este inexact să se pretindă că semnul în cauză transmite un mesaj cu privire la utilizarea facilă a produsului pe care îl desemnează (a se vedea în acest sens Hotărârea UltraPlus, punctul 18 de mai sus, punctul 52). Prin urmare, reclamanta consideră că publicul anglofon, confruntat cu acest semn, îl va percepe foarte probabil ca pe un semn de fantezie și nu se va gândi automat și imediat la recipiente de plastic pentru vopsea. Numai ulterior publicul s-ar gândi la funcționalitatea produsului desemnat, și anume modul de deschidere. Cu toate acestea, înțelegerea acestei funcționalități nu este rezultatul unei percepții automate, necalculate și imediate, ci își găsește originea într-un proces sau într-un efort intelectual efectuat în prealabil de către consumator, prin care percepția respectivă devine mediată și indirectă și, așadar, nedescriptivă.

- 26 Înregistrarea unui semn care se referă, sub formă indirectă ori sub forma unei evocări sau a unei sugestii, la o caracteristică a produsului desemnat nu poate face, prin urmare, obiectul unui refuz, care ar fi astfel contrar atât voinței legiuitorului, care se regăsește exprimată la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94, cât și jurisprudenței menționate la punctul 18 de mai sus.
- 27 În plus, criteriul reținut în decizia atacată nu permite analizarea caracterului distinctiv al mărcii solicitate „*a priori* și în lipsa oricărei utilizări efective a semnului” [Hotărârea Tribunalului din 7 februarie 2002, Mag Instrument/OAPI (Formă de lanterne de buzunar), T-88/00, Rec., p. II-467, punctul 34]. Reclamanta amintește în această privință că aspectul dacă, în mod concret, modalitatea de utilizare sau de indicare a semnului pe produs, în calitate de marcă sau pentru un alt tip de utilizare, ar putea avea drept efect faptul că semnul nu este perceput de către consumator ca un semn distinctiv al originii, ci ca o simplă declarație comercială, nu poate fi luat în considerare în cadrul aprecierii caracterului său înregistrabil (Hotărârea UltraPlus, punctul 18 de mai sus, punctul 52).
- 28 În cel de al treilea rând, reclamanta consideră că semnul verbal TWIST & POUR prezintă capacitatea intrinsecă minimă pentru ca publicul vizat să îl perceapă ca indicând originea comercială a produselor desemnate, întrucât, pentru a obține înregistrarea sa, este suficient, în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, să se demonstreze caracterul distinctiv slab al semnului vizat. Acesta este cazul semnului verbal în cauză, care este concis, direct și ușor de memorat pentru publicul relevant.
- 29 Mai mult, este vorba de un semn verbal original compus din două cuvinte scrise în limba engleză, a cărei particularitate rezidă în efectul produs prin juxtapunerea

verbelor „twist” și „pour”. Integrarea acestor două cuvinte în cadrul unui singur semn produce un anume efect de surpriză asupra consumatorilor, efect care captează și reține atenția sau, cel puțin, poate să o rețină. Acest semn ar constitui o marcă suficient de diferită de cea rezultată din simpla reunire a celor doi termeni ce o compun.

- 30 Reclamanta amintește că a demonstrat, în cadrul procedurii de pe rolul OAPI, că verbul „twist” era frecvent utilizat în mărci compuse și consumatorii erau obișnuiți cu mărci construite pornind de la acest verb. Alte semne capabile să distingă produsele au fost de altfel înregistrate de către OAPI, printre altele, TWIST & VAC, TWIST & DRINK, TWISTER TESTER, TWISTED TUBE și TWISTED DIPS. Cu privire la acest aspect, reclamanta deduce din Hotărârea SAT.1/OAPI, punctul 14 de mai sus, că utilizarea frecventă a mărcilor care cuprind elemente verbale și construcții gramaticale care coincid indică faptul că acest tip de combinații nu poate fi considerat ca fiind lipsit de caracter distinctiv.

