

HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a cincea)

22 martie 2007 *

În cauza T-215/03,

SIGLA SA, cu sediul în Madrid (Spania), reprezentată de E. Armijo Chávarri,
avocat,

reclamantă,

împotriva

Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de domnii I. de Medrano Caballero și G. Schneider, în calitate de agenți,

pârât,

cealaltă parte în procedura care s-a aflat pe rolul camerei de recurs a OAPI fiind

Elleni Holding BV, cu sediul în Alphen aan de Rijn (Țările de Jos),

* Limba de procedură: spaniola.

având ca obiect o acțiune formulată împotriva deciziei Camerei a treia de recurs a OAPI din 1 aprilie 2003 (cauza R 1127/2000-3), privind procedura de opoziție între SIGLA SA și Elleni Holding BV,

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

compus din domnii M. Vilaras, președinte, F. Dehousse și D. Šváby, judecători,
grefier: doamna B. Pastor, grefier adjunct,

având în vedere cererea depusă la grefa Tribunalului la 13 iunie 2003,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 3 octombrie 2003,

având în vedere procedura orală și în urma ședinței din 14 noiembrie 2006,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

- ¹ La 7 februarie 1997, Elleni Holding BV a formulat o cerere de înregistrare a mărcii comunitare la 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), cu modificările ulterioare.

- 2 Marca pentru care s-a solicitat înregistrarea (denumită în continuare „marca solicitată”) este semnul verbal VIPS.
- 3 Produsele și serviciile pentru care s-a solicitat înregistrarea se încadrează în clasele 9, 35 și 42 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat, și corespund, pentru fiecare dintre clase, descrierii următoare:
 - „calculatoare și programe de calculator înregistrate pe benzi și discuri”, care se încadrează în clasa 9;
 - „consultanță în afaceri comerciale; servicii în domeniul prelucrării datelor înregistrate pe calculator”, care se încadrează în clasa 35;
 - „crearea de programe de calculator; servicii hoteliere, restaurante (servirea mesei), cafenele-restaurant”, care se încadrează în clasa 42.
- 4 Prin scrisoarea din 23 aprilie 1999, adresată OAPI, Elleni Holding a restrâns sfera serviciilor din clasa 42 cu privire la care a formulat cererea de înregistrare a mărcii comunitare la următoarele servicii: „crearea de programe de calculator destinate serviciilor hoteliere, restaurantelor (servirea mesei), cafenelelor-restaurant”. Prin scrisoarea din 26 aprilie 1999, OAPI a acceptat această restrângere.
- 5 Cererea de înregistrare a mărcii comunitare a fost publicată în *Buletinul mărcilor comunitare* nr. 46/99 din 14 iunie 1999.

- 6 La 14 septembrie 1999, Sigla SA a formulat opoziție împotriva înregistrării mărcii solicitate, în temeiul articolului 42 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94.
- 7 Opoziția s-a întemeiat pe marca verbală VIPS a reclamantei, înregistrată anterior în Spania pentru servicii care se încadrează în clasa 42 în sensul Aranjamentului de la Nisa și care corespundeau descrierii următoare: „servicii referitoare la aprovizionarea cu alimente și băuturi gata preparate; restaurante; restaurante tip autoservire; cantine, baruri, cafenele, servicii hoteliere” (denumită în continuare „marca anterioară”). Sigla a mai susținut că marca VIPS era de notorietate în Spania, în sensul articolului 6bis din Convenția de la Paris pentru protecția proprietății intelectuale din 20 martie 1883, revizuită ultima dată la Stockholm la 14 iulie 1967 și modificată la 28 septembrie 1979 (*Recueil des traités des Nations unies*, vol. 828, nr. 11847, p. 108), pentru „servicii de aprovizionare cu alimente și băuturi gata preparate; restaurante; servicii de baruri și cafenele; magazine de vânzare cu amănuntul de bunuri de consum și articole de cadouri, de produse alimentare, de articole de presă, de cărți, de produse audiovizuale, de materiale fotografice, de articole de parfumerie, de produse de întreținere, de vestimentație, de jucării și programe de calculator și magazine care asigură servicii precum oferirea de filme spre închiriere și dezvoltarea de fotografii”, în sensul articolului 8 alineatul (2) litera (c) din Regulamentul nr. 40/94. Opoziția a fost îndreptată împotriva tuturor produselor și a serviciilor la care se referă cererea de înregistrare a mărcii comunitare.
- 8 Motivele invocate în susținerea opoziției au fost cele vizate la articolul 8 alineatul (1) litera (b) și alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94.
- 9 La 18 februarie 2000, Elleni Holding a restrâns, în conformitate cu articolul 44 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, lista serviciilor din clasa 42 care fac obiectul cererii de înregistrare la „servicii de programe de calculator destinate serviciilor hoteliere, restaurantelor și cafenelelor”.

- 10 Prin decizia nr. 2221/2000 din 28 septembrie 2000, divizia de opoziție a OAPI a admis opoziția în ceea ce privește serviciile din clasa 42 și a respins-o în ceea ce privește produsele și serviciile din clasele 9 și 35. În esență, divizia de opoziție a apreciat că, întrucât serviciile acoperite de marca anterioară sunt diferite de produsele și la serviciile la care se referă marca solicitată, nu există niciun risc de confuzie, în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, în pofida identității dintre semnele în conflict. Cu toate acestea, divizia de opoziție a apreciat că articolul 8 alineatul (5) din regulamentul este aplicabil serviciilor din clasa 42, deoarece, pe de o parte, reclamanta a demonstrat că marca anterioară VIPS se bucură de un renume pe piața spaniolă și, pe de altă parte, marca solicitată ar putea obține un profit necuvenit din renumele mărcii anterioare sau ar putea aduce atingere acesteia, având în vedere legătura dintre cele două tipuri de servicii în discuție.
- 11 La 22 noiembrie 2000, Elleni Holding a formulat recurs împotriva deciziei diviziei de opoziție, în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94.
- 12 Prin decizia din 1 aprilie 2003 (denumită în continuare „decizia atacată”), comunicată reclamantei la data de 3 aprilie 2003, Camera a treia de recurs a admis recursul formulat de Elleni Holding și a anulat decizia diviziei de opoziție.
- 13 În esență, camera de recurs a considerat că reclamanta a demonstrat renumele mărcii sale anterioare în Spania, dar nu a prezentat motivele pentru care marca solicitată ar obține un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau ar aduce atingere acesteia. În consecință, deoarece nu a demonstrat că este întrunită una dintre premisele imperative ce rezultă din articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, respectivul articol nu este aplicabil în speță. Pe de altă parte, camera de recurs a apreciat că nu este necesar să analizeze argumentele prezentate de reclamantă în observațiile scrise în răspuns la recursul formulat de Elleni Holding și având ca obiect aplicarea, în speță, a articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, întrucât recursul s-a întemeiat numai pe articolul 8 alineatul (5) din regulamentul și, în consecință, obiectul său nu poate fi extins de către reclamantă prin observațiile sale în răspuns prezentate

camerei de recurs. Aceasta s-ar putea întâmpla numai în cazul introducerii de către reclamantă, în condițiile și în termenele prevăzute la articolul 59 din Regulamentul nr. 40/94, a unui recurs separat, care să aibă ca obiect anularea parțială a deciziei diviziei de opoziție.

Concluziile părților

14 Reclamanta a solicitat Tribunalului:

- anularea deciziei atacate;
- obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

15 OAPI a solicitat Tribunalului:

- respingerea acțiunii în ceea ce privește motivul întemeiat pe încălcarea articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94;
- obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

16 În ceea ce privește motivul de anulare întemeiat pe încălcarea dreptului la apărare și a principiului disponibilității care rezultă din articolul 74 din Regulamentul nr. 40/94, OAPI declară că lasă hotărârea la aprecierea Tribunalului, fără a formula concluzii în mod expres.

În drept

- 17 În susținerea acțiunii, reclamanta a invocat două motive. Primul motiv, invocat în principal, se întemeiază pe încălcarea articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94. Al doilea motiv, invocat în subsidiar, se întemeiază pe încălcarea dreptului la apărare și a principiului disponibilității prevăzut de articolul 74 din regulamentul.

