HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a cincea extinsă)

12 iunie 2007 *

În cauzele conexate T-57/04 şi T-71/04,

Budějovický Budvar, národní podnik, cu sediul în České Budějovice (Republica Cehă), reprezentată de F. Fajgenbaum, avocat,

reclamantă în cauza T-57/04,

Anheuser-Busch, Inc., cu sediul în Saint Louis, Missouri (Statele Unite), reprezentată iniţial de V. von Bomhard, A. Renck, A. Pohlmann, D. Ohlgart şi B. Goebel şi ulterior de von Bomhard, Renck, Ohlgart şi Goebel, avocats,

reclamantă în cauza T-71/04,

* Limba de procedură: engleza.

împotriva

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

pârât,

celelalte părți în procedura care s-a aflat pe rolul camerei de recurs a OAPI, interveniente la Tribunal, fiind

Anheuser-Busch, Inc. (în cauza T-57/04),

Budějovický Budvar, národní podnik (în cauza T-71/04),

având ca obiect anularea Deciziei Camerei a doua de recurs a OAPI din 3 decembrie 2003 (cauzele R 1024/2001-2 și R 1000/2001-2) cu privire la o procedură de opoziție între Budějovický Budvar, národní podnik și Anheuser-Busch, Inc.,

TRIBUNALUL DE PRIMĂ INSTANŢĂ AL COMUNITĂŢILOR EUROPENE
(Camera a cincea extinsă),

compus din domnul M. Vilaras, preşedinte, doamna M. E. Martins Ribeiro, domnii F. Dehousse, D. Šváby şi doamna K. Jürimäe, judecători,

grefier: domnul I. Natsinas, administrator,

având în vedere cererile depuse la grefa Tribunalului la 10 februarie 2004 (cauza T-57/04) şi la 20 februarie 2004 (cauza T-71/04),

având în vedere Ordonanţa preşedintelui Camerei a cincea a Tribunalului din 23 septembrie 2004 de conexare a prezentelor cauze pentru buna desfăşurare a procedurii scrise, a procedurii orale şi în vederea pronunţării hotărârii, conform articolului 50 din Regulamentul de procedură al Tribunalului,

având în vedere memoriile în răspuns ale OAPI depuse la grefa Tribunalului la 27 septembrie 2004,

având în vedere memoriile în răspuns ale intervenienţilor depuse la grefa Tribunalului la 28 septembrie 2004 (cauza T-71/04) şi la 29 septembrie 2004 (cauza T-57/04),

având în vedere trimiterea prezentelor cauze Camerei a cincea extinse a Tribunalului şi în urma şedinţei din 13 octombrie 2005,

având în vedere Ordonanța de redeschidere a procedurii orale din 14 mai 2007 și observațiile părților cu privire la cererea de a nu se pronunța asupra fondului cauzei adresată Tribunalului de Anheuser-Busch, Inc. la 8 mai 2007, în cauza T-71/04,

având în vedere Decizia de terminare a procedurii orale din 24 mai 2007,

pronunță prezenta

Hotărâre

Cadrul juridic

I — *Reglementarea internațională*

1 Articolele 1-5 din Aranjamentul de la Lisabona privind protecția denumirilor de origine și înregistrarea internațională a acestora (denumit în continuare „Aranjamentul de la Lisabona"), adoptat la 31 octombrie 1958, revizuit la Stockholm la 14 iulie 1967 și modificat la 28 septembrie 1979, prevăd următoarele:

„Articolul 1

1) Țările cărora li se aplică prezentul aranjament sunt constituite în Uniune specială în cadrul Uniunii pentru protecția proprietății industriale.

2) Acestea se angajează să protejeze, pe teritoriile lor, în condițiile prezentului aranjament, denumirile de origine ale produselor din alte țări ale Uniunii speciale, recunoscute și protejate cu acest titlu în țara de origine și înregistrate la Biroul internațional al proprietății intelectuale [...] prevăzut de Convenția pentru instituirea Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale [...]

Articolul 2

1) Prin denumire de origine, în sensul prezentului aranjament, se înțelege denumirea geografică a unei țări, a unei regiuni sau a unei localități, utilizată pentru a desemna un produs originar din acel loc și a cărui calitate sau ale cărui caracteristici sunt în mod exclusiv sau esențial datorate unui anumit mediu geografic, cu factorii săi naturali și umani inerenți.

2) Țara de origine este țara al cărei nume sau în care este situată regiunea sau localitatea al cărei nume constituie denumirea de origine care a conferit notorietate produsului.

Articolul 3

Este garantată protecția împotriva oricărei utilizări abuzive sau imitări, chiar dacă este indicată adevărata origine a produsului sau dacă denumirea este utilizată în traducere sau însoțită de expresii precum «gen», «tip», «fel», «imitație» sau altele similare.