- 31 Faptul că marca solicitată este compusă din cuvinte uzuale, inteligibile de către consumatori, nu alterează caracterul distinctiv al mărcii menționate. De altfel, în această privință Tribunalul s-a pronunțat că simpla împrejurare că fiecare dintre elementele care compun semnul, luat separat, este lipsit de caracter distinctiv nu exclude posibilitatea ca integralitatea combinației pe care o formează să prezinte un caracter distinctiv. Dimpotrivă, revine camerei de recurs competența de a stabili că semnul în cauză, analizat în ansamblu, nu permite publicului vizat să distingă produsele reclamantei de cele care au o altă origine comercială [Hotărârea Tribunalului din 14 aprilie 2005, Celltech/OAPI (CELLTECH), T-260/03, Rec., p. II-1215, punctele 43 și 44]. Într-adevăr, potrivit reclamantei, nu este necesar ca semnul solicitat să transmită o informație precisă cu privire la identitatea societății care comercializează produsul, fiind suficient ca marca respectivă să permită publicului vizat să distingă produsul pe care îl desemnează de cele care ar avea o altă origine comercială [Hotărârea Tribunalului din 9 octombrie 2002, KWS Saat/OAPI (Nuanță de portocaliu), T-173/00, Rec., p. II-3843, punctul 44].

32 OAPI amintește cu titlu introductiv că, potrivit jurisprudenței, există o anume suprapunere între motivul de refuz referitor la lipsa caracterului distinctiv și cel care interzice înregistrarea mărcilor pur descriptive. Într-adevăr, un semn care se limitează la descrierea de caracteristici ale produselor și serviciilor este, pentru același motiv, incapabil să îndeplinească funcția esențială a mărcii, făcând simultan obiectul acestor două motive de refuz (Hotărârea Campina Melkunie, punctul 8 de mai sus). Apoi, semnele lipsite de caracter distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu pot îndeplini funcția esențială a mărcii, și anume aceea de a identifica originea comercială a produsului sau serviciului (Hotărârea UltraPlus, punctul 18 de mai sus, punctul 52). În sfârșit, mărcile vizate de articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 sunt cele care, din punctul de vedere al publicului relevant, sunt utilizate curent în comerț pentru prezentarea produselor sau a serviciilor în cauză ori în privința cărora există, cel puțin, indicii concrete care permit să se concluzioneze că pot fi utilizate în acest mod.

33 În prezenta cauză, OAPI constată că produsele vizate sunt cutii pentru vopsea lichidă, astfel încât publicul relevant este consumatorul mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat. Expresia TWIST & POUR, ce s-ar putea traduce prin „roțiți și vărsați” sau „a se roti și a se vărsa”, este o expresie concisă al cărei sens este imediat inteligibil pentru oricine. Această expresie nu prezintă nicio caracteristică neobișnuită. Structura sa sintactică este simplă și uzuală în limba engleză, în special atunci când este vorba despre transmiterea unei informații în modul cel mai simplu și direct posibil cu privire la două acțiuni consecutive care trebuie realizate pentru a atinge un obiectiv dat. Asociind semnul produselor vizate, reacția imediată a publicului relevant ar fi să îl perceapă ca pe un mesaj referitor la modul de utilizare a acestora. Într-adevăr, cutiile pentru vopsea ar trebui în prealabil deschise pentru a se putea folosi conținutul. Ar putea fi uneori necesară agitarea acestora sau transferarea conținutului lor într-un alt recipient pentru a-l putea folosi. În sfârșit, nu rareori cutiile pentru vopsea sunt greu de deschis și, în acest scop, devine necesară utilizarea unui obiect drept levier. Rezultă că expresia TWIST & POUR nu suscită în mod necesar, în percepția consumatorului vizat, o altă reacție decât evocarea imediată a unei indicații privitoare la modul de utilizare a acestor cutii, și nu a întreprinderii producătoare.

34 OAPI adaugă că această concluzie nu se bazează pe o apreciere a utilizării efective a mărcii pe piață, contrar susținerilor reclamantei. Mai precis, concluzia potrivit căreia este vorba despre un semn lipsit de caracter distinctiv nu depinde de partea exactă a produsului asupra căreia este aplicată marca sau de dimensiunile caracterelor cu care este imprimată pe suprafața cutiei. În mod întemeiat camera de recurs a considerat, *a priori*, că expresia TWIST & POUR este percepută [Hotărârea Tribunalului din 23 noiembrie 2004, Frischpack/OAPI (Forma unei cutii de brânză), T-360/03, Rec., p. II-4097, punctul 29] ca având valoare de instrucțiuni de utilizare a produselor, și nu ca un semn cu vocație de a îndeplini funcția esențială a mărcii. Această analiză se bazează pe percepția ce se poate aștepta în mod rezonabil din partea consumatorilor, date fiind caracteristicile semnului în sine și cele ale produselor vizate, independent de orice apreciere referitoare la modalitățile de utilizare efectivă a acestei mărci pe piață.