Cu privire la primul motiv, întemeiat pe articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94

Argumentele părților

- 18 În primul rând, reclamanta contestă constatarea camerei de recurs în sensul că reclamanta nu ar fi formulat obiecții și nu ar fi prezentat probe privind faptele invocate, mai precis riscul ca utilizarea mărcii solicitate să aducă atingere mărcii anterioare sau să genereze un profit necuvenit de pe urma mărcii anterioare. Sub acest aspect, reclamanta face referire la anumite extrase din observațiile scrise pe care le-a prezentat diviziei de opoziție la 11 februarie și la 17 mai 2000, precum și din observațiile prezentate camerei de recurs în răspuns la recursul formulat de Elleni Holding.
- 19 Potrivit reclamantei, din aceste extrase rezultă că opoziția sa, în partea întemeiată pe articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, se sprijină pe următoarele considerente: în primul rând, reclamanta ar fi obținut recunoașterea mărcii sale anterioare ca o marcă de prestigiu și de calitate de către publicul spaniol și ar exista riscul ca „reprezentările” pozitive asociate acestei mărci să fie transferate de consumatori la produsele societății Elleni Holding. În al doilea rând, reclamanta ar fi

făcut investiții importante în publicitatea și în promovarea serviciilor sale pentru a difuza și a consolida marca sa, marca solicitată putând obține de pe urma acestora un profit necuvenit. În al treilea rând, Elleni Holding nu ar fi prezentat nicio probă pentru a demonstra legitimitatea utilizării mărcii solicitate. În al patrulea rând, riscul ca marca solicitată să își însușească prestigiul, reputația sau renumele mărcii anterioare ar fi accentuat de apropierea dintre domeniile comerciale la care se referă serviciile desemnate de marca solicitată. În consecință, condițiile de aplicare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 sunt întrunite în speță.

20 În al doilea rând, reclamantă arată că, astfel cum a constatat camera de recurs la punctul 44 din decizia atacată, folosirea condiționalului în textul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 („ar genera un profit necuvenit [...] sau [...] ar aduce atingere [...]”) indică faptul că o simplă probabilitate, bazată pe o analiză logică și deductivă, ar fi suficientă pentru a confirma existența unui profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare. Într-adevăr, nu ar putea fi solicitată proba materială a existenței profitului necuvenit, de vreme ce semnul contestat nu a fost încă înregistrat. Această abordare ar fi fost deja formulată și acceptată de Camera a treia de recurs în decizia din 25 aprilie 2001 (cauza HOLLYWOOD nr. R-283/1999-3).

21 În al treilea rând, reclamanta susține că în mod greșit camera de recurs a considerat că divizia de opoziție și-a întemeiat aprecierea cu privire la riscul prevăzut de articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 pe simpla legătură dintre serviciile la care se referă mărcile în conflict. Această legătură ar fi fost avută în vedere de divizia de opoziție exclusiv în scopul de a verifica existența unui astfel de risc. Potrivit reclamantei, organele OAPI recunosc că riscul de asociere între produsele vizate de semnele în conflict este un factor care poate accentua probabilitatea profitului necuvenit obținut de pe urma mărcii anterioare, astfel cum o demonstrează decizia nr. 1219/1999 din 15 noiembrie 1999 a diviziei de opoziție și decizia Camerei a treia de recurs a OAPI în cauza HOLLYWOOD, menționată la punctul precedent.

- 22 În al patrulea rând, reclamanta consideră că interpretarea pe care camera de recurs a dat-o, în speță, articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 este contrară dispozițiilor articolului 61 și următorului din regulamentul și hotărârii Tribunalului din 8 iulie 1999, Procter&Gamble/OAPI (BABY-DRY) (T-163/98, Rec., p. II-2382, punctul 43). În această privință, reclamanta consideră că, în cazul în care avea o îndoială cu privire la poziția reclamantei, camera de recurs ar fi trebuit să îi solicite, în conformitate cu articolul 61 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94, să o clarifice.
- 23 În al cincilea și cel din urmă rând, reclamanta a depus în fața Tribunalului deciziile nr. 531/2000 și nr. 621/2001 ale diviziei de opoziție a OAPI, pronunțate în cauze similare și care confirmă abordarea pe care reclamanta o susține în prezenta cauză cu privire la interpretarea articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94.
- 24 OAPI apreciază că în mod corect atât divizia de opoziție, cât și camera de recurs au constatat, pe de o parte, că semnele în conflict sunt identice și, pe de altă parte, că reclamanta a dovedit că marca sa invocată în opoziție a dobândit un renume în Spania pentru „servicii privind aprovizionarea cu alimente și băuturi gata preparate; restaurante tip autoservire, cantine, baruri, cafenele” din clasa 42.
- 25 Totodată, camera de recurs ar fi considerat în mod întemeiat că proba profitului pe care marca solicitată l-ar obține în mod necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau din atingerea adusă acestora, în sensul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, se poate baza pe probabilități. Cu toate acestea, astfel cum a menționat camera de recurs, reclamanta nu ar fi adus argumente convingătoare de natură să dovedească un astfel de risc, nici în cadrul observațiilor din 11 februarie și 17 mai 2000, prezentate diviziei de opoziție, și nici în cadrul observațiilor în răspuns la recursul formulat de Elleni Holding. În consecință, camera de recurs nu a comis nicio eroare în analiza sa privind aplicarea articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 în speță.

- 26 OAPI recunoaște că trimiterea pe care reclamanta a făcut-o în observațiile din 11 februarie 2000 prezentate diviziei de opoziție la investițiile și la activitățile sale promoționale, care au condus la o cunoaștere extinsă a mărcii invocate în opoziție, constituie un element util pentru a dovedi renumele acestei mărci. Totuși, reclamanta nu ar fi explicat în ce constă legătura dintre acest element și cererea de înregistrare prezentată de Elleni Holding. În ceea ce privește argumentul reclamantei în sensul că Elleni Holding nu ar fi dovedit existența unui motiv întemeiat pentru utilizarea mărcii solicitate, OAPI subliniază că era obligația reclamantei, în calitatea sa de parte împotriva căreia s-a formulat opoziție la înregistrarea mărcii solicitate, să indice care sunt elementele obiective din care se deduce aplicarea articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 în speță.
- 27 OAPI menționează că susține concluzia camerei de recurs potrivit căreia legătura invocată de reclamantă dintre serviciile la care se referă marca anterioară și cele la care se referă marca solicitată nu este în sine suficientă pentru a deduce existența unui risc de profit necuvenit de pe urma mărcii anterioare sau a unui prejudiciu cauzat acesteia. Sub acest aspect, OAPI indică faptul că, potrivit reclamantei înseși, legătura dintre serviciile la care se referă semnele în conflict ar fi numai un element de natură să accentueze probabilitatea unui astfel de risc. Or, existența unui astfel de risc nefiind demonstrată în niciun fel, nu s-ar pune problema vreunei accentuări a riscului respectiv.
- 28 De altfel, faptul că Elleni Holding a restrâns sfera serviciilor din clasa 42 la care se referă marca solicitată (a se vedea punctul 9 de mai sus) ar demonstra atât lipsa intenției sale de a obține un profit necuvenit de pe urma mărcii anterioare, cât și improbabilitatea riscului ca utilizarea mărcii solicitate să aducă atingere mărcii anterioare.
- 29 În ceea ce privește argumentul reclamantei potrivit căruia camera de recurs trebuia să o invite să își clarifice poziția în privința riscului menționat, OAPI susține că respectiva cameră de recurs nu ar fi responsabilă pentru lacunele opoziției formulate de reclamantă. Potrivit OAPI, camera de recurs se limitează, în conformitate cu articolul 74 din Regulamentul nr. 40/94, să examineze motivele invocate de părți în

procedura de opoziție și orice indicație pe care ar da-o uneia sau alteia dintre părți în privința elementelor de fapt sau de drept care lipsesc ar aduce atingere intereselor celeilalte și, în consecință, ar constitui o încălcare a principiului contradictorialității, care este aplicabil procedurii *inter partes* din fața OAPI.

- 30 În orice caz, OAPI arată că, în memoriul său din 3 ianuarie 2001, care conține motivele recursului formulat în fața camerei de recurs, Elleni Holding a invocat lipsa argumentației prin care reclamanta ar dovedi profitul pe care utilizarea mărcii solicitate l-ar genera în mod necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau din atingerea adusă acestora. În consecință, reclamanta nu ar putea susține că nu avea cunoștință de acest argument, pentru care a formulat, de altfel, și observații în răspuns la recursul formulat de Elleni Holding.

Aprecierea Tribunalului

- 31 În primul rând, se cuvine amintit că, potrivit articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, „[I]a opoziția titularului unei mărci anterioare în înțelesul alineatului (2), se respinge înregistrarea mărcii solicitate, de asemenea, în cazul în care este identică sau similară cu marca anterioară și în cazul în care este destinată să fie înregistrată pentru produse sau servicii care nu sunt similare celor pentru care este înregistrată marca anterioară, atunci când, în cazul unei mărci comunitare anterioare, aceasta este de notorietate [a se citi „se bucură de renume”] în cadrul Comunității și, în cazul unei mărci naționale anterioare, este de notorietate [a se citi „se bucură de renume”] în respectivul stat membru și în cazul în care utilizarea fără un motiv întemeiat a mărcii solicitate ar genera un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau în cazul în care ar aduce atingere acestora”.
- 32 Modul de redactare a dispoziției menționate face referire la o marcă solicitată pentru produse sau servicii care nu sunt identice sau similare celor la care se referă marca

anterioară. Cu toate acestea, în cadrul unei întrebări preliminare referitoare la interpretarea articolului 5 alineatul (2) din Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO L 40, 1989, p.1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92), al cărei conținut normativ este, în esență, identic cu articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, Curtea a hotărât că, având în vedere cadrul general și obiectivele sistemului în care se înscrie articolul 5 alineatul (2), interpretarea dată acestei prevederi nu trebuie să aibă drept consecință un nivel de protecție mai scăzut al mărcilor renumite în cazul utilizării unui semn pentru produse sau servicii identice sau similare decât în cazul utilizării unui semn pentru produse sau servicii care nu sunt similare. Altfel spus, potrivit interpretării date de Curte, marca renumită trebuie să beneficieze, în cazul utilizării unui semn pentru produse sau servicii identice sau similare, de o protecție cel puțin la fel de extinsă ca în cazul utilizării unui semn pentru produse sau servicii care nu sunt similare (hotărârea Curții din 9 ianuarie 2003, Davidoff, C-292/00, Rec., p. I-389, punctele 24-26, și hotărârea Curții din 23 octombrie 2003, Adidas-Salomon și Adidas Benelux, C-408/01, Rec., p. I-12537, punctele 19-22).

