

SENTENZA DEL TRIBUNALE (Quarta Sezione)  
12 dicembre 2002 \*

Nella causa T-39/01,

**Kabushiki Kaisha Fernandes**, con sede in Tokyo (Giappone), rappresentata dagli avv.ti R. Hacon, N. Phillips e I. Wood,

ricorrente,

contro

**Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (UAMI)**, rappresentato dalla sig.ra S. Laitinen, in qualità di agente,

convenuto,

\* Lingua processuale: l'inglese.

interveniente dinanzi al Tribunale:

Richard John Harrison, residente in Doncaster, South Yorkshire (Regno Unito),  
rappresentato dai sigg. M. Edenborough, barrister, e S. Pilling, solicitor,

avente ad oggetto il ricorso proposto contro la decisione 4 dicembre 2000  
(procedimento R 116/2000-1) della prima commissione di ricorso dell'Ufficio per  
l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli),

IL TRIBUNALE DI PRIMO GRADO  
DELLE COMUNITÀ EUROPEE (Quarta Sezione),

composto dal sig. M. Vilaras, presidente, dalla sig.ra V. Tiili e dal sig.  
P. Mengozzi, giudici,

cancelliere: J. Plingers, amministratore

visto il ricorso depositato nella cancelleria del Tribunale il 20 febbraio 2001,

visto il controricorso dell'UAMI, depositato nella cancelleria del Tribunale il  
15 giugno 2001,

visto il controricorso dell'interveniente, depositato nella cancelleria del Tribunale  
il 7 giugno 2001,

in seguito alla trattazione orale del 10 luglio 2002,

ha pronunciato la seguente

## Sentenza

### Contesto normativo

- 1 A termini dell'art. 43, nn. 2 e 3, del regolamento (CE) del Consiglio 20 dicembre 1993, n. 40/94, sul marchio comunitario (GU 1994, L 11, pag. 1), come modificato:

«2. Su istanza del richiedente, il titolare di un marchio comunitario anteriore che abbia presentato opposizione deve addurre la prova che nel corso dei cinque anni che precedono la pubblicazione della domanda di marchio comunitario, il marchio comunitario anteriore è stato seriamente utilizzato nella Comunità per i prodotti o i servizi per i quali è stato registrato, e sui quali si fonda l'opposizione, o che vi sono legittime ragioni per la non utilizzazione, purché a tale data il marchio anteriore fosse registrato da almeno cinque anni. In mancanza di tale prova, l'opposizione è respinta. Se il marchio comunitario anteriore è stato utilizzato solo per una parte dei prodotti o dei servizi per i quali è stato registrato, ai fini dell'esame dell'opposizione si intende registrato solo per tale parte dei prodotti o dei servizi.

3. Il paragrafo 2 si applica ai marchi nazionali anteriori (...), fermo restando che l'utilizzazione nella Comunità è sostituita dall'utilizzazione nello Stato membro in cui il marchio nazionale anteriore è tutelato».

- 2 La regola 22 del regolamento (CE) della Commissione 13 dicembre 1995, n. 2868, recante modalità di esecuzione del regolamento n. 40/94 (GU L 303, pag. 1), dispone:

«1. Nei casi in cui, a norma dell'articolo 43, paragrafi 2 o 3, del regolamento, l'opponente deve dimostrare l'utilizzazione (...), l'Ufficio invita l'opponente a fornire le prove entro un preciso termine. Se l'opponente non fornisce tale prova entro il termine stabilito, l'Ufficio rigetta l'opposizione.

2. Le informazioni, le prove e i documenti necessari per dimostrare l'utilizzazione sono costituiti da informazioni relative al luogo, al tempo, alla [estensione] e alla natura dell'utilizzazione del marchio anteriore per i prodotti e i servizi per i quali esso è registrato e sui quali si fonda l'opposizione e dalle relative informazioni, ai sensi del paragrafo 3.

3. Le prove consistono, in linea di principio, nella presentazione di documenti e campioni, come ad esempio imballaggi, etichette, listini di prezzi, cataloghi, fatture, fotografie, inserzioni su giornali e dichiarazioni scritte di cui all'articolo 76, paragrafo 1, lettera f), del regolamento.

4. Se le prove fornite a norma dei paragrafi 1, 2 e 3 non sono redatte nella lingua della procedura d'opposizione, l'Ufficio può chiedere all'opponente di fornirne una traduzione in tale lingua entro un preciso termine».

