

ARRÊT DU TRIBUNAL (troisième chambre)

14 avril 2005 *

Dans l'affaire T-260/03,

Celltech R & D Ltd, établie à Slough, Berkshire (Royaume-Uni), représentée par MM. D. Alexander, barrister, et N. Jenkins, solicitor,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par MM. I. de Medrano Caballero et A. Folliard-Monguiral, en qualité d'agents,

partie défenderesse,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la deuxième chambre de recours de l'OHMI du 19 mai 2003 (affaire R 659/2002-2), concernant une demande d'enregistrement du signe verbal CELLTECH comme marque communautaire,

* Langue de procédure: l'anglais.

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

composé de M. M. Jaeger, président, M^{me} V. Tiili et M. O. Czúcz, juges,

greffier: M^{me} C. Kristensen, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 18 juillet 2003,

vu le mémoire en réponse déposé au greffe du Tribunal le 28 novembre 2003,

à la suite de l'audience du 12 janvier 2005,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

- 1 Le 30 juin 2000, la requérante, anciennement Celltech Chiroscience Ltd, a présenté une demande de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu 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.

- 2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal CELLTECH.
- 3 Les produits et les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent des classes 5, 10 et 42 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante:
- «produits, composés et substances pharmaceutiques, vétérinaires et hygiéniques», relevant de la classe 5;

 - «appareils et instruments chirurgicaux, médicaux, dentaires et vétérinaires», relevant de la classe 10;

 - «services de recherche et de développement, services de conseils, tous relatifs aux sciences biologiques, médicales et chimiques», relevant de la classe 42.
- 4 Par décision du 4 juin 2002, l'examineur a rejeté la demande d'enregistrement sur le fondement de l'article 7, paragraphe 1, sous b) et c), du règlement n° 40/94. Il a estimé que le signe en cause était composé de la combinaison, grammaticalement correcte, des deux termes «cell» (cellule) et «tech» (abréviation de «technique» ou de «technologie»). Par conséquent, il a considéré que la marque demandée ne pouvait servir d'indicateur d'origine pour les produits et les services pour lesquels l'enregistrement était demandé, étant donné que ces derniers relevaient tous du domaine de la technologie cellulaire.

- 5 Le 2 août 2002, la requérante a formé un recours auprès de l'OHMI, au titre des articles 57 à 62 du règlement n° 40/94, contre la décision de l'examineur.
- 6 Par décision du 19 mai 2003 (ci-après la «décision attaquée»), la deuxième chambre de recours a rejeté ce recours au motif que l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 faisait obstacle à l'enregistrement de la marque verbale CELLTECH, cette dernière étant susceptible d'être perçue, immédiatement et sans ambiguïté, comme un terme désignant des activités relevant du domaine de la technologie cellulaire, ainsi que des produits, des appareils et du matériel utilisés dans le cadre de ces activités ou résultant de ces activités. La chambre de recours a indiqué que la marque CELLTECH, qui consiste en la combinaison du mot anglais «cell» et de l'abréviation anglaise «tech», tous deux dépourvus individuellement de caractère distinctif, ne représentait que la somme de ces deux éléments. En conséquence, la chambre de recours a considéré que le lien entre les produits et les services couverts par la demande d'enregistrement et la marque n'était pas suffisamment indirect pour conférer à la marque le degré minimal de caractère distinctif intrinsèque requis en vertu de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

Conclusions des parties

- 7 La requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:
- à titre principal, annuler la décision attaquée;

 - à titre subsidiaire, annuler la décision attaquée en ce qu'elle vise les produits relevant de la classe 5 ou des classes 5 et 10;

— condamner l'OHMI aux dépens.

8 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal:

— rejeter le recours;

— condamner la requérante aux dépens.

En droit

Arguments des parties

9 La requérante soulève un moyen unique, tiré d'une violation de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

10 La requérante soutient que la chambre de recours a commis une erreur dans l'appréciation de l'ensemble de la marque demandée et des différents éléments qui la composent.