33 În consecință, articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie interpretat, prin analogie, în sensul că poate fi invocat în susținerea unei opoziții formulate atât împotriva unei cereri de înregistrare a mărcii comunitare pentru produse și servicii care nu sunt identice sau similare celor la care se referă marca anterioară, cât și împotriva unei cereri de înregistrare a mărcii comunitare pentru produse identice sau similare celor la care se referă marca anterioară.

34 Din modul de redactare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 rezultă, de asemenea, că aplicarea acestuia este supusă următoarelor condiții: în primul rând, identitatea sau similitudinea dintre mărcile în conflict, în al doilea rând, existența unui renume al mărcii anterioare invocate în opoziție și, în al treilea rând, existența riscului ca utilizarea fără un motiv întemeiat a mărcii solicitate să genereze un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau să aducă atingere acestora. Aceste condiții sunt cumulative, iar neîndeplinirea uneia dintre ele este suficientă pentru a face inaplicabilă prevederea amintită [hotărârea Tribunalului din 25 mai 2005, Spa Monopole/OAPI – Spa-Finders Travel Arrangements (SPA FINDERS), T-67/04, Rec., p. II-1825, punctul 30].

35 Pentru a defini mai bine riscul la care se referă articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, trebuie menționat că prima funcție a unei mărci constă incontestabil în „indicarea originii” (a se vedea considerentul al șaptelea al Regulamentului nr. 40/94). Nu este mai puțin adevărat că marca acționează și ca un mijloc de transmitere a altor mesaje, privind, mai ales, calitățile sau caracteristicile specifice ale produselor și ale serviciilor la care se referă ori imaginile și senzațiile pe care le proiectează, ca, de exemplu, luxul, stilul de viață, exclusivitatea, aventura, tinerețea. În acest sens, marca are o valoare economică intrinsecă autonomă și distinctă de cea a produselor sau a serviciilor pentru care a fost înregistrată. Mesajele pe care le transmite mai ales o marcă renumită sau mesajele asociate ei îi conferă acesteia o valoare importantă și demnă de protecție, cu atât mai mult cu cât, în majoritatea cazurilor, renumele unei mărci este rezultatul unor eforturi și ale unor investiții considerabile din partea titularului. În acest mod, articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 asigură protecția unei mărci renumite în raport cu orice cerere de înregistrare a mărcii identice sau similare care ar putea aduce atingere imaginii sale, chiar dacă produsele sau serviciile la care se referă marca solicitată nu sunt similare celor pentru care marca renumită anterioară a fost înregistrată.

36 Cea de a treia condiție, enumerată la punctul 34 de mai sus, trebuie analizată în funcție de trei tipuri distincte de risc: în primul rând, acela că utilizarea fără motiv întemeiat a mărcii solicitate ar aduce atingere caracterului distinctiv al mărcii anterioare, în al doilea rând, că ar aduce atingere renumelui mărcii anterioare sau, în al treilea rând, că ar genera un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare [hotărârea SPA FINDERS, punctul 34 de mai sus, punctele 43-53; a se vedea, de asemenea, prin analogie, concluziile avocatului general Jacobs prezentate în cauza Adidas-Salomon și Adidas Benelux, punctul 32 de mai sus (Rec., p. I-12540), punctele 36-39]. Având în vedere modul de redactare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, este suficient să existe unul singur dintre tipurile de risc menționate mai sus pentru ca această prevedere să devină aplicabilă. Astfel, cea de a treia dintre condițiile cumulative menționate la punctul 34 de mai sus se descompune în trei tipuri de risc pe care le prevede în mod alternativ.

37 Mai întâi, referitor la atingerea pe care utilizarea fără motiv întemeiat a mărcii solicitate ar aduce-o caracterului distinctiv al mărcii anterioare, această atingere se poate produce atunci când marca anterioară nu mai este în măsură să determine o

asociere imediată cu produsele pentru care a fost înregistrată și folosită (hotărârea SPA-FINDERS, punctul 34 de mai sus, punctul 43). Prin urmare, acest risc se referă la „diluarea” sau „erodarea progresivă” a mărcii anterioare prin dispersarea identității și a influenței sale în conștiința publicului (concluziile avocatului general Jacobs prezentate în cauza Adidas-Salomon și Adidas Benelux, punctul 36 de mai sus, punctul 37).

38 Totuși, riscul de diluare este, în principiu, mai puțin ridicat dacă marca anterioară este reprezentată de un termen care este foarte răspândit și utilizat în mod frecvent, datorită semnificației pe care o are, independent de marca anterioară alcătuită din termenul respectiv. Într-o astfel de situație, este mai puțin probabil ca preluarea respectivului termen de către marca solicitată să conducă la o diluare a mărcii anterioare. Astfel, în hotărârea SPA-FINDERS, punctul 34 de mai sus (punctul 44), Tribunalul a hotărât că, deoarece termenul „spa” este folosit în mod frecvent pentru a desemna, de exemplu, orașul belgian Spa și circuitul belgian de automobile Spa-Francorchamps sau, mai general, spațiile destinate hidroterapiei, precum hamamul și sauna, riscul ca o altă marcă care cuprinde și elementul verbal „Spa” să aducă atingere caracterului distinctiv al mărcii SPA se reduce.

39 Apoi, referitor la atingerea adusă renumelui mărcii anterioare prin utilizarea fără motiv întemeiat a mărcii solicitate, trebuie amintit că ea există atunci când produsele sau serviciile la care se referă marca solicitată pot fi percepute de public într-o modalitate care să diminueze forța de impact a mărcii anterioare (hotărârea SPA-FINDERS, punctul 34 de mai sus, punctul 46). Riscul unei astfel de atingeri se produce mai ales atunci când produsele sau serviciile au o caracteristică sau o calitate susceptibilă de a influența negativ imaginea unei mărci anterioare renumite, datorită identității sau similitudinii sale cu marca solicitată.

40 În sfârșit, noțiunea de profit pe care utilizarea fără motiv întemeiat a mărcii solicitate l-ar genera în mod necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare cuprinde cazurile în care există o exploatare sau o parazitare evidentă a

unei mărci celebre sau o tentativă de a obține profit din reputația acesteia (hotărârea SPA-FINDERS, punctul 34 de mai sus, punctul 51). Cu alte cuvinte, este vorba despre riscul ca imaginea mărcii renumite sau caracteristicile pe care aceasta din urmă le proiectează să fie transferate produselor la care se referă marca solicitată, astfel încât comercializarea acestora să fie facilitată ca urmare a asocierii cu marca anterioară renumită.

- 41 Trebuie făcută distincția între acest din urmă tip de risc și riscul de confuzie la care se referă articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Potrivit unei jurisprudențe constante, riscul de confuzie se definește ca fiind riscul ca publicul să creadă că produsele sau serviciile pe care le desemnează marca solicitată provin de la aceeași întreprindere ca și cele pe care le desemnează marca anterioară sau, eventual, de la întreprinderi legate din punct de vedere economic [hotărârea Tribunalului din 23 octombrie 2002, Oberhauser/OAPI – Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Rec., p. II-4359, punctul 25; a se vedea, prin analogie, hotărârea Curții din 29 septembrie 1998, Canon, C-39/97, Rec., p. I-5507, punctul 29, și hotărârea Curții din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec., p. I-3819, punctul 17]. În schimb, în situațiile la care se referă articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, publicul interesat realizează o apropiere, cu alte cuvinte, stabilește o legătură între mărcile în conflict, fără însă a le confunda (a se vedea, prin analogie, hotărârea Adidas-Salomon și Adidas Benelux, punctul 32 de mai sus, punctul 29). Prin urmare, existența riscului de confuzie nu este o condiție de aplicare a acestei prevederi (a se vedea, prin analogie, hotărârea Curții din 11 noiembrie 1997, SABEL, C-251/95, Rec., p. I-6191, punctul 20).
- 42 În baza considerentelor de mai sus, diferența dintre riscul de profit necuvenit, în sensul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, și riscul de confuzie ar putea fi rezumată astfel: riscul de confuzie există în cazul în care consumatorul relevant poate fi atras de produsul sau de serviciul la care se referă marca solicitată întrucât consideră că este un produs sau un serviciu care are aceeași origine comercială cu cel la care se referă marca anterioară identică sau similară cu marca solicitată. În schimb, riscul ca utilizarea fără motiv întemeiat a mărcii solicitate să genereze profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare intervine în cazul în care consumatorul, fără să confunde neapărat originea comercială a produsului sau a serviciului respectiv, este atras de marca solicitată și va cumpăra produsul sau serviciul la care ea se referă deoarece acestea poartă respectiva marcă, identică sau similară cu marca anterioară renumită.