## Fatti

- 3 Il 29 ottobre 1996 la Richard John Harrison ha presentato una domanda di marchio comunitario all'Ufficio per l'armonizzazione nel mercato interno (marchi, disegni e modelli) (in prosieguo: l'«UAMI») a norma del regolamento n. 40/94.
- 4 Il marchio di cui si chiede la registrazione è il vocabolo HIWATT.
- 5 I prodotti per i quali viene chiesta la registrazione rientrano nella classe 9 ai sensi dell'Accordo di Nizza relativo alla classificazione internazionale dei prodotti e dei servizi ai fini della registrazione dei marchi, del 15 giugno 1957, come riveduto e modificato, e corrispondono alla seguente descrizione: «casce di amplificatori e altoparlanti; unità elettriche per effetti sonori; parti e accessori per tutti i suddetti articoli».
- 6 Il 16 marzo 1998 la domanda di marchio è stata pubblicata nel *Bollettino dei marchi comunitari* n. 18/98.
- 7 Il 27 aprile 1998 la ricorrente ha proposto opposizione alla domanda di marchio comunitario. I marchi anteriori fatti valere a sostegno dell'opposizione sono le registrazioni tedesca n. 1129761, francese n. 1674997 e italiana n. 18651 C/89 del vocabolo HIWATT registrato per prodotti rientranti nella classe 9 ai sensi dell'Accordo di Nizza e i marchi notori HIWATT in Germania, in Francia e in Italia. I prodotti per i quali il marchio anteriore tedesco n. 1129761 è stato registrato rientrano nella classe 9 ai sensi dell'Accordo di Nizza e corrispondono alla descrizione seguente: «apparecchi e strumenti tecnici ed elettronici (tutti

rientranti nella classe 9); apparecchi per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione del suono o delle immagini; altoparlanti; amplificatori e microfoni». I motivi fatti valere a sostegno dell'opposizione sono quelli di cui all'art. 8, n. 1, lett. b), e n. 5, del regolamento n. 40/94.

- 8 Su istanza del richiedente il marchio comunitario, la ricorrente è stata invitata ad addurre la prova della seria utilizzazione dei marchi anteriori ai sensi dell'art. 43, nn. 2 e 3, del regolamento n. 40/94 e della regola 22, n. 1, del regolamento n. 2868/95.
  
- 9 Entro il termine impartito dall'UAMI al fine di provare la seria utilizzazione dei marchi anteriori, la ricorrente ha presentato diversi documenti, e cioè una fattura in data 2 dicembre 1998, da cui risultava una spedizione dei prodotti HIWATT dalla Corea in Italia; estratti del catalogo universale Fernandes Guitars in lingua inglese che presentano un amplificatore HIWATT e menzionano un indirizzo in Giappone; diversi estratti di un opuscolo della Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno 1999 e 2000; la copertina e alcune pagine interne del catalogo ufficiale della Musikmesse/ProLight & Sound 1997 che cita, fra gli espositori della suddetta fiera, la ricorrente e la società HIWATT Amplification International; un catalogo HIWATT in lingua inglese risalente al 1997 che presenta amplificatori HIWATT e in cui figura un indirizzo negli Stati Uniti.
  
- 10 Con decisione 23 novembre 1999 la divisione di opposizione ha respinto l'opposizione in base all'art. 43, n. 2, del regolamento n. 40/94, con la motivazione che non erano stati provati né l'esistenza di marchi noti né la seria utilizzazione dei marchi registrati.
  
- 11 Il 19 gennaio 2000 la ricorrente ha presentato ricorso dinanzi alle commissioni di ricorso dell'UAMI, ai sensi dell'art. 59 del regolamento n. 40/94, contro la decisione della divisione di opposizione.

- 12 Il ricorso è stato respinto con decisione della prima commissione di ricorso 4 dicembre 2000 (in prosieguo: la «decisione impugnata»), notificata alla ricorrente il 14 dicembre 2000.
- 13 La commissione di ricorso ha considerato che le prove addotte dalla ricorrente erano insufficienti per dimostrare la seria utilizzazione dei marchi anteriori HIWATT in Francia, in Germania o in Italia.

### Conclusioni delle parti

- 14 La ricorrente conclude che il Tribunale voglia:
- annullare la decisione impugnata;
  - ordinare all'UAMI di rifiutare il marchio richiesto;
  - condannare l'UAMI alle spese.
- 15 L'UAMI conclude che il Tribunale voglia:
- respingere la domanda della ricorrente;

— condannare la ricorrente alle spese.