11 Elle considère, en premier lieu, que, dans le langage commercial courant, le signe CELLTECH n'est pas apte à décrire les produits et services visés dans la demande d'enregistrement. En effet, ce terme pris dans son ensemble ne consisterait pas en la

simple juxtaposition de deux termes dont chacun décrit directement les produits ou les services en cause. D'une part, la dernière syllabe du mot «celltech» ne serait pas un mot mais une abréviation et, d'autre part, la première syllabe de ce mot ne serait pas un adjectif. Elle ajoute, en deuxième lieu, que le terme «celltech» est plus que la simple somme des éléments verbaux qui le composent. En troisième lieu, elle a fait valoir, lors de l'audience, en se référant à l'arrêt de la Cour du 16 septembre 2004, SAT.1/OHMI (C-329/02 P, Rec. p. I-8317, ci-après l'«arrêt SAT.1»), que le signe CELLTECH sera perçu comme un mot autonome, identifiable de manière individuelle, et qui, pris dans son ensemble, permettra au consommateur d'identifier l'entreprise en cause et ses produits ou services. En conséquence, le signe en question serait suffisamment original pour satisfaire à l'exigence du caractère distinctif minimal requis.

- 12 La requérante reproche à l'OHMI, à titre subsidiaire, de ne pas avoir suffisamment analysé les produits ou les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé. À cet égard, elle indique que les produits pour lesquels l'enregistrement a été demandé sont, en ce qui concerne les classes 5 et 10, des produits pharmaceutiques. Or, il n'existerait aucun type de produits pharmaceutiques qui soit ou qui puisse être décrit par quiconque, spécialiste ou non, comme un «produit pharmaceutique celltech» ou à propos duquel le terme «celltech» indiquerait quoi que ce soit.
- 13 L'OHMI rappelle que, pour être distinctif, un signe doit servir principalement à identifier et à distinguer le vendeur, et pas simplement à donner aux consommateurs des informations sur les produits et les services considérés. Dès lors, les signes qui informent simplement les acheteurs potentiels sur une qualité supposée des produits ou sur leur capacité à remplir une fonction déterminée seraient dépourvus de caractère distinctif.
- 14 L'OHMI fait valoir que, dans le cas d'espèce, le public concerné est constitué à la fois de professionnels (produits et services compris dans les classes 5, 10 et 42) très attentifs et de consommateurs non spécialisés (produits de la classe 5 à l'exception des composés et substances), qui sont normalement informés et raisonnablement attentifs et avisés et qui sont familiarisés avec l'anglais.

- 15 Selon l'OHMI, le signe CELLTECH résulte de la simple addition de deux mots existant chacun dans le vocabulaire anglais. Il fait valoir que le mot «cell» est défini, dans le domaine de la biologie, de la manière suivante:

«[L]a plus petite unité d'un organisme qui est capable de fonctionner de façon indépendante. Elle est composée d'un noyau, qui contient le matériel génétique, entouré du cytoplasme dans lequel se trouvent les mitochondries, les lysosomes, les ribosomes et d'autres organites. Toutes les cellules sont entourées d'une membrane cellulaire; les cellules végétales ont en outre une paroi cellulaire extérieure.»

- 16 Par ailleurs, le mot «tech» serait l'abréviation usuelle de «technical» (technique) ou de «technology» (technologie).

- 17 L'OHMI estime que les mots «cell» et «tech» sont couramment utilisés dans le domaine médical et pharmaceutique concerné par les produits et services dont l'enregistrement est sollicité et que leur signification individuelle est dépourvue d'ambiguïté lorsqu'ils sont utilisés en rapport avec ces produits et services. En effet, ces termes donneraient une information quant à la destination et à la nature des produits et des services concernés, c'est-à-dire à leur application à la technologie cellulaire ou au fait qu'ils en résultent. Il ajoute que le fait que chacun de ces mots puisse avoir d'autres significations, dans d'autres contextes, n'est pas pertinent.

- 18 Il estime qu'il n'y a rien d'inhabituel dans la combinaison de deux mots qui sont fréquemment utilisés ensemble pour qualifier les produits relevant des classes 5 et 10 et les services relevant de la classe 42, tous concernant le domaine médical et pharmaceutique. En effet, le signe CELLTECH consisterait en la juxtaposition syntaxique habituelle de deux mots anglais et ne présenterait guère de différence perceptible par rapport à la construction lexicale correcte, à savoir «cell technology» (technologie cellulaire). En outre, le fait que les mots «cell» et «tech» n'apparaissent pas combinés dans le dictionnaire ne constituerait pas la preuve que la combinaison est originale, inhabituelle ou imaginative.