- 43 În al doilea rând, se cuvine analizat care sunt elementele pe care persoana care formulează opoziție, titulara unei mărci anterioare renumite, trebuie să le invoce în susținerea motivului de opoziție prevăzut la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94.
- 44 Sub acest aspect, trebuie amintit că, în conformitate cu articolul 74 alineatul (1) teza a doua din Regulamentul nr. 40/94, în cazul unei proceduri privind motivele relative de refuz al înregistrării, analiza OAPI se limitează la motivele invocate și la cererile introduse de părți. Această prevedere a fost interpretată în sensul că organele OAPI, inclusiv camera de recurs, atunci când se pronunță asupra unei proceduri de opoziție, pot să își întemeieze deciziile numai pe motivele relative de refuz și pe faptele sau probele aferente acestora care au fost invocate de respectiva parte [hotărârea Tribunalului din 23 septembrie 2003, Henkel/OAPI – LHS (UK) (KLEENCARE), T-308/01, Rec., p. II-3253, punctul 32, și hotărârea Tribunalului din 22 iunie 2004, Ruiz-Picasso și alții/OAPI – DaimlerChrysler (PICARO), T-185/02, Rec., p. II-1739, punctul 28].
- 45 Cu toate acestea, s-a considerat de asemenea că limitarea cadrului faptic al analizei opoziției nu exclude luarea în considerare, pe lângă faptele prezentate explicit de părți în cursul procedurii de opoziție, a faptelor notorii, mai precis a faptelor care pot fi cunoscute de orice persoană sau care pot fi cunoscute din surse general accesibile (hotărârea PICARO, punctul 44 de mai sus, punctul 29).
- 46 În plus, trebuie amintit că scopul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 nu este acela de a împiedica înregistrarea oricărei mărci identice sau similare cu marca renumită. Obiectivul acestei prevederi este, în special, de a permite titularului unei mărci anterioare renumite să se opună înregistrării unei mărci care poate fie să aducă atingere renumelui sau caracterului distinctiv al mărcii anterioare, fie să obțină profit necuvenit din acest renume sau din acest caracter distinctiv. În această privință, trebuie precizat că titularul mărcii anterioare nu este obligat să demonstreze existența unei atingeri efective și actuale a mărcii sale.

Totuși, acesta trebuie să furnizeze elementele care, la prima vedere, permit să se stabilească existența unui risc viitor, care nu este ipotetic, în privința profitului necuvenit sau a prejudiciului (hotărârea SPA FINDERS, punctul 34 de mai sus, punctul 40).

47 Existența unei legături între marca solicitată și marca anterioară este o condiție esențială pentru aplicarea articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94. Într-adevăr, atingerile la care se referă această prevedere, în cazul în care ele se produc, sunt consecința unui anumit grad de similitudine între marca solicitată și marca anterioară, datorită căruia publicul vizat realizează o apropiere între cele două mărci, cu alte cuvinte, stabilește o legătură între acestea (hotărârea SPA FINDERS, punctul 34 de mai sus, punctul 40). Existența acestei legături trebuie apreciată în mod global, ținând seama de toți factorii relevanți ai speței (a se vedea, prin analogie, hotărârea Adidas-Salomon și Adidas Benelux, punctul 32 de mai sus, punctele 29 și 30). În această privință, cu cât caracterul distinctiv și renumele mărcii anterioare sunt mai importante, cu atât existența unei atingeri va fi admisă cu mai multă ușurință (a se vedea, prin analogie, hotărârea Curtii din 14 septembrie 1999, General Motors, C-375/97, Rec., p. I-5421, punctul 30).

48 Rezultă din considerațiile de mai sus că persoana care formulează opoziția și care intenționează să se prevaleze de motivul relativ de refuz prevăzut la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 este obligată să indice marca anterioară pe care o invocă în opoziție și să dovedească renumele pe care pretinde că îl are. Având în vedere considerentele hotărârii General Motors, punctul 47 de mai sus (punctul 30), aplicabile în speță prin analogie, este posibil, mai ales în cazul unei opoziții întemeiate pe o marcă ce se bucură de un deosebit renume, ca probabilitatea unui posibil risc viitor, privind atingerea adusă sau profitul necuvenit pe care l-ar putea obține marca solicitată de pe urma mărcii invocate în opoziție, să fie atât de evidentă încât să nu mai fie necesar ca persoana care formulează opoziția să invoce sau să dovedească vreun alt element de fapt în acest scop. Totuși, nu se poate prezuma acest lucru în toate situațiile. Într-adevăr, este posibil ca, la prima vedere, marca solicitată să nu pară aptă să creeze vreunul dintre cele trei tipuri de risc prevăzute la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 în ceea ce privește marca anterioară renumită, în pofida identității sau a similitudinii sale cu aceasta din urmă. În acest caz, opoziția trebuie să fie respinsă ca neîntemeiată, cu excepția cazului în care un astfel de risc viitor de atingere sau de profit necuvenit poate fi dovedit cu sprijinul altor elemente, pe care persoana care formulează opoziția trebuie să le invoce sau să le dovedească.

49 În speță, trebuie constatat mai întâi că respectiva cameră de recurs nu a repus în discuție concluzia diviziei de opoziție potrivit căreia semnele în conflict sunt identice. În plus, camera de recurs a respins argumentele formulate de Elleni Holding referitoare la lipsa probelor concludente, din partea reclamantei, în privința renumelui mărcii anterioare în Spania și, astfel cum a procedat și divizia de opoziție, a recunoscut existența acestui renume pentru următoarele servicii din clasa 42: „servicii referitoare la aprovizionarea cu alimente și băuturi gata preparate; restaurante; restaurante tip autoservire; cantine, baruri, cafenele” (decizia atacată, punctul 31).

50 Camera de recurs a considerat deci că reclamanta a îndeplinit două dintre cele trei condiții de aplicare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94. Totuși, aceasta a apreciat că reclamanta nu a prezentat niciun argument sau element probatoriu care să demonstreze că utilizarea mărcii solicitate poate să uzurpe renumele mărcii anterioare sau să îi aducă atingere (decizia atacată, punctul 47). În această privință, camera de recurs, contrar celor reținute în decizia diviziei de opoziție, a arătat că singurul element pertinent invocat de reclamantă în acest scop, și anume existența unei simple legături între serviciile la care se referă mărcile în conflict, nu este suficient (decizia atacată, punctul 46). În consecință, camera de recurs a apreciat că opoziția formulată de reclamantă trebuie respinsă, întrucât nu este îndeplinită una dintre condițiile de aplicare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94.

51 Prin urmare, decizia atacată trebuie înțeleasă în sensul că respectiva cameră de recurs nu a identificat, în speță, existența riscului ca utilizarea mărcii solicitate să genereze un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau să aducă atingere acestora, în pofida identității dintre semnele în conflict și renumele mărcii anterioare.

52 Rezultă că, pentru a face aprecieri asupra legalității deciziei atacate, trebuie analizat dacă, în speță, există cel puțin unul dintre cele trei tipuri de risc prevăzute la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94. În scopul acestei analize, trebuie

verificat, mai întâi, dacă reclamanta a invocat în fața organelor OAPI, în afara pretenției legături existente între serviciile la care se referă cele două mărci în conflict, și alte elemente care puteau fi avute în vedere de camera de recurs în aprecierea riscurilor în discuție.

- 53 În cererea introductivă, reclamanta se referă la efortul publicitar considerabil depus pentru promovarea serviciilor sale, pentru difuzarea și consolidarea mărcii sale anterioare. Trebuie totuși constatat că acest element este relevant numai pentru a dovedi existența renumelui mărcii anterioare, care a fost recunoscut în cadrul deciziei atacate. În schimb, acest efort publicitar nu ar putea, în sine, să dovedească existența riscului ca utilizarea mărcii solicitate să genereze un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau să aducă atingere acestora, în sensul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, și, în consecință, nu este pertinent în cauză.
- 54 Reclamanta invocă totodată faptul că publicul spaniol recunoaște marca anterioară ca fiind „prestigioasă și de calitate”. În cererea sa introductivă, reclamanta citează un extras din observațiile sale prezentate la 11 februarie 2000 diviziei de opoziție, în care se referă la o publicitate sistematică a mărcii anterioare „asociată cu o calitate recunoscută a bunurilor și a serviciilor respective”. În aceleași observații, reclamanta menționează „elemente probatorii ale prestigiului și renumelui” mărcii sale anterioare („evidence of the prestige and reputation”).
- 55 Tribunalul constată că, în aceste observații, reclamanta descrie restaurantele VIPS ca fiind localuri caracterizate printr-un orar prelungit (de dimineața până la ora 3 a.m.), deschise zilnic, inclusiv duminica sau în zilele de sărbătoare, cu posibilitatea aproape neîntreruptă de servire a mesei și având un meniu comun pentru toate restaurantele. Reclamanta a redat, de altfel, mai multe extrase din articolele apărute în presă și citate din cărți, din care reiese că VIPS sunt percepute de publicul spaniol ca fiind locuri mai degrabă informale și de destindere, deosebit de atractive pentru tineri, de unde se poate procura mâncare și în care se pot face cumpărături la orice oră.