16 L'interveniente conclude che il Tribunale voglia:

— confermare le decisioni dell'UAMI;

— ingiungere all'UAMI di proseguire la procedura di registrazione;

— statuire sulle spese.

## In diritto

*Sulle domande della ricorrente e dell'interveniente volte a che il Tribunale ingiunga all'UAMI di adottare un determinato comportamento*

17 Con i secondi capi delle rispettive domande la ricorrente e l'interveniente chiedono al Tribunale di ordinare all'UAMI di rifiutare il marchio richiesto e di ingiungere a tale Ufficio di proseguire la procedura di registrazione.

- 18 Si deve ricordare in proposito che, ai sensi dell'art. 63, n. 6, del regolamento n. 40/94, l'UAMI è tenuto a prendere i provvedimenti necessari per conformarsi alla sentenza del giudice comunitario. Di conseguenza, non spetta al Tribunale rivolgere ingiunzioni all'UAMI, che deve invece trarre, esso stesso, le conseguenze dal dispositivo e dalla motivazione della presente sentenza. I secondi capi delle domande della ricorrente e dell'interveniente sono perciò irricevibili [sentenze del Tribunale 31 gennaio 2001, causa T-331/99, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/UAMI (Giroform), Racc. pag. II-433, punto 33, e 27 febbraio 2002, causa T-34/00, Eurocool Logistik/UAMI (EUROCOOL), Racc. pag. II-683, punto 12].

### *Sulla domanda di annullamento*

- 19 La ricorrente ha dichiarato, all'udienza, di contestare la decisione impugnata solo nella parte in cui questa non riconosce la seria utilizzazione del marchio anteriore tedesco n. 1129761 HIWATT. A sostegno del ricorso, la ricorrente deduce un motivo unico relativo alla violazione dell'art. 43, nn. 2 e 3, del regolamento n. 40/94.

### *Argomenti delle parti*

- 20 La ricorrente fa valere che, anche se la commissione di ricorso ha giustamente definito la nozione di seria utilizzazione di un marchio (al punto 25 della decisione impugnata), tale definizione non è stata correttamente applicata nel caso di specie.
- 21 Per quanto riguarda il catalogo di amplificatori HIWATT presentato, a suo dire, alle fiere di Francoforte sul Meno negli anni 1993-1997, la ricorrente ritiene che la commissione di ricorso, al punto 27 della decisione impugnata, abbia rifiutato

di tenerne conto in quanto è redatto in lingua inglese, il che costituisce un criterio sorprendente. Secondo la ricorrente, la fiera Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno nella quale i cataloghi sono stati distribuiti è una fiera internazionale e, pertanto, sembra logico che la maggior parte degli espositori, se non tutti, offra i propri cataloghi in inglese. Inoltre, neppure il fatto che il nome della fiera Musikmesse/ProLight & Sound non sia stampato nei suddetti cataloghi è sorprendente giacché non esiste alcun obbligo diretto a far stampare sui prospetti il nome della fiera in cui essi saranno distribuiti.

22 Di conseguenza, la ricorrente sostiene che la commissione di ricorso ha a torto ignorato il fatto che, con ogni probabilità, l'uso normale da parte dell'opponente, alle fiere di Francoforte sul Meno tenutesi tra il 1993 e il 1997, dei cataloghi dimostra una seria utilizzazione del marchio anteriore per commercializzare amplificatori.

23 La ricorrente assume che risulta chiaramente dagli elementi di prova presentati che un'impresa denominata HIWATT Amplification International disponeva di uno stand alla fiera di Francoforte sul Meno 1997 e che tale impresa era strettamente collegata alla ricorrente dato che esse avevano lo stesso indirizzo e numero di telefax. In proposito, la ricorrente osserva che è più che verosimile che la HIWATT Amplification International abbia fatto uso del marchio HIWATT, per amplificatori, nel suo stand in tale fiera commerciale, e ciò con il suo consenso. Pertanto, la ricorrente considera che sarebbe sorprendente immaginare che una siffatta utilizzazione del marchio costituisca un'utilizzazione artificiosa, effettuata al solo scopo di preservare la registrazione di questo.