Appréciation du Tribunal

- 19 Aux termes de l'article 7, paragraphe 1, du règlement n° 40/94, sont refusées à l'enregistrement, au titre de ce paragraphe, sous b), les marques qui sont dépourvues de caractère distinctif et, au titre de ce paragraphe, sous c), les marques qui sont composées exclusivement de signes ou d'indications pouvant servir, dans le commerce, pour désigner l'espèce, la qualité, la quantité, la destination, la valeur, la provenance géographique ou l'époque de la production du produit ou de la prestation du service, ou d'autres caractéristiques de ceux-ci (arrêt de la Cour du 20 septembre 2001, Procter & Gamble/OHMI, C-383/99 P, Rec. p. I-6251, point 35).
- 20 Il ressort de la jurisprudence que la fonction essentielle de la marque est de garantir au consommateur ou à l'utilisateur final l'identité d'origine du produit ou du service désigné par la marque, en lui permettant de distinguer sans confusion possible ce produit ou ce service de ceux qui ont une autre provenance (voir, notamment, arrêts de la Cour du 23 mai 1978, Hoffmann-La Roche, 102/77, Rec. p. 1139, point 7, et du 18 juin 2002, Philips, C-299/99, Rec. p. I-5475, point 30).
- 21 À cet égard, il importe de rappeler que chacun des motifs de refus d'enregistrement énumérés à l'article 7, paragraphe 1, du règlement n° 40/94 est indépendant des autres et exige un examen séparé. En outre, il convient d'interpréter lesdits motifs de refus à la lumière de l'intérêt général qui sous-tend chacun d'entre eux. L'intérêt général pris en considération lors de l'examen de chacun de ces motifs de refus peut, voire doit, refléter des considérations différentes, selon le motif de refus en cause (arrêt de la Cour du 29 avril 2004, Henkel/OHMI, C-456/01 P et C-457/01 P, Rec. p. I-5089, points 45 et 46, et arrêt SAT.1, point 25).
- 22 Toutefois, il existe un chevauchement évident des champs d'application respectifs des motifs énoncés sous b) à d) de ladite disposition [arrêts de la Cour du 12 février 2004, Campina Melkunie, C-265/00, Rec. p. I-1659, point 18, et Koninklijke KPN

Nederland, C-363/99, Rec. p. I-1619, point 67; arrêt du Tribunal du 8 juillet 2004, Telepharmacy Solutions/OHMI — (TELEPHARMACY SOLUTIONS), T-289/02, Rec. p. I-2851, point 23].

- 23 En particulier, il ressort de la jurisprudence de la Cour et du Tribunal qu'une marque verbale qui est descriptive des caractéristiques de produits ou de services, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94, est, de ce fait, nécessairement dépourvue de caractère distinctif au regard de ces mêmes produits ou services, au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du même règlement (arrêts *Campina Melkunie*, précité, point 19; *Koninklijke KPN Nederland*, précité, point 86, et *TELEPHARMACY SOLUTIONS*, précité, point 24).
- 24 Or, afin de démontrer qu'une marque qui ne se heurte pas au motif de refus énoncé à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement est néanmoins dépourvue de caractère distinctif au sens de la même disposition, sous b), l'OHMI doit exposer les raisons pour lesquelles il estime que cette marque est dépourvue de caractère distinctif (arrêt *SAT.1*, point 42).
- 25 Il ressort de la décision attaquée (points 10 à 12) que la chambre de recours a rejeté le recours au motif que l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 faisait obstacle à l'enregistrement de la marque verbale *CELLTECH*, cette dernière étant susceptible d'être perçue, immédiatement et sans ambiguïté, comme un terme désignant des activités relevant du domaine de la technologie cellulaire, ainsi que des produits, des appareils et du matériel utilisés dans le cadre de ces activités ou résultant de ces activités. La chambre de recours a indiqué que le signe *CELLTECH*, qui consiste en la combinaison du mot anglais «cell» et de l'abréviation anglaise «tech», tous deux dépourvus individuellement de caractère distinctif, ne représenterait rien d'autre que l'addition de ces deux composantes. Selon la chambre de recours, «l'ordre des mots correspond à une utilisation correcte, sur le plan syntaxique, des deux mots 'cell technology' (technologie cellulaire)», «[c]e qui veut dire que le terme ne fait que véhiculer le sens littéral des deux mots séparés». Selon la chambre de recours, le public ciblé concevra le signe verbal *CELLTECH* «comme

une indication du type de produits et de services que le signe désigne plutôt que comme un indicateur d'origine». En conséquence, la chambre de recours a considéré que le lien entre les produits et les services couverts par la demande d'enregistrement et la marque n'était pas suffisamment indirect pour conférer à la marque le degré minimal de caractère distinctif intrinsèque requis en vertu de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.

