

Affaire T-337/99

Henkel KGaA

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur
(marques, dessins et modèles) (OHMI)

«Marque communautaire — Forme d'un produit pour lave-linge
ou pour lave-vaisselle — Marque tridimensionnelle — Motif absolu de refus —
Article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement (CE) n° 40/94»

Arrêt du Tribunal (deuxième chambre) du 19 septembre 2001 II-2601

Sommaire de l'arrêt

1. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire —
Signes susceptibles de constituer une marque — Formes — Couleurs — Condition —
Caractère distinctif*
[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 4 et 7, § 1, sous b)]

2. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs absolus de refus — Marques dépourvues de caractère distinctif — Marques tridimensionnelles constituées par la forme et la couleur du produit — Caractère distinctif — Critères d'appréciation*
[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 7, § 1, sous b)]
3. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs absolus de refus — Marques dépourvues de caractère distinctif — Éléments de présentation d'une marque tridimensionnelle évoquant certaines qualités du produit sans pour autant être descriptifs — Incidence sur l'appréciation du caractère distinctif*
[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 7, § 1, sous b) et c)]
4. *Marque communautaire — Définition et acquisition de la marque communautaire — Motifs absolus de refus — Marques dépourvues de caractère distinctif — Marque tridimensionnelle — Tablette ronde comportant deux couches, l'une blanche et l'autre rouge, pour des produits pour lave-linge ou pour lave-vaisselle*
[Règlement du Conseil n° 40/94, art. 7, § 1, sous b)]
5. *Marque communautaire — Procédure de recours — Recours devant le juge communautaire — Moyens — Détournement de pouvoir — Notion*
(Règlement du Conseil n° 40/94, art. 63, § 2)

1. Il découle de l'article 4 du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire que tant la forme du produit que les couleurs comptent parmi les signes susceptibles de constituer une marque communautaire. L'aptitude générale d'une catégorie de signes à constituer une marque n'implique cependant pas que les signes appartenant à cette catégorie possèdent nécessairement un caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 par rapport à un produit ou à un service déterminé.
2. L'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire ne fait pas de distinction entre différentes catégories de marques. Les critères d'appréciation du caractère distinctif des marques tridimensionnelles constituées par la forme du produit lui-même ne sont donc pas différents de ceux applicables aux autres catégories de marques.

Il y a lieu néanmoins de tenir compte, dans le cadre de l'application de ces critères, du fait que la perception du public concerné n'est pas nécessairement la même, dans le cas d'une

(voir point 42)

marque tridimensionnelle constituée par la forme et les couleurs du produit lui-même, que dans le cas d'une marque verbale, figurative ou tridimensionnelle qui n'est pas constituée par la forme du produit. En effet, alors que le public a l'habitude de percevoir, immédiatement, ces dernières marques comme des signes identificateurs du produit, il n'en va pas nécessairement de même lorsque le signe se confond avec l'aspect du produit lui-même.

(voir points 45-46)

3. On ne saurait déduire des éléments de présentation d'une marque tridimensionnelle qui évoquent certaines qualités du produit, sans qu'ils puissent pour autant être considérés comme une indication descriptive au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, qu'ils confèrent nécessairement un caractère distinctif à la marque. En effet, ce caractère fait défaut lorsque le public ciblé est amené à percevoir la présence desdits éléments comme la suggestion de certaines qualités du produit, et non l'indication de son origine.

(voir point 51)

4. Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 sur la marque communautaire, sont refusées à l'enregistrement «les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif». S'agissant, à cet égard, de l'enregistrement demandé pour des produits pour lave-linge ou pour lave-vaisselle d'une marque tridimensionnelle se présentant sous la forme d'une tablette ronde, comportant deux couches, dont l'une est blanche et l'autre rouge, celle-ci est dépourvue de caractère distinctif.

En effet, au regard de l'impression d'ensemble qui se dégage de la forme et de l'agencement des couleurs de la tablette, la marque demandée, qui est constituée par une combinaison d'éléments de présentation venant naturellement à l'esprit et typiques du produit considéré, ne permettra pas, au public concerné, de distinguer les produits visés de ceux ayant une autre origine commerciale, lorsqu'il sera appelé à arrêter son choix lors d'un achat.

(voir points 54, 56, 59)

5. La notion de détournement de pouvoir a une portée précise en droit communautaire et vise la situation où une autorité administrative use de ses pou-

voirs dans un but autre que celui en vue duquel ils lui ont été conférés. Une décision d'une chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) n'est entachée de détournement de pouvoir que si elle apparaît, sur la base d'indices objectifs, pertinents et concordants, avoir été prise

pour atteindre des fins autres que celles excipées.

(voir point 66)