24 La ricorrente conclude che la commissione di ricorso doveva tener conto di tutti questi elementi che dimostrano la seria utilizzazione del marchio tedesco HIWATT nel quinquennio che precede la pubblicazione della domanda di marchio contestata.

- 25 L'UAMI rileva che il criterio di una seria utilizzazione del marchio non è soddisfatto da un'utilizzazione fittizia, cioè un'utilizzazione intesa unicamente al mantenimento dei diritti del marchio. Il carattere serio dell'utilizzazione dipende dalla valutazione dell'insieme dei fatti propri di ciascuna causa. La prova della seria utilizzazione del marchio anteriore può essere accertata quando viene dimostrato che siano soddisfatte tutte le condizioni previste dalla regola 22, n. 2, del regolamento n. 2868/95 sulla base dell'insieme dei documenti giustificativi prodotti al riguardo.
- 26 Quanto ai documenti prodotti dalla ricorrente, l'UAMI considera, in primo luogo, che, anche se il catalogo HIWATT del 1997 descrive effettivamente la natura dell'utilizzazione, esso non soddisfa gli altri criteri previsti dalla regola 22, n. 2, del regolamento n. 2868/95 e in particolare quelli relativi al tempo, al luogo o all'estensione dell'utilizzazione. Quanto alla lingua in cui il catalogo è stato redatto, e cioè l'inglese, esso ritiene che questo aspetto abbia avuto un'influenza minima sulla decisione di rigetto dell'opposizione.
- 27 In secondo luogo, l'UAMI rileva che il catalogo della Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno 1997 si limita a indicare che la ricorrente e la società HIWATT Amplification International vi erano presenti. Per contro, esso non fornisce alcuna indicazione riguardante i prodotti esposti, il marchio apposto, il tempo o la portata dell'utilizzazione.
- 28 L'UAMI fa valere che esso non può accertare l'esistenza di una seria utilizzazione di un marchio attraverso probabilità, ma deve verificare se sia stata fornita la prova dell'utilizzazione. Quindi, esso afferma che, se la ricorrente avesse fatto una seria utilizzazione del suo marchio in Germania, niente le avrebbe impedito di trasmetterle documenti diversi da quelli riguardanti la sua presenza alla Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno.

- 29 L'UAMI conclude che gli elementi di prova, prodotti dalla ricorrente, non sono tali da dimostrare l'utilizzazione del marchio tedesco HIWATT e che quindi la decisione impugnata è corretta quanto al suo iter logico e alla sua conclusione.
- 30 L'interveniente sostiene che una seria utilizzazione significa più di un'utilizzazione simbolica. Esso rileva che la divisione di opposizione e la commissione di ricorso hanno tratto nel caso di specie la conclusione che s'impondeva alla luce dei fatti, e cioè che la ricorrente non ha dimostrato l'utilizzazione del marchio anteriore.
- 31 L'interveniente fa valere che la ricorrente non ha presentato prove dell'utilizzazione del marchio HIWATT apposto sui prodotti interessati dalla registrazione tedesca e che essa non ha prodotto una sola fattura di un prodotto venduto in Germania. Quindi, l'interveniente ritiene che la ricorrente non abbia fornito alcuna delle prove normalmente attese a sostegno della dimostrazione di una seria utilizzazione.
- 32 Per quanto riguarda il catalogo di amplificatori HIWATT, l'interveniente sostiene che la mancanza di qualsiasi timbro della Musikmesse/ProLight & Sound sui cataloghi è un indizio del fatto che essi non sono stati distribuiti nell'ambito di tale fiera.
- 33 Inoltre, l'interveniente ritiene che la coincidenza secondo cui la ricorrente e la società HIWATT Amplification International hanno lo stesso indirizzo e numero di telefax non possa assolutamente dimostrare che quest'ultima faccia uso del marchio controverso con il consenso della prima o che esista un collegamento tra di loro. Comunque, l'interveniente rileva che nessuna prova è stata fornita quanto all'utilizzazione da parte della HIWATT Amplification International del marchio anteriore.