- 26 Ainsi, la chambre de recours a estimé, en substance, que le signe CELLTECH n'était pas distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 au motif qu'il serait perçu par le public pertinent comme un terme descriptif du type de produits et de services concernés.
- 27 Il convient donc d'examiner d'abord si la chambre de recours a démontré que le signe verbal dont l'enregistrement a été demandé était descriptif des produits et services revendiqués. Dans l'affirmative, la décision attaquée devrait être confirmée, en vertu de la jurisprudence mentionnée au point 23 ci-dessus, selon laquelle tout signe descriptif est nécessairement dépourvu de caractère distinctif. Si, au contraire, le signe en cause n'est pas descriptif des produits et des services visés par la demande d'enregistrement, il conviendra, conformément à l'arrêt SAT.1, de vérifier si la chambre de recours a avancé d'autres arguments pour conclure que le signe demandé était dépourvu de caractère distinctif.
- 28 Selon la jurisprudence, tant le caractère distinctif [arrêts de la Cour du 21 octobre 2004, OHMI/Erpo Möbelwerk, C-64/02 P, Rec. p. I-10031, point 43, et du Tribunal du 20 mars 2002, DaimlerChrysler/OHMI (TELE AID), T-355/00, Rec. p. II-1939, point 51] que le caractère descriptif [arrêt du Tribunal du 20 mars 2002, DaimlerChrysler/OHMI (CARCARD), T-356/00, Rec. p. II-1963, point 25] d'un signe doivent être appréciés, d'une part, par rapport aux produits ou aux services pour lesquels l'enregistrement est demandé et, d'autre part, par rapport à la perception qu'en a le public pertinent.

- 29 À cet égard, il y a lieu de relever, tout d'abord, que les produits et les services visés par la demande de marque relèvent du domaine pharmaceutique.
- 30 En conséquence, ainsi que l'OHMI l'a relevé à juste titre, c'est à bon droit que la chambre de recours a estimé que le public ciblé était constitué non seulement d'un public spécialisé de personnes issues du secteur médical, mais également du consommateur moyen, ce qui n'est pas contesté par la requérante.
- 31 En outre, en application de l'article 7, paragraphe 2, du règlement n° 40/94, le public ciblé pertinent par rapport auquel il convient d'apprécier le motif absolu de refus est non seulement le consommateur moyen anglophone, le signe en cause étant composé d'éléments de la langue anglaise, mais également l'ensemble des spécialistes du domaine médical, qui ont une connaissance des termes scientifiques dans leur domaine d'activités, et ce quelle que soit leur langue maternelle.
- 32 Il convient de relever encore que le signe verbal CELLTECH se compose de deux substantifs issus de la langue anglaise, dont le deuxième est repris sous la forme d'une abréviation. S'agissant de l'élément «cell», il est constant qu'il se réfère, dans le domaine de la biologie, à la plus petite unité d'un organisme capable de fonctionner de façon indépendante. De même, l'élément «tech» constitue l'abréviation usuelle du mot «technology» (technologie) et ne s'écarte donc pas, en tant qu'abréviation, des règles lexicales de la langue anglaise (voir, en ce sens, arrêt SAT.1, point 31).
- 33 Dès lors, il y a lieu de considérer qu'au moins une signification du signe verbal CELLTECH est «cell technology» (technologie cellulaire).