56 În plus, restaurantele VIPS erau amintite printre alte lanțuri de restaurante cu servire rapidă bine cunoscute sau prin contrast cu restaurantele de calitate, îndeosebi în extrasele următoare:

— „Plimbați-vă, dacă doriți, din Moncloa în Plaza de España, observând în trecere restaurantele McDonald's, VIPS și Pan's & Company”;

— „Fusese ales cu grijă un restaurant de calitate pentru distinșii invitați, dar Willy Banks și Al Oerter nu vroiau decât hamburgeri. Aceasta se întâmpla demult, dar lucrurile nu s-au schimbat. Anul trecut, Maurice Greene și-a sărbătorit recordul mondial printr-o ieșire în oraș pentru a mânca hamburgeri la ora unu din noapte la VIPS [...]”;

— „În privința restaurantelor, veți găsi la fața locului VIPS și Burger King”.

57 Trebuie menționat în această privință că, deși anumite mărci de lanțuri de restaurante cu servire rapidă beneficiază de un renume incontestabil, ele nu proiectează, în principiu și în lipsa unor probe contrare, imaginea unui prestigiu deosebit sau a unei calități ridicate, sectorul restaurantelor cu servire rapidă fiind asociat mai degrabă cu alte calități, precum rapiditatea sau disponibilitatea și, într-o oarecare măsură, cu tinerețea, deoarece mulți tineri frecventează această categorie de localuri.

58 Ținând cont de considerațiile de mai sus, referințele vagi și nesustținute pe care le-a făcut reclamanta în observațiile sale în fața diviziei de opoziție la „prestigiul și [la] reputația” sau la „calitatea recunoscută” a produselor și a serviciilor oferite de un restaurant VIPS nu constituie invocarea unei imagini de prestigiu sau de o calitate

deosebit de ridicată, care ar fi asociată mărcii anterioare VIPS. Într-adevăr, reclamanta pare să confunde, atât în observațiile prezentate OAPI, cât și în cererea sa introductivă, noțiunea de renume al mărcii cu aceea de prestigiu eventual sau cu calitățile specifice acesteia. Or, nu se poate prezuma că fiecare marcă renumită proiectează, prin simplul fapt al renumelui pe care îl are, o imagine de prestigiu sau de calitate superioară. Rezultă că în mod întemeiat decizia atacată nu a avut în vedere prestigiul asociat mărcii anterioare.

59 Dacă referirea la prestigiul deosebit al mărcii sale anterioare făcută de reclamantă în cererea sa ar trebui considerată o invocare a acestui element de fapt pentru prima dată în fața Tribunalului, trebuie amintit că acțiunea din fața Tribunalului are ca obiect controlul de legalitate a deciziilor camerelor de recurs ale OAPI, în sensul articolului 63 din Regulamentul nr. 40/94 [hotărârea Tribunalului din 5 martie 2003, Alcon/OAPI – Dr. Robert Winzer Pharma (BSS), T-237/01, Rec., p. II-411, punctul 61, hotărârea Tribunalului din 6 martie 2003, DaimlerChrysler/OAPI (Calandre), T-128/01, Rec., p. II-701, punctul 18, și hotărârea Tribunalului din 3 iulie 2003, Alejandro/OAPI – Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Rec., p. II-2251, punctul 67]. Acest control trebuie făcut în considerarea situației de fapt și de drept a litigiului, astfel cum aceasta a fost prezentată în fața camerei de recurs [hotărârea Tribunalului din 5 martie 2003, Unilever/OAPI (Tableta ovoidală), T-194/01, Rec., p. II-383, punctul 16, hotărârea Tribunalului din 22 octombrie 2003, Éditions Albert René/OAPI – Trucco (Starix), T-311/01, Rec., p. II-4625, punctul 70]. Rezultă că acest element de fapt nou trebuie respins ca inadmisibil, deoarece examinarea lui de către Tribunal ar depăși situația de fapt reținută în decizia atacată [a se vedea în acest sens hotărârea Starix, citată anterior, punctul 73, și hotărârea Tribunalului din 22 iunie 2004, „Drie Mollen sinds 1818”/OAPI – Nabeiro Silveria (Galáxia), T-66/03, Rec., p. II-1765, punctele 46 și 47].

60 În sfârșit, reclamanta susține că Elleni Holding nu a făcut dovada existenței unui motiv întemeiat pentru utilizarea mărcii solicitate. Totuși, în această privință, trebuie menționat că examinarea existenței a cel puțin unuia dintre cele trei tipuri de risc la care se referă a treia și cea din urmă condiție de aplicare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 trebuie, în mod logic, să fie anterioară aprecierii referitoare la eventualele „motive întemeiate”. Dacă se dovedește că niciunul dintre cele trei tipuri de risc nu există, înregistrarea și utilizarea mărcii solicitate nu poate fi împiedicată, existența sau absența motivelor întemeiate pentru utilizarea mărcii solicitate fiind, în acest caz, lipsită de relevanță.

61 Rezultă din considerațiile de mai sus că în mod întemeiat camera de recurs a apreciat, în decizia atacată, că singurul element pertinent invocat de reclamantă în susținerea motivului relativ de refuz prevăzut la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 îl reprezintă legătura dintre serviciile desemnate de cele două mărci în litigiu. Prin urmare, trebuie verificat dacă respectiva cameră de recurs a considerat pe bună dreptate că acest element nu era suficient pentru a dovedi existența a cel puțin unuia dintre cele trei tipuri de risc descrise mai sus și la care se referă această prevedere.

62 Mai întâi, referitor la riscul ca utilizarea mărcii solicitate să aducă atingere caracterului distinctiv al mărcii anterioare, cu alte cuvinte, riscul „diluării” sau al „erodării progresive” a acestei mărci, astfel cum a fost explicat la punctele 37 și 38 mai sus, trebuie amintit că termenul „VIPS” este forma de plural din limba engleză a prescurtării VIP (în engleză, „Very Important Person” înseamnă „persoană foarte importantă”), care are o utilizare largă și frecventă atât pe plan internațional, cât și pe plan național, pentru a desemna celebritățile. În aceste condiții, riscul atingerii aduse caracterului distinctiv al mărcii anterioare prin utilizarea mărcii solicitate poate fi considerat limitat.

63 Acest risc apare totodată cu atât mai puțin probabil în speță cu cât marca solicitată se referă la „crearea de programe de calculator destinate serviciilor hoteliere, restaurantelor (servirea mesei), cafenelelor-restaurant”, care sunt destinate unui public special și, în consecință, mai restrâns, adică proprietarilor respectivelor localuri. În consecință, dacă se încuviințează înregistrarea mărcii solicitate, ea va fi probabil cunoscută, ca urmare a utilizării, doar de acest public relativ restrâns, ceea ce diminuează riscul de diluare sau de erodare progresivă a mărcii anterioare prin descompunerea identității și a influenței sale în conștiința publicului.

64 Aceste considerații nu trebuie repuse în discuție din cauza pretensei legături existente între serviciile la care se referă cele două mărci în litigiu, pe care o invocă

reclamanta. Într-adevăr, astfel cum în mod întemeiat a menționat camera de recurs la punctul 46 din decizia atacată, respectiva legătură nu este relevantă în acest context, întrucât diluarea identității unei mărci renumite nu depinde de similitudinea dintre produsele sau serviciile la care se referă această marcă și cele vizate de marca solicitată.

65 Rezultă că decizia atacată constată în mod întemeiat inexistența riscului de diluare a caracterului distinctiv al mărcii anterioare prin utilizarea mărcii solicitate.

66 În al doilea rând, trebuie analizat riscul ca utilizarea mărcii solicitate să aducă atingere renumelui mărcii anterioare. Astfel, după cum s-a arătat la punctul 39 de mai sus, este vorba despre riscul ca asocierea mărcii anterioare renumite cu produsele sau serviciile identice sau similare la care se referă marca solicitată să conducă la o degradare sau la o alterare a mărcii anterioare, ca urmare a faptului că produsele sau serviciile la care se referă marca solicitată au o caracteristică sau o calitate specifică ce poate exercita o influență negativă asupra imaginii unei mărci anterioare renumite.