## Giudizio del Tribunale

- 34 Ai sensi del nono 'considerando' del regolamento n. 40/94, è giustificato tutelare i marchi comunitari anteriori soltanto nella misura in cui siano effettivamente utilizzati. In conformità di tale 'considerando', l'art. 43, nn. 2 e 3, del regolamento n. 40/94 prevede che il richiedente un marchio comunitario può chiedere la prova che il marchio anteriore sia stato seriamente utilizzato sul territorio nel quale esso è protetto nei cinque anni che precedono la pubblicazione della domanda di marchio comunitario che ha formato oggetto di un'opposizione. Così, se l'opponente non prova che il marchio anteriore controverso sia stato effettivamente utilizzato sul mercato interessato, tale marchio non può giustificare il rifiuto di registrazione di un marchio comunitario.
- 35 In via preliminare, occorre constatare che il regolamento n. 40/94 non contiene una definizione della nozione di una seria utilizzazione di un marchio. La commissione di ricorso, al punto 25 della decisione impugnata, asserisce che occorre distinguere la seria utilizzazione dall'utilizzazione fittizia. Secondo la decisione impugnata, la seria utilizzazione presuppone un'utilizzazione effettiva del marchio al fine di commercializzare i prodotti o i servizi in questione, in contrapposizione ad un'utilizzazione fittizia unicamente destinata a conservare l'iscrizione del marchio nel registro a tal fine previsto.
- 36 Occorre anzitutto rilevare che una seria utilizzazione presuppone un'utilizzazione effettiva del marchio sul mercato interessato ai fini dell'identificazione di prodotti o servizi. Così si deve ritenere che una seria utilizzazione osti a qualsiasi utilizzazione minima e insufficiente per considerare che un marchio viene realmente ed effettivamente utilizzato su un determinato mercato. In proposito, anche se il titolare ha l'intenzione di utilizzare in maniera effettiva il suo marchio, ove quest'ultimo non sia obiettivamente presente sul mercato in maniera effettiva,

costante nel tempo e stabile nella configurazione del segno, di guisa che esso non possa essere percepito dai consumatori come un'indicazione dell'origine dei prodotti o dei servizi controversi, non sussiste una seria utilizzazione del marchio.

- 37 Pertanto, una seria utilizzazione di un marchio non osta soltanto ad un'utilizzazione artificiosa destinata a conservare il marchio registrato; tale utilizzazione presuppone che il marchio sia presente su una parte sostanziale del territorio nell'ambito del quale esso è protetto svolgendo in particolare la funzione essenziale che gli è propria, vale a dire quella di identificare l'origine commerciale del prodotto o del servizio, allo scopo di consentire al consumatore che acquista il prodotto o il servizio designato dal marchio in questione di fare, in occasione di un acquisto successivo, la medesima scelta, qualora l'esperienza si riveli positiva, oppure un'altra scelta, ove l'esperienza si riveli negativa [sentenza del Tribunale 27 febbraio 2002, causa T-79/00, Rewe-Zentral/UAMI (LITE), Racc. pag. II-705, punto 26].
- 38 Quanto ai criteri di valutazione di tale seria utilizzazione, occorre prendere in considerazione i fatti e le circostanze proprie del caso di specie alla luce del testo della regola 22, n. 2, del regolamento n. 2868/95, secondo il quale le informazioni e le prove destinate a indicare l'utilizzazione del marchio devono vertere sul luogo, sul tempo, sull'estensione e sulla natura di tale utilizzazione.
- 39 Occorre accertare se la ricorrente abbia provato dinanzi all'UAMI la seria utilizzazione del marchio HIWATT in Germania nel corso dei cinque anni che hanno preceduto la pubblicazione della domanda di marchio comunitario, e cioè tra il 16 marzo 1993 e il 16 marzo 1998, al fine di individuare i prodotti considerati dalla registrazione tedesca n. 1129761 [apparecchi e strumenti tecnici ed elettronici (tutti rientranti nella classe 9); apparecchi per la registrazione, la trasmissione, la riproduzione del suono o delle immagini; altoparlanti, amplificatori e microfoni].