Articolul 4

Dispozițiile prezentului Aranjament nu exclud în niciun fel protecția existentă deja în favoarea denumirilor de origine în fiecare dintre țările Uniunii speciale în temeiul

altor instrumente internaţionale, precum Convenţia de la Paris din 20 martie 1883 pentru protecţia proprietăţii industriale şi revizuirile sale ulterioare şi Aranjamentul de la Madrid din 14 aprilie 1891 privind sancţionarea indicaţiilor de provenienţă false sau înşelătoare aplicate pe produse şi revizuirile sale ulterioare, sau în temeiul legislaţiei naţionale ori al jurisprudenţei.

Articolul 5

1) Înregistrarea denumirilor de origine se efectuează la Biroul internaţional, la cererea administraţiilor ţărilor Uniunii speciale, în numele persoanelor fizice sau juridice, publice sau private, titulare ale dreptului de utilizare a acestor denumiri potrivit legislaţiei naţionale.

2) Biroul internaţional notifică fără întârziere înregistrările către administraţiile diverselor ţări ale Uniunii speciale şi le publică într-un repertoriu periodic.

3) Administraţiile statelor pot declara că nu pot asigura protecţia unei denumiri de origine a cărei înregistrare le-a fost notificată, cu condiţia ca declaraţia să fie notificată Biroului internaţional, cu indicarea motivelor, în termen de un an de la primirea notificării înregistrării, şi fără ca această declaraţie să poată aduce prejudiciu, în ţara în cauză, celorlaltor forme de protecţie a denumirii pe care le-ar putea pretinde titularul acesteia, conform articolului 4 de mai sus.

[...]"

2 Normele 9 și 16 din Regulamentul de punere în aplicare a Aranjamentului de la Lisabona, în forma în care a intrat în vigoare la 1 aprilie 2002, prevăd cele ce urmează:

„Norma 9

Declarația de refuz

1) Orice declarație de refuz este notificată Biroului internațional de către administrația competentă a țării contractante pentru care este emis refuzul și trebuie să fie semnată de către această administrație.

[...]

Norma 16

Invalidarea

1) În cazul în care efectele unei înregistrări internaționale sunt invalidate într-o țară contractantă și invalidarea nu mai poate face obiectul niciunei căi de atac, invalidarea menționată trebuie să fie notificată Biroului internațional de către administrația competentă a acestei țări contractante. [...]"

II — *Reglementarea comunitară*

3 Articolele 8 și 43 din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), astfel cum a fost modificat și în forma în care era aplicabil la data faptelor, au următorul cuprins:

„*Articolul 8*

Motive relative de refuz

(1) La opoziția titularului unei mărci anterioare, se respinge înregistrarea mărcii solicitate atunci când:

(a) aceasta este identică cu marca anterioară și când produsele sau serviciile pentru care marca a fost solicitată sunt identice cu cele pentru care este protejată marca anterioară;

(b) din cauza identității sau asemănării sale cu marca anterioară și din cauza identității sau asemănării produselor sau serviciilor pe care le desemnează cele două mărci, există un risc de confuzie pe teritoriul în care este protejată marca anterioară; riscul de confuzie presupune riscul de asociere cu marca anterioară.

(2) În înțelesul alineatului (1), «mărci anterioare» înseamnă:

(a) mărci a căror dată de depunere este anterioară cererii de înregistrare a mărcii comunitare, ținând cont, dacă este cazul, de dreptul la prioritate invocat în sprijinul acestor mărci, și care aparțin următoarelor categorii:

[...]

(iii) mărci care au făcut obiectul unei înregistrări în temeiul acordurilor internaționale, care produc efecte într-un stat membru;

[...]

(4) La opoziția titularului unei mărci neînregistrate sau al unui alt semn utilizat în comerț a cărui incidență nu este numai pe plan local, se respinge înregistrarea mărcii solicitate, în cazul și în măsura în care, în conformitate cu legislația statului membru aplicabilă acestui semn:

(a) au fost dobândite drepturi pentru acest semn înaintea datei de depunere a cererii de înregistrare a mărcii comunitare sau, dacă este cazul, înaintea datei priorității invocate în sprijinul cererii de înregistrare a mărcii comunitare;

(b) acest semn conferă titularului dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente.

[...]

Articolul 43

Examinarea opoziției

[...]