67 În această privință, trebuie constatat că serviciile la care se referă marca solicitată nu prezintă nicio caracteristică sau calitate care să poată demonstra probabilitatea ca mărcii anterioare să îi fie adusă o astfel de atingere. Reclamanta nu a invocat și, pe cale de consecință, nici nu a dovedit vreo caracteristică sau vreo calitate de această natură. Simpla existență a unei legături între serviciile la care se referă mărcile în conflict nu este nici suficientă, nici determinantă. Cu siguranță, existența unei astfel de legături mărește probabilitatea ca publicul să se gândească și la marca anterioară atunci când se confruntă cu marca solicitată. Totuși, această împrejurare nu este, prin ea însăși, suficientă pentru a diminua forța de impact a mărcii anterioare. Un astfel de rezultat se produce numai dacă se demonstrează că serviciile la care se referă marca solicitată prezintă caracteristici sau calități potențial prejudiciabile pentru renumele mărcii anterioare. Or, în speță nu s-a adus o astfel de probă.

- 68 În consecință, în mod întemeiat camera de recurs a conchis în sensul inexistenței riscului de a aduce atingere renumelui mărcii anterioare.
- 69 În sfârșit, trebuie apreciat riscul ca utilizarea mărcii solicitate să genereze un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare. Astfel cum s-a arătat la punctele 40-42 de mai sus, trebuie făcută distincția între acest risc și riscul de confuzie la care se referă articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, deoarece, în cazul riscului în discuție la care se referă alineatul (5) al aceluiași articol, publicul nu va confunda neapărat mărcile în litigiu.
- 70 În această privință, trebuie arătat că argumentul în sensul că publicul țintă al mărcii solicitate ar fi tentat să achiziționeze programul de calculator la care se referă această marcă întrucât consideră că provine de la renumitele restaurante VIPS sau că este utilizat de acestea se înscrie în cadrul aprecierii unui eventual risc de confuzie, la care se referă motivul relativ de refuz de la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, și nu alineatul (5) din același articol. Riscul de confuzie a fost într-adevăr invocat de reclamantă în susținerea opoziției, dar a fost înlăturat de divizia de opoziție și nu a fost reexaminat în decizia atacată, fapt contestat de reclamantă în al doilea motiv, analizat mai jos.
- 71 În schimb, riscul obținerii unui profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare se produce numai dacă publicul relevant, fără a confunda originea serviciilor la care se referă mărcile în litigiu, este atras în mod deosebit de programul de calculator produs de Elleni Holding prin simplul fapt că poartă denumirea unei mărci identice mărcii anterioare renumite VIPS.
- 72 Totuși, nu există în speță niciun element care să poată demonstra riscul evocat la punctul precedent. Astfel cum a arătat în mod întemeiat camera de recurs, legătura

între serviciile la care se referă mărcile în litigiu nu este, în sine, suficientă. Într-adevăr, pentru a putea admite că utilizarea mărcii solicitate generează un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare, chiar și atunci când nu există riscul de confuzie în privința originii comerciale a serviciilor în discuție, este necesară dovada asocierii mărcii solicitate cu anumite calități pozitive ale mărcii anterioare identice, calități care ar putea da naștere unei exploatare sau unei parazitări evidente din partea mărcii solicitate.

73 Or, întrucât reclamanta nu a prezentat caracteristicile speciale pe care consideră că le are marca sa anterioară și nici modalitatea în care acestea ar putea facilita comercializarea serviciilor la care se referă marca solicitată, caracteristicile care sunt în mod obișnuit asociate unei mărci renumite de lanțuri de restaurante cu servire rapidă, evocate la punctul 57 de mai sus, nu pot fi considerate, în sine, susceptibile să aducă un profit serviciilor de programe de calculator, chiar dacă acestea sunt destinate hotelurilor sau restaurantelor.

74 Aceasta cu atât mai mult cu cât serviciile la care se referă marca solicitată reprezintă o investiție importantă pentru proprietarii hotelurilor, restaurantelor și ai altor localuri de acest gen cărora le sunt destinate. Într-adevăr, pare puțin probabil ca identitatea dintre marca ce se referă la aceste servicii și marca anterioară renumită să exercite, în sine, o influență importantă asupra alegerii unuia sau a altuia dintre programele de calculator disponibile pe piață de către acest public restrâns și relativ specializat. Este mult mai probabil ca această alegere să fie făcută în funcție de alți factori esențiali și hotărâtori, cum ar fi costul fiecărui program de calculator propus, performanțele sau capacitățile sale informatice.

75 Rezultă din considerațiile de mai sus că în mod întemeiat decizia atacată a înlăturat și riscul ca utilizarea mărcii solicitate să genereze un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare.

76 Trebuie, de altfel, amintit, referitor la cele trei tipuri de risc analizate mai sus, că reclamanta însăși admite, în înscrisurile sale (a se vedea punctul 21 de mai sus), că legătura pe care o invocă între serviciile la care se referă cele două mărci în conflict servește numai la „verificarea” existenței riscului prevăzut la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94. Reclamanta recunoaște așadar că acest risc trebuie dovedit pe baza altor elemente și ar fi numai coroborat sau consolidat prin legătura între serviciile în discuție. Totuși, după cum tocmai s-a arătat, aceste elemente lipsesc cu desăvârșire în speță.

77 Nici argumentul întemeiat pe articolul 61 și următoarele din Regulamentul nr. 40/94 și pe hotărârea BABY-DRY, punctul 22 de mai sus (punctul 43), invocat de reclamantă, nu poate fi admis. Pe de o parte, în respectiva hotărâre, Tribunalul a arătat că din dispozițiile articolelor 61 și 62 din Regulamentul nr. 40/94, precum și din structura generală a regulamentului rezultă că nu îi era permis camerei de recurs să se limiteze la a respinge un argument nou al părții care a formulat recursul, prezentat pentru prima dată în stadiul recursului, pentru simplul motiv că acest argument nu a fost expus în fața organului inferior, ci camera era obligată fie să se pronunțe pe fond asupra respectivei probleme, fie să retrimită cauza organului inferior. Or, în speță, reclamanta, care nu este totuși partea care a formulat recursul în fața camerei de recurs, nici nu susține că ar fi prezentat un argument nou în fața acestei camere, pe care aceasta ar fi refuzat să îl ia în considerare.

78 Pe de altă parte, articolul 61 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 prevede că „[î]n cursul examinării căii de atac (a se citi «recursului»), camera de recurs invită părțile, ori de câte ori este necesar, să își prezinte, în termenul alocat, observațiile referitoare la notificările pe care aceasta le-a adresat sau la comunicările prezentate de celelalte părți”. Contrar a ceea ce susține reclamanta, această prevedere nu impune camerei de recurs obligația de a invita părțile să completeze cererile sau piesele aflate în fața camerei.

79 În sfârșit, referitor la deciziile organelor OAPI pronunțate în alte cauze, invocate de reclamantă, trebuie precizat că, deși nu poate fi exclusă posibilitatea ca părțile să invoce astfel de decizii cu simplul scop de a pune la dispoziția Tribunalului o sursă de inspirație pentru interpretarea dispozițiilor pertinente [a se vedea în acest sens hotărârea Tribunalului din 27 septembrie 2005, Cargo Partner/OAPI (CARGO PARTNER), T-123/04, Rec., p. II-3979, punctul 68, și hotărârea Tribunalului din 24 noiembrie 2005, Sadas/OAPI – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, Rec., p. II-4891, punctul 20], totuși nu este mai puțin adevărat că aprecierea legalității deciziilor camerelor de recurs trebuie făcută numai pe baza Regulamentului nr. 40/94, astfel cum a fost interpretat acesta de instanța comunitară, astfel că simpla încălcare, în cadrul unei decizii a camerei de recurs a OAPI, a practicii decizionale a organelor Oficiului nu poate constitui un motiv care să justifice anularea respectivei decizii [hotărârea Curții din 15 septembrie 2005, BioID/OAPI, C-37/03 P, Rec., p. I-7975, punctul 47, hotărârea Tribunalului din 5 decembrie 2002, Sykes Enterprises/OAPI (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS), T-130/01, Rec., p. II-5179, punctul 31, hotărârea BUDMEN, punctul 59 de mai sus, punctul 61, și hotărârea Tribunalului din 22 iunie 2005, Metso Paper Automation/OAPI (PAPERLAB), T-19/04, Rec., p. II-2383, punctul 39].

80 Având în vedere cele de mai sus, primul motiv invocat de reclamantă trebuie respins ca neîntemeiat.

Cu privire la al doilea motiv, întemeiat pe încălcarea dreptului la apărare și a principiului disponibilității, la care se referă articolul 74 din Regulamentul nr. 40/94.

Argumentele părților

81 Reclamanta susține că, prin refuzul de a analiza argumentele sale prezentate în observațiile în răspuns la recursul formulat de Elleni Holding și referitoare la

aplicarea în speță a articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, camera de recurs a încălcat dreptul său la apărare, precum și principiul disponibilității, la care se referă articolul 74 din regulament.