35 OAPI pretinde că reclamanta pornește de la o premisă eronată atunci când consideră că, prin deducerea lipsei caracterului distinctiv al mărcii solicitate din caracterul său descriptiv, camera de recurs a săvârșit o eroare de drept. Într-adevăr, camera de recurs a constatat că nu poate identifica nicio caracteristică distinctivă în expresia TWIST & POUR, pentru motivul că totalitatea consumatorilor relevanți percepe acest semn ca pe o instrucțiune privind utilizarea produselor, ceea ce înlătură așadar posibilitatea ca acesta să fie perceput în același timp ca un semn distinctiv. Prin urmare, publicul vizat vede în această expresie o afirmație generică privind anumite calități ale acestora. Pornind de la această premisă eronată, reclamanta comite eroarea de a analiza mai departe caracterul descriptiv al semnului în ceea ce privește produsele vizate pentru a concluziona că, în lipsa unui astfel de caracter descriptiv, este vorba despre un semn distinctiv, care, prin urmare, poate fi înregistrat. În această privință, OAPI arată că soluția camerei de recurs se întemeiază pe articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și că aceasta a constatat că, deși examinatorul nu a citat în mod expres în decizia sa litera (c) din aceeași prevedere, aceasta nu avea nicio importanță, dat fiind că motivele de respingere a cererii erau expuse în mod clar.

36 OAPI precizează că, în speță, camera de recurs nu s-a limitat să constate lipsa caracterului distinctiv al mărcii solicitate întemeindu-se pe caracterul său descriptiv, ci pe o apreciere mai amplă, anume aceea că semnul verbal TWIST & POUR oferă numai informații asupra caracteristicilor produselor, împiedicând astfel perceperea acestuia ca semn distinctiv de către publicul vizat. Așadar, prin interpretarea combinată a celor două argumente, camera de recurs a concluzionat că marca solicitată făcea obiectul interdicției impuse la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Întrucât prima impresie lăsată de marca solicitată în percepția consumatorilor constă într-o indicație privind modul de utilizare a produselor, OAPI deduce că respectivii consumatori nu văd în acest semn un mijloc de a identifica originea acestor produse și de a le distinge de alte produse. Pe de altă parte, aprecierea efectuată de către camera de recurs este identică cu evaluarea Tribunalului prezentă în diferite hotărâri în cadrul cărora s-a admis lipsa caracterului distinctiv al diferitor expresii [Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Rewe-Zentral/OAPI (LITE), T-79/00, Rec., p. II-705, și Hotărârea Tribunalului din 8 iulie 2004, MLP Finanzdienstleistungen/OAPI (bestpartner), T-270/02, Rec., p. II-2837].

Aprecierea Tribunalului

37 Conform articolului 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, se respinge înregistrarea, în temeiul literei (b) a acestei prevederi, a „mărci[lor] care sunt lipsite de caracter distinctiv” și, în temeiul literei (c) a aceleiași prevederi, a „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 ori a prestării serviciului sau alte caracteristici ale acestora”. Mai mult, articolul 7 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 precizează că „alineatul (1) se aplică chiar dacă motivele de refuz nu există decât într-o parte a Comunității”.

38 Fiecare dintre motivele de refuz al înregistrării enumerate la articolul 7 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 este independent de celelalte și necesită o examinare separată. În plus, motivele de refuz trebuie interpretate în lumina interesului general care se află la baza fiecăruia dintre acestea. Interesul general luat în considerare cu ocazia examinării fiecăruia dintre aceste motive de refuz poate, chiar trebuie, să reflecte considerații diferite, potrivit motivului de refuz în cauză (Hotărârea Curții din 29 aprilie 2004, Henkel/OAPI, C-456/01 P și C-457/01 P, Rec., p. I-5089, punctele 45 și 46, Hotărârea Curții SAT.1/OAPI, punctul 14 de mai sus, punctul 25, și Hotărârea Curții din 15 septembrie 2005, BioID/OAPI, C-37/03 P, Rec., p. I-7975, punctul 59).