(2) La cererea solicitantului, titularul unei mărci comunitare anterioare care a formulat opoziția aduce dovada că, în decursul a cinci ani ce preced publicarea cererii de înregistrare a mărcii comunitare, marca comunitară anterioară a făcut obiectul unei utilizări cu bună-credință în cadrul Comunității pentru produsele sau serviciile pentru care a fost înregistrată și pe care se întemeiază opoziția, sau că există motive întemeiate pentru neutilizare, deoarece la data respectivă marca anterioară fusese înregistrată cu cel puțin cinci ani în urmă. În absența unei astfel de dovezi, opoziția se respinge. În cazul în care marca comunitară anterioară nu a fost utilizată decât pentru o parte dintre produsele sau serviciile pentru care a fost înregistrată, aceasta nu se consideră înregistrată, în sensul examinării opoziției, decât pentru acea parte de produse sau servicii.

(3) Alineatul (2) se aplică mărcilor naționale anterioare menționate la articolul 8 alineatul (2) litera (a), înțelegându-se că utilizarea lor în cadrul Comunității se înlocuiește cu utilizarea lor în statul membru în care marca națională anterioară este protejată.

[...]"

4 Norma 22 din Regulamentul nr. 2868/95 al Comisiei din 13 decembrie 1995 de punere în aplicare a Regulamentului (CE) nr. 40/94 (JO L 303, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 189), astfel cum a fost modificat și în forma aplicabilă la momentul faptelor, prevede:

„Norma 22

Dovada utilizării

(1) Atunci când, în temeiul articolului 43 alineatul (2) sau (3) din regulament, persoana care a formulat opoziția trebuie să facă dovada utilizării mărcii sau a existenței unor motive întemeiate pentru neutilizarea ei, [OAPI] îl invită să prezinte

respectiva dovadă în termenul acordat. Dacă persoana care a formulat opoziția nu prezintă respectiva dovadă în termenul acordat, [OAPI] poate respinge opoziția.

(2) Indicațiile și dovezile care trebuie prezentate pentru a dovedi utilizarea mărcii cuprind indicații privind locul, durata, importanța și natura utilizării mărcii anterioare pentru produsele și serviciile pentru care este înregistrată și pe care se întemeiază opoziția, precum și dovezi care să susțină respectivele indicații, conform alineatului (3).

(3) Aceste dovezi se limitează, de preferință, la prezentarea de documente justificative precum ambalaje, etichete, liste de prețuri, cataloage, facturi, fotografii, anunțuri în ziare, precum și declarații scrise prevăzute la articolul 76 alineatul (1) litera (f) din regulament.

[...]"

III — *Reglementarea națională*

5 Articolul L. 641-2 din code rural francez (Codul rural, denumit în continuare „code rural"), în forma în care era aplicabil la data faptelor, prevede:

„Pentru produse agricole sau alimentare, brute sau prelucrate, poate fi recunoscută exclusiv o denumire de origine controlată. Dispozițiile articolelor L. 115-2-L. 115-4 și L. 115-8-L. 115-15 din code de la consommation nu le sunt aplicabile.

În condițiile prevăzute în continuare, aceste produse pot beneficia de o denumire de origine controlată dacă îndeplinesc prevederile articolului L. 115-1 din code de la consommation, se bucură de o notorietate stabilită în mod corespunzător și fac obiectul unor proceduri de aprobare.

Nu se poate considera niciodată că denumirea de origine controlată are caracter generic și cade în domeniul public.

Numele geografic care constituie denumirea de origine sau orice altă mențiune care o evocă nu pot fi utilizate pentru un produs similar fără a aduce atingere actelor cu putere de lege sau actelor administrative în vigoare la 6 iulie 1990, nici pentru alt produs sau serviciu, în cazul în care această utilizare este susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea denumirii de origine.

Denumirile de origine ale vinurilor de calitate superioară menționate la articolul L. 641-24 și cele care sunt în vigoare, la 1 iulie 1990, în departamentele de peste mări își păstrează statutul."

6 Articolul L. 115-5 din code de la consommation francez (Codul consumatorului, denumit în continuare „code de la consommation"), în forma aplicabilă la data faptelor, prevede:

„Procedura de atribuire a unei denumiri de origine controlată este definită la articolul L. 641-2 din code rural, reprodus în continuare [...]"

7 Articolele L. 711-3 și L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle francez (Codul proprietății intelectuale, denumit în continuare „code de la propriété intellectuelle"), în forma aplicabilă la data faptelor, au următorul cuprins:

„Articolul L. 711-3

Nu poate fi adoptat ca marcă sau element de marcă un semn:

a) exclus prin articolul 6 ter din Convenția de la Paris din data de 20 martie 1883, revizuită, pentru protecția proprietății industriale sau prin alineatul (2) al articolului 23 din anexa I C la Acordul privind constituirea Organizației Mondiale a Comerțului;

b) contrar ordinii publice sau bunelor moravuri ori a cărui utilizare este interzisă prin lege;

c) de natură să înșele publicul, în special cu privire la natura, calitatea sau proveniența geografică a produsului sau a serviciului.