82 Potrivit reclamantei, în procedurile contradictorii din fața OAPI, efectul devolutiv al recursului în fața camerei de recurs este limitat, în temeiul articolului 74 din Regulamentul nr. 40/94, prin cererea de recurs și prin pretențiile părților. Or, în speță, din formularul de recurs depus de Elleni Holding ar rezulta că recursul a fost introdus cu privire la integralitatea deciziei diviziei de opoziție. Mai mult, în observațiile în fața camerei de recurs, reclamanta a contestat refuzul diviziei de opoziție de a aplica articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 în privința serviciilor din clasa 42, dar nu a făcut nicio susținere privind respingerea opoziției pentru clasele 9 și 35.

83 Ar rezulta că obiectul recursului l-ar constitui analiza aplicării, în privința opoziției formulate de reclamantă, a articolului 8 alineatul (1) litera (b) și a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, cu referire la serviciile din clasa 42. O eventuală greșeală a Elleni Holding, care nu și-a limitat recursul în fața camerei de recurs numai la partea din decizia diviziei de opoziție care îi era defavorabilă, nu ar putea fi rectificată din oficiu de camera de recurs. Dacă aceasta din urmă avea îndoieli asupra acestei probleme, ea trebuia să se adreseze, pentru clarificări, reclamantei care a formulat recursul, în conformitate cu norma 49 din Regulamentul (CE) nr. 2868/95 al Comisiei din 13 decembrie 1995 de punere în aplicare a Regulamentului nr. 40/94 (JO L 303, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 189).

84 Reclamanta apreciază că poziția sa se coroborează cu decizia pronunțată la 23 ianuarie 2001 de Camera a treia de recurs a OAPI (cauza R 158/2000-3), menționată

la punctul 23 al deciziei atacate, precum și cu decizia din 3 iulie 2000 a aceleiași camere (cauza R 198/1999-3), decizii care admit că observațiile pârâtei pot avea ca efect extinderea obiectului litigiului dacă partea care a formulat recursul acceptă acest lucru.

85 Cu titlu introductiv, OAPI menționează că, în observațiile în răspuns la recursul formulat de Elleni Holding în fața camerei de recurs, reclamanta a solicitat respingerea recursului și confirmarea refuzului de înregistrare a mărcii solicitate. În susținerea acestui capăt de cerere, reclamanta a invocat argumente care vizau, pe de o parte, respingerea argumentelor formulate de Elleni Holding în privința încălcării articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 și, pe de altă parte, aplicabilitatea în speță a articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

86 OAPI susține că nu există nicio prevedere care să permită celeilalte părți în fața camerei de recurs să prezinte concluzii sau motive autonome în observațiile sale în răspuns la recurs. În lipsa unei astfel de prevederi, camera de recurs ar fi considerat că, în speță, partea ale cărei concluzii nu au fost admise în întregime de organul inferior al OAPI trebuie să formuleze recurs separat în fața camerei de recurs pentru a ataca partea din decizie care o prejudiciază.

87 Potrivit OAPI, această situație ar fi diferită de cea care se aplică în fața Tribunalului, întrucât în temeiul articolului 134 alineatul (3) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, părțile din cadrul procedurii care s-a aflat pe rolul camerei de recurs, altele decât reclamantul, pot să formuleze, în fața Tribunalului, concluzii care vizează anularea sau reformarea deciziei camerei de recurs în privința unui punct care nu a fost indicat în cerere și să invoce motive care nu au fost arătate în cerere. OAPI menționează de asemenea, cu titlu de exemplu, anumite dispoziții din dreptul

spaniol care au un efect asemănător cu cel al articolului 134 alineatul (3) din Regulamentul de procedură. OAPI semnalează totuși că și camerele de apel ale Oficiului European de Brevete, care beneficiază de o reglementare asemănătoare Regulamentului nr. 40/94, adoptă o poziție similară celei din decizia atacată.

88 În ceea ce privește poziția adoptată de camera de recurs, OAPI supune analizei următoarele elemente: în primul rând, Oficiul se referă la articolul 58 din Regulamentul nr. 40/94, potrivit căruia orice parte la o procedură care a avut drept rezultat o decizie poate introduce recurs împotriva respectivei decizii atât timp cât prin aceasta din urmă nu i-au fost admise pretențiile. Potrivit OAPI, având în vedere această dispoziție, în speță ar putea să apară o îndoială în privința admisibilității recursului formulat de reclamantă împotriva deciziei diviziei de opoziție, întrucât aceasta din urmă a admis pretențiile reclamantei. Dacă nu i s-ar permite reclamantei să formuleze un recurs separat împotriva deciziei diviziei de opoziție, poziția adoptată de camera de recurs ar putea aduce atingere dreptului la apărare al reclamantei, deoarece decizia diviziei de opoziție prin care au fost admise pretențiile reclamantei a fost anulată fără să se mai pronunțe camera de recurs asupra unui alt motiv respins în mod definitiv de divizia de opoziție.

89 În consecință, este exagerat să se solicite părții căreia i-au fost admise pretențiile să formuleze recurs împotriva respingerii unuia dintre argumentele sale numai pentru a se proteja împotriva riscului ipotetic ca partea căreia i-au fost respinse pretențiile să formuleze recurs.

90 În al doilea rând, OAPI consideră că observațiile reclamantei în fața camerei de recurs nu au avut ca scop să introducă un recurs cu obiect diferit, ci numai să se opună pretențiilor formulate de Elleni Holding în fața acestui organ, pentru a reduce riscul de anulare a deciziei de opoziție. Prin urmare, analiza argumentului reclamantei întemeiat pe pretinsa încălcare a articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu ar fi putut avea ca efect o *reformatio in pejus* a deciziei diviziei de opoziție.

- 91 În al treilea rând, OAPI apreciază că trebuie analizată poziția adoptată de camera de recurs în privința efectului devolutiv al recursului, prevăzut la articolul 61 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, precum și în privința principiului disponibilității, la care se referă articolul 74 alineatul (1) din regulament.
- 92 În al patrulea rând, OAPI menționează că, în orice sistem jurisdicțional, atribuțiile instanțelor superioare sunt mai restrânse decât cele ale instanțelor inferioare ale căror decizii sunt supuse controlului legalității. Or, poziția adoptată de camera de recurs în speță, analizată în lumina dispozițiilor articolului 134 alineatul (3) din Regulamentul de procedură, ar presupune ca Tribunalul să beneficieze de atribuții superioare celor ale camerelor de recurs în ceea ce privește stabilirea obiectului litigiului, ceea ce, în opinia OAPI, ar fi cel puțin neobișnuit.
- 93 În consecință, OAPI declară că lasă la aprecierea Tribunalului hotărârea cu privire la al doilea motiv invocat de reclamantă și apreciază că, în ipoteza în care Tribunalul consideră întemeiat acest motiv, cauza ar trebui trimisă camerei de recurs pentru a se pronunța cu privire la aplicarea motivului relativ de refuz prevăzut la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

Aprecieră Tribunalului

- 94 Tribunalul amintește cu titlu introductiv că, dacă OAPI nu dispune de calitatea procesuală activă necesară pentru a introduce o acțiune împotriva unei decizii a unei camere de recurs, acesta nu poate fi obligat să apere în mod sistematic orice decizie atacată a unei camere de recurs sau să solicite în mod obligatoriu respingerea oricărei acțiuni îndreptate împotriva unei astfel de decizii și că poate, mai ales, să lase hotărârea la aprecierea Tribunalului, prezentând însă toate argumentele pe care

le consideră adecvate pentru lămurirea Tribunalului [hotărârea Tribunalului din 30 iunie 2004, GE Betz/OAPI — Atofina Chemicals (BIOMATE), T-107/02, Rec., p. II-1845, punctele 34 și 36, hotărârea Tribunalului din 25 octombrie 2005, Peek & Cloppenburg/OAPI (Cloppenburg), T-379/03, Rec., p. II-4633, punctul 22, și hotărârea Tribunalului din 1 februarie 2006, Dami/OAPI – Stilton Cheese Makers (GERONIMO STILTON), T-466/04 și T-467/04, Rec., p. II-183, punctele 30 și 31].

95 Trebuie menționat în continuare că, invocând în cadrul primului motiv încălcarea dreptului la apărare și a principiului disponibilității, reclamanta contestă de fapt legalitatea deciziei atacate, întrucât respectiva cameră de recurs nu a examinat motivul de opoziție întemeiat pe existența unui risc de confuzie, astfel cum ar fi fost obligată să procedeze prin efectul devolutiv al procedurii de recurs. Ca urmare, trebuie verificat dacă poziția adoptată de camera de recurs este conformă obligațiilor care îi revin în cadrul examinării deciziei diviziei de opoziție care face obiectului recursului cu care este sesizată.

96 Trebuie amintit că, în conformitate cu articolul 62 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, în urma examinării în fond a recursului, camera de recurs se pronunță asupra recursului și poate, procedând astfel, „să exercite competențele organului care a pronunțat hotărârea atacată”, respectiv, în situația de față, să se pronunțe asupra opoziției prin respingerea sau prin declararea temeiniciei sale, prin confirmarea sau prin infirmarea, în acest mod, a deciziei atacate. Astfel, rezultă de la articolul 62 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 că, prin intermediul recursului cu care este sesizată, camera de recurs este chemată să efectueze o nouă examinare completă a fondului opoziției, atât în drept, cât și în fapt.