39 Cu toate acestea, există o suprapunere evidentă a domeniilor de aplicare ale fiecăruia dintre motivele prevăzute la literele (b)-(d) ale dispoziției menționate (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Curții din 12 februarie 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Rec., p. I-1619, punctele 67 și 85, și Hotărârea Curții Campina Melkunie, punctul 8 de mai sus, punctul 18). În special, reiese din jurisprudență că marca verbală care este descriptivă în ceea ce privește caracteristicile produselor sau ale serviciilor în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94 este, din această cauză, în mod obligatoriu lipsită de caracter distinctiv cu privire la respectivele produse sau servicii în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din același regulament. O marcă poate totuși să fie lipsită de caracter distinctiv pentru alte motive decât eventualul său caracter descriptiv [Hotărârea Tribunalului din 8 iulie 2004, Telepharmacy Solutions/OAPI (TELEPHARMACY SOLUTIONS), T-289/02, Rec., p. II-2851, punctul 24; a se vedea de asemenea în acest sens Hotărârea bestpartner, punctul 36 de mai sus, punctul 25; a se vedea de asemenea, prin analogie, Hotărârea Koninklijke KPN Nederland, citată anterior, punctul 86, și Hotărârea Campina Melkunie, punctul 8 de mai sus, punctul 19].

40 Într-un caz precum cel în cauză, în care prin decizia atacată se respinge înregistrarea mărcii solicitate pentru motivul absolut de refuz prevăzut la articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, este necesar să se examineze dacă OAPI a demonstrat că această marcă este lipsită de caracter distinctiv.

- 41 În această privință, trebuie amintit că semnele lipsite de caracter distinctiv vizate de articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 sunt considerate inapte să îndeplinească funcția esențială a mărcii, și anume aceea de a identifica originea 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 LITE, punctul 36 de mai sus, punctul 26). Aceasta este în special situația mărcilor care sunt utilizate curent pentru comercializarea produselor sau serviciilor în cauză [Hotărârea Tribunalului din 3 iulie 2003, Best Buy Concepts/OAPI (BEST BUY), T-122/01, Rec., p. II-2235, punctul 20, și Hotărârea Tribunalului Mehr für Ihr Geld, punctul 12 de mai sus, punctul 24].
- 42 Trebuie amintit, pe de altă parte, că noțiunea de interes general subiacentă articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 se confundă, în mod evident, cu funcția esențială a mărcii, care este aceea de a garanta consumatorului sau utilizatorului final identitatea originii produsului sau serviciului desemnat de marcă, permițându-i să distingă, fără vreo posibilitate de confuzie, acest produs sau serviciu de cele care au o altă proveniență (Hotărârea SAT.1/OAPI, punctul 14 de mai sus, punctele 23 și 27, și Hotărârea BioID/OAPI, punctul 38 de mai sus, punctul 60).
- 43 În cazul unei mărci compuse din cuvinte și un semn tipografic, precum este cea care face obiectul prezentului litigiu, un eventual caracter distinctiv poate fi examinat, în parte, pentru fiecare dintre termenii săi sau dintre elementele sale luate separat, dar trebuie, în orice caz, să depindă de examinarea întregului pe care îl formează. Într-adevăr, simpla împrejurare că fiecare dintre aceste elemente, luat separat, este lipsit de caracter distinctiv nu exclude posibilitatea ca integralitatea combinației pe care o formează să prezinte un caracter distinctiv (Hotărârea SAT.1/OAPI, punctul 14 de mai sus, punctul 28; a se vedea de asemenea, prin analogie, Hotărârea Campina Melkunie, punctul 8 de mai sus, punctele 40 și 41, și Hotărârea Koninklijke KPN Nederland, punctul 39 de mai sus, punctele 99 și 100).