Articolul L. 711-4

Nu poate fi adoptat ca marcă un semn care aduce atingere unor drepturi anterioare, și în special:

a) unei mărci anterioare înregistrate sau notoriu cunoscute în sensul articolului 6 bis din Convenția de la Paris pentru protecția proprietății industriale;

b) unei denumiri sociale, dacă există un risc de confuzie pentru public;

c) unui nume comercial sau unei embleme cunoscute pe întregul teritoriu național, dacă există un risc de confuzie pentru public;

d) unei denumiri de origine protejate;

e) drepturilor de autor;

f) drepturilor ce rezultă dintr-un desen sau model protejat;

g) drepturilor aferente personalității unui terț, în special numelui său patronimic, pseudonimului sau imaginii acestuia;

h) numelui, imaginii sau renumelui unei colectivități teritoriale."

Istoricul cauzei

I — *Cererea de înregistrare a unei mărci comunitare depusă de Anheuser-Busch*

8 Anheuser-Busch, Inc. a depus la 1 aprilie 1996, la OAPI, o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare, în temeiul Regulamentului nr. 40/94.

9 Această cerere avea ca obiect marca figurativă următoare:



10 Produsele pentru care este cerută înregistrarea mărcii figurative sunt din clasele 16, 21, 25, 30 şi 32 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internaţională a produselor şi serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit şi modificat, şi corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

— clasa 16: „Hârtie, carton şi produse din aceste materiale (cuprinse în clasa 16); produse de imprimerie; articole pentru legătorie; papetărie; adezivi pentru papetărie sau menaj; materiale de instruire sau învăţământ (cu excepţia aparatelor); materiale plastice pentru ambalare (cuprinse în clasa 16); cărţi de joc";

— clasa 21: „Ustensile şi recipiente pentru menaj sau bucătărie (nici din metale preţioase, nici placate); piepteni şi bureţi; perii (cu excepţia pensulelor); materiale pentru periat; material pentru curăţare; sticlă brută sau semiprelucrată (cu excepţia sticlei pentru construcţie); sticlărie, porţelan şi faianţă (cuprinse în clasa 21)";

— clasa 25: „Îmbrăcăminte, încălțăminte, articole care servesc la acoperirea capului";

— clasa 30: „Făină și preparate făcute din cereale, pâine, produse de patiserie și cofetărie, înghețată; miere, sirop de melasă; drojdie, praf de copt; muștar; oțet, sosuri (condimente); mirodenii; gheață de răcit; gustări incluse în clasa 30";

— clasa 32: „Bere, ale, porter, băuturi din malț alcoolice și nealcoolice".

11 La 1 decembrie 1997, cererea de înregistrare a mărcii comunitare figurative a fost publicată în *Buletinul mărcilor comunitare* nr. 31/97.

II — *Opoziția formulată împotriva cererii de înregistrare a mărcii comunitare*

12 La 27 februarie 1998, societatea Budějovický Budvar, národní podnik, cu sediul în Republica Cehă (denumită în continuare „Budvar"), a formulat opoziție în temeiul articolului 42 din Regulamentul nr. 40/94 cu privire la toate produsele specificate în cererea de înregistrare.

13 În sprijinul opoziției sale, Budvar a invocat, în primul rând, riscul de confuzie prevăzut la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 între marca figurativă solicitată și mărcile internaționale anterioare al căror titular este, respectiv:

— marca internațională verbală BUDWEISER (R 238 203), înregistrată inițial la 5 decembrie 1960 pentru „bere de orice fel", cu efect în Germania, Austria, Benelux și Italia;

— marca internațională figurativă (R 342 157), înregistrată inițial la 26 ianuarie 1968 pentru „bere de orice fel", cu efect în Germania, Austria, Benelux, Franța și Italia, reprodusă în continuare:



14 La 3 februarie 1999, Anheuser-Busch a solicitat Budvar să aducă dovada utilizării mărcilor sale internaționale, conform articolului 43 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94. La 7 aprilie 1999, divizia de opoziție a OAPI a invitat Budvar să aducă această dovadă în termen de două luni, respectiv cel mai târziu la 7 iunie 1999. La solicitarea exprimată de Budvar, acest termen a fost prelungit până la 7 septembrie 1999.

15 La 7 septembrie 1999, Budvar a prezentat, în special, copii ale anunțurilor publicitare apărute în opt reviste din anii 1996 și 1997, precum și zece facturi emise între 1993 și 1997, pentru a dovedi utilizarea mărcii internaționale verbale BUDWEISER R 238 203 în Germania. De asemenea, Budvar a furnizat copii ale anunțurilor publicitare apărute în șase reviste din anii 1996 și 1998, precum și zece facturi emise între 1993 și 1997, pentru a dovedi utilizarea mărcii internaționale verbale BUDWEISER R 238 203 în Austria.