97 Or, în cazul în care camera de recurs apreciază că unul dintre motivele invocate de persoana care a formulat opoziția și care a fost reținut de divizia de opoziție nu este întemeiat, noua examinare completă a fondului opoziției, evocată la punctul

precedent, are ca efect obligatoriu faptul că respectiva cameră de recurs trebuie să analizeze, înainte de anularea deciziei diviziei de opoziție, și dacă opoziția poate fi eventual admisă în baza altui motiv relativ de refuz invocat de persoana care a formulat opoziția în fața diviziei de opoziție, dar care nu a fost examinat sau a fost respins de către aceasta din urmă.

- 98 Rezultă că, în speță, din moment ce a ajuns la concluzia că divizia de opoziție a reținut în mod greșit motivul relativ de refuz prevăzut la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 în privința serviciilor din clasa 42, camera de recurs era obligată, înainte de anularea deciziei organului inferior, să reexamineze celălalt motiv relativ de refuz invocat de reclamantă în susținerea opoziției sale, respectiv acela referitor la riscul de confuzie între marca solicitată și marca anterioară.
- 99 Contrar afirmației din decizia atacată, examinarea motivului relativ de refuz întemeiat pe riscul de confuzie de către camera de recurs nu ar fi extins obiectul recursului, de vreme ce recursul în fața camerei de recurs urmărește realizarea unei noi analize complete a fondului opoziției, atât în drept, cât și în fapt (a se vedea punctul 96 de mai sus).
- 100 De altfel, aceeași soluție se impunea în speță și pe baza următoarelor considerente. Rezultă de la articolul 8 din Regulamentul nr. 40/94 că toate motivele relative de refuz conduc la exact același rezultat, respectiv la refuzul înregistrării mărcii solicitate. Prin urmare, este suficient ca un singur motiv invocat să fie întemeiat pentru a admite pretenția persoanei care a formulat opoziția de a nu înregistra marca solicitată. În aceste condiții, divizia de opoziție, în cazul în care ajunge la concluzia că un motiv de refuz invocat de persoana care a formulat opoziția este întemeiat, poate să limiteze examinarea opoziției la acest unic motiv, suficient pentru a constitui temeiul unei decizii de admitere a opoziției.

101 Desigur, nu este exclus ca divizia de opoziție să decidă să examineze și, eventual, să respingă celelalte motive relative de refuz invocate de persoana care a formulat opoziția, cum a fost cazul în speță. Totuși, această parte a motivării deciziei nu constituie baza necesară dispozitivului prin care este admisă opoziția, întemeiată, în mod corect, pe motivul relativ de refuz care a fost reținut. Nici nu s-ar putea pune problema respingerii opoziției în parte, de vreme ce pretenția persoanei care a formulat opoziția a fost admisă în întregime.

102 Într-o astfel de ipoteză, nu s-ar putea pune nici problema unui cumul de opoziții distincte introduse de persoana care a formulat opoziția, dintre care unele ar fi respinse de divizia de opoziție după admiterea uneia dintre ele. Abordarea potrivit căreia fiecare motiv relativ de refuz invocat de persoana care a formulat opoziția constituie o opoziție distinctă este contrară formulării articolului 42 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, care prevede că „[s]e poate formula o opoziție [...] pe motiv că marca ar trebui să fie respinsă la înregistrare în temeiul articolului 8 [...]”. Mai mult, economia procedurii în fața OAPI impune ca numărul opozițiilor să nu crească inutil și se opune totodată ca opoziția întemeiată pe mai multe motive relative de refuz să fie considerată, de fapt, un ansamblu de mai multe opoziții distincte.

103 Considerentele de mai sus sunt confirmate de dispozitivul deciziei diviziei de opoziție în speță, care enunță direct, la punctul 1, că, în privința serviciilor din clasa 42, opoziția este admisă, fără a mai face vreo referire la respingerea în parte a opoziției sau la respingerea unei alte opoziții referitoare la aceeași clasă.

104 În aceste condiții, examinarea opoziției reclamatei nu putea fi considerată încheiată, în ceea ce privește clasa 42, odată cu pronunțarea deciziei atacate, prin care camera

de recurs s-a limitat să anuleze decizia diviziei de opoziție. Această anulare a avut ca efect faptul că, în privința clasei menționate, procedura de opoziție este din nou pendinte și se va încheia printr-o a doua decizie, de respingere sau de admitere.

105 În conformitate cu articolul 62 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, această a doua decizie ar trebui luată de camera de recurs sub rezerva unei eventuale trimeri a cauzei la divizia de opoziție. Or, după cum s-a menționat deja, o astfel de trimerie s-ar dovedi fără îndoială superfluă în speță, întrucât divizia de opoziție s-a pronunțat deja cu privire la motivul relativ de refuz întemeiat pe riscul de confuzie. Poziția diviziei de opoziție se explică, evident, prin preocuparea de a evita, pentru motive de economie a procedurii, ca o cameră de recurs să trimită cauza la acest organ, în cazul anulării deciziei sale.

106 Concluzia camerei de recurs în sensul că nu sunt îndeplinite în speță condițiile de aplicare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 nu este, în sine, suficientă pentru a determina respingerea opoziției pentru serviciile din clasa 42. Pentru a ajunge la un astfel de rezultat, mai este necesar ca respectiva cameră de recurs să își însușească aprecierea diviziei de opoziție cu privire la riscul de confuzie între mărcile în conflict, ceea ce presupune obligatoriu reexaminarea acestui risc.

107 Or, pe de o parte, în decizia atacată, camera de recurs a refuzat în mod expres să procedeze la examinarea motivului relativ de refuz prevăzut la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și, ca urmare, nu a adoptat sau nu a validat raționamentul diviziei de opoziție în privința acestui motiv. Pe de altă parte, dispozitivul deciziei atacate se limitează să anuleze decizia diviziei de opoziție, fără a indica nimic despre opoziție sau despre trimeria cauzei la divizia de opoziție.

108 Rezultă din cele de mai sus că, întrucât nu a examinat motivul relativ de refuz menționat, invocat de reclamantă în timp util și reiterat de Elleni Holding în observațiile sale în răspuns la recurs, camera de recurs nu și-a îndeplinit obligațiile care îi revin în cadrul examinării recursului.

109 În decizia atacată, camera de recurs s-a întemeiat pe o premisă eronată, considerând că această examinare necesită introducerea de către reclamantă a unui recurs separat împotriva deciziei diviziei de opoziție. Întrucât, potrivit articolului 58 din Regulamentul nr. 40/94, orice parte la o procedură care a avut drept rezultat o decizie poate introduce recurs împotriva respectivei decizii atât timp cât nu i-au fost admise pretențiile, reclamantei nu îi este permis în speță să formuleze recurs împotriva deciziei diviziei de opoziție în privința înregistrării mărcii solicitate pentru serviciile din clasa 42. Astfel cum s-a menționat la punctele 103-105, decizia prin care a fost admisă opoziția și a fost refuzată înregistrarea mărcii solicitate pentru servicii din această clasă a admis în întregime pretențiile reclamantei.

110 În aceste condiții, astfel cum a subliniat și OAPI, faptul că în Regulamentul nr. 40/94 nu există o prevedere similară celei de la articolul 134 alineatul (3) din Regulamentul de procedură, referitoare la recursul în fața camerelor de recurs, nu este relevant, întrucât camera de recurs era obligată, în circumstanțele din speță, să examineze, chiar în absența unei cereri exprese în acest sens a persoanei care a formulat opoziția, și celălalt motiv relativ de refuz invocat în fața diviziei de opoziție, dar respins de aceasta.

111 Rezultă din cele de mai sus că al doilea motiv trebuie considerat întemeiat. În consecință, trebuie anulată decizia atacată, fără ca Tribunalul să se substituie OAPI în privința aprecierii motivului relativ de refuz întemeiat pe riscul de confuzie, apreciere care trebuie efectuată de OAPI.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- ¹¹² În temeiul articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.
- ¹¹³ Trebuie menționat că, în speță, chiar dacă OAPI a lăsat la aprecierea Tribunalului hotărârea cu privire la al doilea motiv, care a fost admis, se cuvine ca OAPI să fie obligat la plata cheltuielilor de judecată efectuate de reclamantă, deoarece decizia atacată emană de la o cameră de recurs a acestuia (a se vedea în acest sens hotărârea BIOMATE, punctul 94 de mai sus, punctul 91).

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a cincea)

declară și hotărăște:

- 1) Anulează decizia Camerei a treia de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) din 1 aprilie 2003 (cauza R 1127/2000-3).**

2) Obligă Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) la plata cheltuielilor de judecată.

Vilaras

Dehousse

Šváby

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 22 martie 2007.

Grefier

Președinte

E. Coulon

M. Vilaras