- 34 Quant à la nature du rapport existant entre le signe verbal CELLTECH et les produits et services concernés, la chambre de recours a considéré, au point 12 de la décision attaquée, que ce terme désignait des activités relevant du domaine de la technologie cellulaire, ainsi que des produits, des appareils et du matériel utilisés dans le cadre de ces activités ou résultant de ces activités.
- 35 Ainsi, il y a lieu d'examiner si la chambre de recours a démontré que le signe verbal CELLTECH, compris comme «cell technology», était descriptif des produits et des services concernés, relevant du domaine pharmaceutique.
- 36 À cet égard, il importe de noter que ni la chambre de recours ni l'OHMI n'ont exposé la signification scientifique de la technologie cellulaire. En effet, l'OHMI a seulement fourni en annexe à son mémoire en réponse un extrait du *Collins English Dictionary* reprenant les définitions des termes «cell» et «tech».
- 37 Or, ni la chambre de recours ni l'OHMI n'ont expliqué en quoi ces termes donneraient une information quant à la destination et à la nature des produits et des services visés par la demande d'enregistrement, notamment la manière dont ces produits et services seraient appliqués à la technologie cellulaire ou comment ils en résulteraient.
- 38 Certes, il est vrai que les produits et les services visés par la demande d'enregistrement sont en général des produits et des services pharmaceutiques et ont, de ce fait, un lien avec les corps qui sont composés de cellules. Toutefois, la chambre de recours n'a pas démontré que le public pertinent établira immédiatement et sans autre réflexion un rapport concret et direct entre les produits et les services pharmaceutiques revendiqués et le sens du signe verbal CELLTECH [voir, en ce sens, arrêt du Tribunal du 7 juin 2001, DKV/OHMI (EuroHealth), T-359/99, Rec. p. II-1645, point 35].

- 39 En outre, à supposer même que les produits et les services concernés puissent être utilisés dans un contexte fonctionnel impliquant la technologie cellulaire, ce fait ne suffirait pas pour conclure que le signe verbal CELLTECH peut servir pour désigner leur destination. En effet, une telle utilisation en constituerait, tout au plus, un des multiples domaines d'application, mais non pas une fonctionnalité technique (arrêt CARCARD, précité, point 40).
- 40 Il résulte des considérations qui précèdent que la chambre de recours n'a pas démontré que le terme «celltech», même pris comme signifiant technologie cellulaire, soit susceptible d'être perçu, immédiatement et sans ambiguïté, comme un terme désignant des activités relevant du domaine de la technologie cellulaire, ainsi que des produits, des appareils et du matériel utilisés dans le cadre de ces activités ou résultant de ces activités. Elle n'a pas non plus établi que le public ciblé le concevra uniquement comme une indication du type de produits et de services que le signe désigne.
- 41 En conséquence, il y a lieu de considérer que la chambre de recours n'a pas démontré que le signe verbal CELLTECH était descriptif des produits et des services pour lesquels l'enregistrement a été demandé.
- 42 Il convient donc d'examiner si la chambre de recours a avancé, dans la décision attaquée, d'autres arguments démontrant que le signe verbal en cause était dépourvu de caractère distinctif.
- 43 Il y a lieu de rappeler à cet égard que, s'agissant d'une marque composée de mots, un éventuel caractère distinctif peut être examiné, en partie, pour chacun de ses termes ou de ses éléments, pris séparément, mais doit, en tout état de cause, dépendre d'un examen de l'ensemble qu'ils composent. En effet, la seule circonstance que chacun de ces éléments, pris séparément, est dépourvu de caractère distinctif n'exclut pas que la combinaison qu'ils forment puisse présenter un caractère distinctif (voir, en ce sens, arrêt SAT.1, point 28).

- 44 Or, la chambre de recours n'a pas établi que le signe en cause, considéré dans son ensemble, ne permettrait pas au public ciblé de distinguer les produits et les services de la requérante de ceux qui ont une autre origine commerciale.
- 45 Au vu de tout ce qui précède, il y a lieu de considérer que la chambre de recours n'a pas démontré que la marque demandée se heurtait au motif de refus énoncé à l'article 7, paragraphe 1, sous c), du règlement n° 40/94. Étant donné que la chambre de recours n'a pas exposé d'autres raisons pour lesquelles elle aurait estimé que cette marque serait néanmoins dépourvue de caractère distinctif au sens de la même disposition, sous b), c'est à tort qu'elle a considéré que le signe verbal CELLTECH était dépourvu de caractère distinctif au sens de l'article 7, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94.
- 46 Il s'ensuit qu'il y a lieu d'accueillir le recours.

Sur les dépens

- 47 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 défenderesse ayant succombé, il y a lieu de la condamner aux dépens, conformément aux conclusions de la requérante.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (troisième chambre)

déclare et arrête:

- 1) **La décision de la deuxième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) du 19 mai 2003 (affaire R 659/2002-2) est annulée.**

- 2) **La partie défenderesse est condamnée aux dépens.**

Jaeger

Tiili

Czúcz

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 14 avril 2005.

Le greffier

H. Jung

Le président

M. Jaeger