16 În sprijinul opoziției sale, Budvar a invocat, în al doilea rând, în temeiul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, patru denumiri de origine, înregistrate la 22 noiembrie 1967, pentru bere, la Organizația Mondială a Proprietății Intelectuale (OMPI), în baza Aranjamentului de la Lisabona. Aceste denumiri de origine sunt următoarele:

— denumirea de origine nr. 49: ČESKOBUDĚJOVICKÉ PIVO (BUDWEISER BIER potrivit versiunii germane a înregistrării);

— denumirea de origine nr. 50: BUDĚJOVICKÉ PIVO — BUDVAR (BUDWEISER BIER — BUDVAR potrivit versiunii germane a înregistrării);

— denumirea de origine nr. 51: BUDĚJOVICKÝ BUDVAR (BUDWEISER BUDVAR potrivit versiunii germane a înregistrării);

— denumirea de origine nr. 52: BUDĚJOVICKÉ PIVO (BUDWEISER BIER potrivit versiunii germane a înregistrării).

17 Bazându-se pe aceste înregistrări, Budvar susținea că denumirile de origine respective beneficiau de protecție, în special pe teritoriul francez, și justificau, în această privință, opoziția întemeiată pe articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94.

III — *Decizia diviziei de opoziţie*

18 Prin Decizia nr. 2412/2001 din 8 octombrie 2001, divizia de opoziţie:

— a respins parţial opoziţia formulată împotriva înregistrării mărcii figurative solicitate, în ceea ce priveşte partea din opoziţie întemeiată pe articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 şi care se baza pe cele patru denumiri de origine indicate la punctul 16 de mai sus;

— a acceptat parţial opoziţia formulată împotriva înregistrării mărcii figurative solicitate pentru produsele din clasa 32 („Bere, ale, porter, băuturi din malţ alcoolice şi nealcoolice"), în ceea ce priveşte partea de opoziţie întemeiată pe articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 şi care se baza pe marca internaţională verbală BUDWEISER R 238 203.

19 În ceea ce priveşte respingerea opoziţiei întemeiate pe articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, divizia de opoziţie a considerat, în esenţă, că utilizarea denumirilor de origine nu fusese demonstrată cu privire la Franţa şi la Portugalia – fiind invocate în susţinerea opoziţiei reglementările franceze şi portugheze – şi că, în consecinţă, nu se dovedise că incidenţa drepturilor dobândite în baza denumirilor de origine nu era numai pe plan local, în sensul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94. Cu privire la Italia – utilizarea denumirilor de origine pe acest teritoriu fiind demonstrată –, divizia de opoziţie a concluzionat că protecţia conferită de dreptul italian denumirilor de origine respective nu fusese dovedită în ceea ce priveşte produsele diferite.

20 În ceea ce priveşte acceptarea parţială a opoziţiei întemeiate pe articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, divizia de opoziţie a considerat că utilizarea

serioasă a mărcii internaţionale verbale BUDWEISER R 238 203 şi a mărcii internaţionale figurative R 342 157 a fost dovedită cu privire la Germania, Austria, Benelux şi Italia. Mai mult, pentru simplificarea procedurii, divizia de opoziţie a examinat, în primul rând, marca internaţională verbală BUDWEISER R 238 203. În măsura în care această marcă era în mod clar valabilă în Germania şi în Austria, divizia de opoziţie a limitat examinarea la aceste două state membre. Divizia de opoziţie a apreciat că produsele din clasa 32 la care se referă marca figurativă solicitată („Bere, ale, porter, băuturi din malţ alcoolice şi nealcoolice") erau identice cu produsele protejate de marca internaţională verbală BUDWEISER R 238 203. Aceasta a indicat că, datorită identităţii fonetice şi conceptuale arătate între marca figurativă solicitată şi marca internaţională verbală BUDWEISER R 238 203, precum şi datorită identităţii produselor, exista un risc de confuzie pentru public în Germania şi în Austria pentru produsele din clasa 32. În schimb, divizia de opoziţie a considerat că produsele din clasele 16, 21, 25, 30 la care se referă marca figurativă solicitată şi produsele protejate de mărci anterioare nu erau similare şi că, în consecinţă, nu exista un risc de confuzie pentru aceste produse.

IV — *Deciziile Camerei a doua de recurs a OAPI*

21 La 27 noiembrie 2001, Anheuser-Busch a formulat recurs împotriva deciziei diviziei de opoziţie, în măsura în care prin această decizie se accepta opoziţia întemeiată pe articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 pentru produsele din clasa 32.