- 44 Potrivit unei jurisprudențe constante, caracterul distinctiv al unui semn nu poate fi apreciat decât, pe de o parte, în raport cu produsele sau serviciile pentru care se solicită înregistrarea și, pe de altă parte, în raport cu percepția publicului relevant asupra acestora (Hotărârea LITE, punctul 36 de mai sus, punctul 27, Hotărârea BEST BUY, punctul 41 de mai sus, punctul 22, și Hotărârea Mehr für Ihr Geld, punctul 12 de mai sus, punctul 26).
- 45 În prezenta cauză, trebuie să se constate, în primul rând, că, astfel cum a evidențiat camera de recurs, fără ca reclamanta să fi contestat acest aspect, întrucât produsele desemnate de marca solicitată sunt cutii pentru vopsea destinate tuturor consumatorilor, se consideră că publicul vizat este consumatorul mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat.
- 46 Pe de altă parte, în temeiul articolului 7 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94, publicul vizat în raport cu care trebuie apreciat motivul absolut de refuz este un public anglofon, semnul verbal în cauză fiind compus din elemente ce provin din limba engleză, ceea ce, de altfel, reclamanta nici nu contestă [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului ELLOS, punctul 13 de mai sus, punctul 31, Hotărârea Tribunalului din 15 octombrie 2003, Nordmilch/OAPI (OLDENBURGER), T-295/01, Rec., p. II-4365, punctul 35, și Hotărârea Tribunalului Mehr für Ihr Geld, punctul 12 de mai sus, punctul 27].
- 47 În al doilea rând, de la punctul 14 al deciziei atacate reiese că semnul a cărui înregistrare se solicita a fost considerat de către camera de recurs ca fiind lipsit de caracter distinctiv, dat fiind că pe piața vizată nu putea fi perceput decât drept o simplă indicație a unei caracteristici specifice a produsului, și anume modul său de utilizare, și nu ca o indicație a originii comerciale a acestui produs. Camera de recurs a considerat prin urmare, în esență, că semnul verbal TWIST & POUR nu era distinctiv în sensul articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, pentru motivul că era perceput de către publicul relevant ca fiind descriptiv în ceea ce privește produsele în cauză.

- 48 Prin urmare, trebuie să se verifice dacă raportul stabilit de către camera de recurs între, pe de o parte, conținutul semantic al semnului a cărui înregistrare se solicită și, pe de altă parte, produsele în cauză este suficient de concret și de direct pentru a demonstra că acest semn permite, în percepția publicului relevant, o identificare imediată a acestor produse [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 7 iunie 2001, DKV/OAPI (EuroHealth), T-359/99, Rec., p. II-1645, punctele 35 și 36].
- 49 Semnul este compus din două forme verbale din limba engleză, „twist” și „pour”, care semnifică, după cum a subliniat camera de recurs la punctul 12 al deciziei atacate, „a se roti” și „a se vărsa” sau „roțiți” și „vărsați”, ceea ce, de altfel, nu a fost contestat de către reclamantă.
- 50 Camera de recurs a subliniat, pe de altă parte, la punctul 12 al deciziei atacate, că utilizarea semnului tipografic „&”, semnificând „și”, nu schimbă cu nimic caracterul distinctiv al semnului, întrucât folosirea acestui semn tipografic este un fapt comun în limba engleză.
- 51 Așadar, trebuie să se considere, astfel cum a susținut OAPI, că structura sintactică a semnului verbal TWIST & POUR este simplă și uzuală în limba engleză. Reiese prin urmare că alcătuirea acestui semn și faptul că el reunește cei doi termeni, alăturându-i prin semnul tipografic „&”, nu prezintă nicio diferență perceptibilă în construcția semnului propus spre înregistrare, luat în ansamblu, în raport cu terminologia utilizată în limbajul curent al publicului relevant, care ar putea să îi confere un caracter distinctiv în sensul Hotărârii Curții din 20 septembrie 2001, Procter & Gamble/OAPI (C-383/99 P, Rec., p. I-6251, punctul 40).