- 40 Per quanto riguarda i documenti da essa prodotti come prova dell'utilizzazione, la ricorrente ha espressamente fatto riferimento nei suoi scritti solo al catalogo dei prodotti HIWATT del 1997 e ai documenti riguardanti la Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno.
- 41 Quanto al catalogo HIWATT, occorre constatare che esso non contiene tutti gli elementi necessari per provare l'utilizzazione del marchio anteriore. Infatti, il documento in questione è un prospetto (riguardante gli amplificatori HIWATT), redatto in inglese e risalente al 1997, secondo il quale i prodotti sono fabbricati negli Stati Uniti («made in USA») ed in cui figura un indirizzo negli Stati Uniti. Per contro, esso non contiene alcun elemento atto a dimostrare la commercializzazione dei prodotti sul mercato tedesco. La ricorrente sostiene che essa ha distribuito i cataloghi di cui trattasi alla Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno negli anni 1993-1997, ma essa non ha presentato alcuna prova che lo dimostri.
- 42 In proposito, il solo fatto provato da tale catalogo è l'esistenza di amplificatori recanti il marchio HIWATT. Cionondimeno, tale documento non fornisce alcuna prova che dimostri che tali cataloghi siano stati messi a disposizione del pubblico tedesco o che gli amplificatori in questione siano stati commercializzati o esposti in Germania.
- 43 Per quanto riguarda il catalogo ufficiale della Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno 1997 prodotto dalla ricorrente per provare la sua presenza nonché quella di una società denominata HIWATT Amplification International a tale fiera, esso non dimostra che i prodotti HIWATT siano stati esposti o offerti in vendita nell'ambito di tale fiera. Comunque, tale documento presuppone solo una presenza sporadica e occasionale di tali società sul mercato tedesco ma in nessun modo la loro presenza continua sul detto mercato.

- 44 Non essendo stato dimostrato che prodotti contrassegnati dal marchio HIWATT siano stati esposti o commercializzati in occasione di tale fiera, il fatto che la società HIWATT Amplification International abbia fatto uso del marchio tedesco HIWATT della ricorrente con il consenso, tacito o meno, di quest'ultima è irrilevante. Inoltre, l'utilizzazione del segno HIWATT come denominazione sociale non può considerarsi un uso di questo in quanto marchio per identificare i prodotti considerati dalla registrazione tedesca.
- 45 Pertanto, la presenza della ricorrente e della società HIWATT Amplification International alla Musikmesse/ProLight & Sound di Francoforte sul Meno 1997 può considerarsi soltanto come un indizio del loro possibile intento di entrare nel mercato tedesco, il che non prova un'utilizzazione costante, stabile ed effettiva del marchio HIWATT da parte della ricorrente atto a configurare una seria utilizzazione di tale marchio.
- 46 Infine, la ricorrente afferma ripetutamente che è più che verosimile che il marchio anteriore sia stato seriamente utilizzato sia da essa stessa sia dalla HIWATT Amplification International con il suo consenso. La ricorrente considera che sarebbe sorprendente ritenere che una siffatta utilizzazione del marchio costituisca un'utilizzazione artificiosa, effettuata unicamente allo scopo di preservare la registrazione di questo.
- 47 In proposito, si deve ritenere che la seria utilizzazione di un marchio non possa essere dimostrata da probabilità o da presunzioni ma debba basarsi su elementi concreti ed oggettivi che provino un'utilizzazione effettiva e sufficiente del marchio sul mercato interessato.

- 48 Da tutto quanto precede risulta che i documenti presentati dalla ricorrente all'UAMI a sostegno della sua dimostrazione di una seria utilizzazione del marchio HIWATT non comprendono le informazioni previste dalla regola 22, n. 2, del regolamento n. 2868/95, e cioè il luogo, il tempo, l'estensione e la natura dell'utilizzazione del marchio anteriore.
- 49 Dato che la ricorrente non ha dimostrato un'utilizzazione sia pur minima in Germania tra il 16 marzo 1993 e il 16 marzo 1998 del suo marchio tedesco n. 1129761 HIWATT per i prodotti per i quali tale marchio è registrato, si deve considerare che giustamente la commissione di ricorso ha ritenuto che non fosse stata provata la seria utilizzazione del detto marchio.
- 50 Occorre pertanto concludere che il ricorso dev'essere respinto.

### **Sulle spese**

- 51 Ai sensi dell'art. 87, n. 2, del regolamento di procedura, la parte soccombente è condannata alle spese se ne è stata fatta domanda. Poiché la ricorrente è rimasta soccombente, essa dev'essere condannata alle spese sostenute dall'UAMI e dall'interveniente, conformemente alle conclusioni di questi ultimi.

Per questi motivi,

IL TRIBUNALE (Quarta Sezione)

dichiara e statuisce:

- 1) Il ricorso è respinto.
- 2) La ricorrente è condannata alle spese.

Vilaras

Tiili

Mengozzi

Così deciso e pronunciato a Lussemburgo il 12 dicembre 2002.

Il cancelliere

H. Jung

Il presidente

M. Vilaras