22 La 10 decembrie 2001, Budvar a formulat recurs împotriva deciziei diviziei de opoziţie, în special în măsura în care opoziţia fusese respinsă în raport cu articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 pentru produsele din clasele 16, 21, 25, 30 şi 32.

23 În cadrul recursului, Budvar nu contesta respingerea parțială a opoziției întemeiate pe articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 pentru produsele din clasele 16, 21, 25 și 30.

24 Prin Decizia pronunțată la 3 decembrie 2003 (cauzele R 1000/2001-2 și R 1024/2001-2, denumită în continuare „decizia atacată"), Camera a doua de recurs a OAPI a respins recursurile formulate de Budvar și de Anheuser-Busch împotriva deciziei diviziei de opoziție.

25 În ceea ce privește recursul formulat de Anheuser-Busch, camera de recurs a considerat că divizia de opoziție nu săvârșise o greșeală apreciind că utilizarea mărcii internaționale verbale BUDWEISER R 238 203 fusese dovedită pentru Germania și Austria. De asemenea, camera de recurs a considerat că exista un risc de confuzie între marca figurativă solicitată și marca internațională verbală BUDWEISER R 238 203, în Germania și în Austria, pentru produsele din clasa 32, având în vedere faptul că, în primul rând, trăsătura dominantă a mărcii figurative solicitate era identică mărcii verbale anterioare și, în al doilea rând, că produsele în cauză erau identice.

26 Referitor la recursul formulat de Budvar, camera de recurs a considerat, mai întâi, că acesta era inadmisibil în ceea ce privește produsele din clasa 32, în măsura în care Budvar obținuse câștig de cauză, sub acest aspect, în temeiul articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

27 Pe fond, cu privire la produsele din clasele 16, 21, 25 și 30 din cererea de înregistrare a mărcii și la opoziția întemeiată pe articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, bazată pe denumiri de origine, camera de recurs a considerat, mai întâi, că

probele aduse de Budvar erau insuficiente pentru a demonstra protecţia denumirilor de origine respective în legislaţia italiană şi în cea portugheză.

28 Ulterior, şi contrar celor reţinute de divizia de opoziţie, camera de recurs a apreciat că proba că incidenţa drepturilor dobândite în baza denumirilor de origine nu era numai pe plan local, în sensul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, fusese deja adusă în alte litigii referitoare la Franţa. Budvar nu era deci ţinută, potrivit camerei de recurs, să dovedească din nou aceste fapte, contrar celor decise de divizia de opoziţie.

29 În consecinţă, potrivit camerei de recurs, singura întrebare care se punea era aceea dacă denumirile de origine în cauză erau protejate potrivit dreptului francez. Aceasta a răspuns, pentru produsele din clasele 16, 21, 25 şi 30, considerând că denumirile de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona beneficiau în Franţa de protecţia conferită de articolul L. 641-2 din code rural, care prevede că „[n]umele geografic care constituie denumirea de origine sau orice altă menţiune care o evocă nu pot fi utilizate pentru un produs similar [...], nici pentru alt produs sau serviciu, în cazul în care această utilizare este susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea denumirii de origine". Camera de recurs a adăugat că, întrucât produsele la care se referă cererea de înregistrare a mărcii comunitare erau diferite de produsele la care se referă denumirile de origine respective, trebuia să se verifice dacă utilizarea în Franţa a mărcii figurative solicitate era susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea denumirilor de origine menţionate. În această privinţă, camera de recurs a precizat că notorietatea nu putea fi deturnată sau diminuată dacă aceasta nu exista şi că Budvar nu furnizase niciun element de probă în sensul că denumirile de origine respective beneficiau de notorietate în Franţa. Camera de recurs a apreciat că, pe de altă parte, o astfel de notorietate nu putea fi prezumată şi că Budvar nu reuşise să demonstreze modul în care ar fi putut fi deturnată sau diminuată notorietatea denumirilor de origine, presupunând că aceasta ar exista, dacă Anheuser-Busch ar fi fost autorizată să utilizeze o marcă figurativă incluzând termenul „Budweiser" pentru produsele solicitate din clasele 16, 21, 25 şi 30.

Concluziile părţilor

I — *Cauza T-57/04*

30 Budvar a solicitat Tribunalului:

— anularea Deciziei Camerei a doua de recurs a OAPI din 3 decembrie 2003, pronunţată în cauza R 1024/2001-2;

— respingerea cererii de înregistrare depuse la 1 aprilie 1996 în numele societăţii Anheuser-Busch pentru clasele de produse 16, 21, 25 şi 31;

— transmiterea hotărârii Tribunalului la OAPI;

— obligarea Anheuser-Busch la plata cheltuielilor de judecată.