- 52 Prin urmare, camera de recurs a considerat în mod întemeiat că, luată în ansamblu, această expresie semnifică „twist and pour”, și anume „a se roti și a se vărsa” sau „roțiți și vărsați”.
- 53 În ceea ce privește raportul existent între conținutul semantic al semnului TWIST & POUR și produsele vizate, se impune constatarea că, tot în mod întemeiat, camera de recurs a considerat, la punctul 11 al deciziei atacate, că acest semn era compus din termeni generici care se limitează la a desemna o caracteristică a produsului, în special în ceea ce privește modul său de utilizare [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 12 ianuarie 2000, DKV/OAPI (COMPANYLINE), T-19/99, Rec., p. II-1, punctele 26 și 27, menținută în recurs prin Hotărârea Curții din 19 septembrie 2002, DKV/OAPI, C-104/00 P, Rec., p. I-7561, și Hotărârea Tribunalului bestpartner, punctul 36 de mai sus, punctul 24].
- 54 Într-adevăr, luat în ansamblu, acest semn verbal descrie în mod direct acțiunea referitoare în special la modul de deschidere a unui recipient prevăzut cu un dop ce trebuie rotit înainte de a se putea proceda la vărsarea lichidului pe care îl conține. Prin urmare, acești termeni astfel reuniți se limitează la a descrie o caracteristică a produsului vizat, și anume utilizarea facilă a acestuia, în special în ceea ce privește vopseaua, care necesită în mod obișnuit, înainte de aplicare, o amestecare prealabilă sau al cărei recipient trebuie în prealabil agitat pentru a vărsa conținutul său într-un alt recipient. Prin urmare, utilizarea termenilor „twist” și „pour” pune în evidență o caracteristică deosebit de importantă a produsului vizat, și anume modul său de utilizare extrem de simplu. Astfel cum a constatat în mod întemeiat camera de recurs, „[c]u greu s-ar putea avea în vedere, pentru a se explica consumatorilor că este suficient să rotească capacul și să verse conținutul, un mod mai simplu și mai direct decât să se imprime cuvintele TWIST & POUR pe laterala cutiei”.
- 55 Rezultă din toate cele de mai sus că semnul verbal TWIST & POUR nu este, contrar susținerilor reclamantei, doar evocator sau aluziv în ceea ce privește anumite

caracteristici ale produsului, ci, dimpotrivă, descrie în mod direct o caracteristică a produsului vizat. Într-adevăr, faptul de a informa direct publicul relevant cu privire la utilizarea facilă a produsului realizează un raport suficient de concret și de direct între marca solicitată și produsele vizate.

56 În ședință, reclamanta a precizat că semnul verbal TWIST & POUR nu descrie decât o caracteristică accesorie a produsului vizat, astfel încât înregistrarea sa ar fi trebuit autorizată.

57 Este suficient a se aminti că, referitor la acest aspect, Curtea s-a pronunțat deja că o marcă verbală care este descriptivă în ceea ce privește caracteristicile produselor sau serviciilor este, ca urmare a acestui fapt, în mod obligatoriu lipsită de caracter distinctiv și că este irelevant faptul că acele caracteristici ale produselor sau serviciilor care sunt susceptibile de a fi descrise sunt esențiale pe plan comercial sau accesorii (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Koninklijke KPN Nederland, punctul 39 de mai sus, punctele 86 și 102).

58 Reclamanta pretinde de asemenea, mai întâi, că, deducând lipsa caracterului distinctiv al mărcii solicitate din pretinsul caracter descriptiv al acesteia, camera de recurs a săvârșit o eroare.

59 În această privință, trebuie amintit, pe de o parte, că, deși este adevărat că fiecare dintre motivele de refuz al înregistrării menționate la articolul 3 alineatul (1) din

Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92) este independent de celelalte și necesită o examinare separată, există totuși, astfel cum s-a indicat la punctul 39 de mai sus, o suprapunere evidentă a respectivelor domenii de aplicare ale motivelor de refuz prevăzute la literele (b)-(d) ale prevederii amintite. Pe de altă parte, astfel cum s-a indicat deja, tot la punctul 39 de mai sus, o marcă verbală care este descriptivă în ceea ce privește caracteristicile produselor sau serviciilor este, ca urmare a acestui fapt, în mod obligatoriu lipsită de caracter distinctiv cu privire la aceleași produse sau servicii.

60 Reclamanta critică, în continuare, utilizarea de către camera de recurs a unui criteriu, și anume scopul de interes general potrivit căruia semnele pot fi utilizate în mod liber de oricine, obiectiv pertinent în cadrul articolului 7 alineatul (1) litera (c), nu însă și în cadrul literei (b) a aceleiași prevederi.