31 OAPI şi Anheuser-Busch au solicitat Tribunalului:

— respingerea acţiunii;

— obligarea Budvar la plata cheltuielilor de judecată.

II — *Cauza T-71/04*

32 Anheuser-Busch a solicitat Tribunalului:

— anularea Deciziei Camerei a doua de recurs a OAPI din 3 decembrie 2003, pronunțată în cauza R 1000/2001-2, în măsura în care respinge cererea de înregistrare a mărcii pentru produsele din clasa 32;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

33 OAPI a solicitat Tribunalului:

— respingerea acțiunii în totalitate;

— obligarea Anheuser-Busch la plata cheltuielilor de judecată.

34 Budvar a solicitat Tribunalului:

— respingerea acțiunii introduse de Anheuser-Busch ca inadmisibilă;

— cu titlu subsidiar, confirmarea deciziei atacate de Anheuser-Busch;

— notificarea hotărârii Tribunalului către OAPI;

— obligarea Anheuser-Busch la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

I — *Cauza T-57/04*

35 Cu titlu preliminar, trebuie să se arate că, prin acțiunea introdusă de Budvar la Tribunal, se urmărește contestarea deciziei atacate în măsura în care prin aceasta a fost respinsă opoziția întemeiată pe articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, pentru produsele din clasele 16, 21, 25 și 30.

36 Prin acțiunea introdusă de Budvar la Tribunal nu se urmărește contestarea deciziei atacate în măsura în care prin aceasta s-a considerat că recursul formulat la camera de recurs era inadmisibil, pentru produsele din clasa 32.

37 Trebuie să se constate de asemenea că, în cuprinsul cererii sale, Budvar se referă din greșeală la clasa 31, care nu este vizată în cererea de înregistrare a mărcii figurative respective.

A — *Cu privire la admisibilitatea celui de al doilea capăt al cererii introduse de Budvar*

38 Trebuie să se arate că, prin cel de al doilea capăt al cererii pe care o prezintă, care urmărește „respingerea cererii de înregistrare depuse la 1 aprilie 1996 în numele societății Anheuser-Busch pentru clasele de produse 16, 21, 25 și 31", Budvar solicită Tribunalului, în esență, să oblige OAPI să refuze înregistrarea mărcii figurative solicitate [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 23 octombrie 2002, Institut für Lernsysteme/OAPI — Educational Services (ELS), T-388/00, Rec., p. II-4301, punctul 18, și Hotărârea Tribunalului din 9 martie 2005, Osotspa/OAPI — Distribution & Marketing (Hai), T-33/03, Rec., p. II-763, punctul 14].

39 În această privință, trebuie reamintit că, potrivit articolului 63 alineatul (6) din Regulamentul nr. 40/94, OAPI are obligația de a lua toate măsurile necesare pentru executarea hotărârii instanței comunitare. În consecință, nu este de competența Tribunalului să adreseze somații OAPI [Hotărârea Tribunalului din 31 ianuarie 2001, Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/OAPI (Giroform), T-331/99, Rec., p. II-433, punctul 33, Hotărârea Tribunalului din 27 februarie 2002, Eurocool Logistik/OAPI (EUROCOOL), T-34/00, Rec., p. II-683, punctul 12, și Hotărârea ELS, punctul 38 de mai sus, punctul 19].

40 Rezultă din cele de mai sus că cel de al doilea capăt al cererii introduse de Budvar este inadmisibil.

B — *Cu privire la fond*

41 Acțiunea introdusă de Budvar se întemeiază pe un singur motiv, referitor la încălcarea articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94.

42 Cu titlu preliminar, Budvar invocă dispozițiile care ar reglementa protecția denumirilor de origine în dreptul francez.

43 Budvar susține, în special, că scopul denumirii de origine este de a asocia unui produs un nume geografic care să garanteze proveniența și calitățile sale pentru a proteja împotriva utilizărilor abuzive atât consumatorul, cât și producătorul acestui produs. Acest scop ar justifica faptul că textele referitoare la protecția denumirilor de origine în Franța figurează atât în code de la propriété intellectuelle, cât și în code rural, ambele făcând trimitere la code de la consommation. Budvar subliniază de asemenea că denumirea de origine este definită printr-un decret care delimitează aria geografică de producție și determină condițiile referitoare la această producție și la autorizarea produsului.