61 Cu privire la acest aspect, este, desigur, adevărat, astfel cum a afirmat Curtea la punctul 36 al hotărârii SAT.1/OAPI, punctul 14 de mai sus, că articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu urmărește scopul de interes general potrivit căruia semnele pot fi utilizate în mod liber de oricine.

62 Într-adevăr, de la punctul 26 al hotărârii SAT.1/OAPI, punctul 14 de mai sus, reiese că interesul general care se află la baza articolului 3 alineatul (1) din Directiva 89/104, prevedere al cărei domeniu de aplicare este identic cu cel al articolului 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, își găsește originea în necesitatea de a nu restrânge în mod nejustificat disponibilitatea elementelor lipsite de caracter distinctiv care compun semnul în cauză pentru ceilalți operatori care oferă produse sau servicii de tipul celor pentru care se solicită înregistrarea.

63 Cu toate acestea, în cazul de față, camera de recurs a considerat, la punctul 13 al deciziei atacate, că înregistrarea semnului verbal TWIST & POUR nu trebuie autorizată, întrucât „[ăcea] parte dintr-o categorie de semne a căror disponibilitate pentru ceilalți comercianți nu trebuie restrânsă în mod nejustificat”.

64 Prin urmare, este necesar să se constate că, pronunțându-se astfel, camera de recurs a utilizat criteriul pertinent în lumina căruia trebuie interpretat articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, astfel încât nu pot fi formulate obiecțiuni cu privire la acest aspect.

65 În sfârșit, în ceea ce privește argumentul reclamantei potrivit căruia OAPI a procedat la înregistrarea unor mărci similare precum TWIST & VAC, TWIST & DRINK, TWISTER TESTER, TWISTED TUBE și TWISTED DIPS, se impune constatarea că, presupunând chiar că aceste mărci se află în raport mai strâns cu produsele pentru care au fost înregistrate decât raportul dintre semnul TWIST & POUR și produsele pentru care se solicită înregistrarea acestui semn, nu rezultă nicidecum că aplicarea uniformă a Regulamentului nr. 40/94 implică înregistrarea semnului respectiv pentru produsele vizate. Într-adevăr, trebuie amintit că, în conformitate cu jurisprudența constantă, deciziile privind înregistrarea unui semn ca marcă comunitară adoptate de camerele de recurs în temeiul Regulamentului nr. 40/94 sunt emise în exercitarea unei competențe reglementate, iar nu a unei puteri discreționare. Ca urmare, caracterul înregistrabil al unui semn ca marcă comunitară trebuie apreciat numai în temeiul acestui regulament, astfel cum a fost interpretat de instanța comunitară, și nu pe baza unei practici anterioare a camerelor de recurs [Hotărârea BioID/OAPI, punctul 38 de mai sus, punctul 47, Hotărârea Tribunalului din 9 octombrie 2002, Glaverbel/OAPI (Suprafața unei plăci de sticlă), T-36/01, Rec., p. II-3887, punctul 35, Hotărârea Tribunalului din 20 noiembrie 2002, Bosch/OAPI (Kit Pro și Kit Super Pro), T-79/01 și T-86/01, Rec., p. II-4881, punctul 32, și Hotărârea Tribunalului din 24 noiembrie 2005, Sadas/OAPI — LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, Rec., p. II-4891, punctul 71].

- 66 Având în vedere toate cele de mai sus, trebuie să se considere că în mod întemeiat camera de recurs a considerat că semnul TWIST & POUR era lipsit de caracter distinctiv în sensul prevăzut de articolul 7 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, astfel încât unicul motiv invocat nu poate fi admis.
- 67 Rezultă din toate cele de mai sus că acțiunea trebuie respinsă.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 68 Potrivit articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, 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, conform concluziilor OAPI.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a cincea)

declară și hotărăște:

1) Respinge acțiunea.

2) Obligă The Sherwin-Williams Company la plata cheltuielilor de judecată.

Vilaras

Martins Ribeiro

Jürimäe

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 12 iunie 2007.

Grefier

Președinte

E. Coulon

M. Vilaras