44 Pe de altă parte, Budvar precizează că denumirile de origine beneficiază de un statut de ordine publică şi de o protecţie absolută şi că există, în dreptul francez, o preeminenţă a denumirilor de origine asupra mărcilor. Aceasta s-ar traduce printr-o interdicţie absolută de depunere a unei mărci care ar aduce atingere unei denumiri de origine, dar şi printr-o interdicţie de a utiliza orice semn care, preluând numele geografic ce constituie această denumire de origine, i-ar aduce atingere. În această privinţă, Budvar subliniază, în primul rând, că articolul L. 115-5 din code de la consommation prevede că „[n]u se poate considera niciodată că denumirea de origine controlată are caracter generic şi cade în domeniul public", în al doilea rând, că denumirea de origine reprezintă, în esenţă, desemnarea unui produs originar dintr-un loc determinat şi, în al treilea rând, că denumirea de origine nu ar putea fi decăzută, spre deosebire de o marcă ce nu ar fi utilizată.

45 Budvar deduce din acestea că înregistrarea unei mărci nu este niciodată posibilă în cazul în care aceasta este susceptibilă de a aduce atingere unei denumiri de origine protejate în Franţa, indiferent de produsele sau de serviciile pentru care este formulată cererea de înregistrare. În consecinţă, o denumire de origine nu ar putea fi preluată pentru niciun alt produs, indiferent dacă acesta este identic, similar sau diferit.

46 Budvar susţine că, având în vedere aceste elemente, camera de recurs a săvârşit două greşeli.

47 În prima parte a motivării, Budvar apreciază că articolul L. 641-2 din code rural nu era aplicabil, iar camera de recurs ar fi trebuit să se raporteze la articolele L. 711-3 şi L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle pentru a aprecia dacă un semn constituit din numele geografic al unei denumiri protejate poate fi înregistrat ca marcă.

48 În cea de a doua parte a motivării, cu titlu subsidiar, Budvar consideră că, în orice caz, camera de recurs a aplicat în mod greșit articolul L. 641-2 din code rural.

49 Tribunalul arată că argumentele părților se referă, mai exact, la pertinența articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural în cazul de față.

1. Cu privire la prima parte a motivării, referitoare la inaplicabilitatea articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural

a) Argumentele părților

Argumentele invocate de Budvar

50 Reamintind formularea articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, Budvar arată că nu se contestă faptul că dreptul francez permite titularului unei denumiri de origine să interzică atât înregistrarea, cât și utilizarea unei mărci mai recente, în temeiul dispozițiilor articolului L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle și ale articolului L. 641-2 din code rural.

51 Totuși, în speță, se solicită înregistrarea denumirii „Budweiser" ca marcă, utilizarea unei astfel de mărci nefăcând obiectul discuției.

52 În consecință, Budvar se raportează la articolele L. 711-3 și L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle, care ar prevedea temeiurile care justifică respingerea înregistrării unei mărci.

53 În temeiul articolului L. 711-4 litera (d) din code de la propriété intellectuelle, care prevede că „[n]u poate fi adoptat ca marcă un semn care aduce atingere unor drepturi anterioare, și în special [...] unei denumiri de origine protejată", Budvar apreciază că beneficiarul dreptului de utilizare a unei denumiri de origine poate obține nulitatea și poate interzice utilizarea unei mărci care o reproduce sau o imită.

54 Budvar precizează de asemenea că denumirile de origine constituie drepturi anterioare care se opun validității unei mărci, fără a fi necesară demonstrarea unui risc de confuzie sau a unei similitudini a produselor, spre deosebire de ceea ce este necesar pentru denumirile sociale, emblemele sau numele comerciale ori pentru mărcile anterioare. Budvar face trimitere, în ceea ce privește acest ultim aspect, la articolele L. 716-1, L. 713-2 și L. 713-3 din code de la propriété intellectuelle. În consecință, în temeiul articolului L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle, ar trebui să se considere că un semn care reproduce o denumire de origine nu poate fi adoptat cu titlu de marcă, fără a fi cazul să se țină cont nici de notorietatea respectivei denumiri de origine, care ar exista prin definiție, nici de produsele la care se referă marca solicitată.

55 Budvar adaugă totodată că refuzul înregistrării unei mărci poate fi pronunțat și pe motivul că aduce atingere ordinii publice, potrivit articolului L. 711-3 litera (b) din code de la propriété intellectuelle, care prevede că „[n]u poate fi adoptat ca marcă sau element de marcă un semn [...] contrar ordinii publice sau bunelor moravuri ori a cărui utilizare este interzisă prin lege". În opinia Budvar, caracterul de ordine publică al unei denumiri de origine fiind demonstrat anterior, orice cerere de înregistrare a unei mărci care aduce atingere unei denumiri de origine trebuie refuzată pe acest temei. Budvar face trimitere în special la o hotărâre pronunțată de Cour d'appel de Paris (Curtea de Apel din Paris) la 15 februarie 1990, în care aceasta

ar fi considerat că ordinea publică trebuie înțeleasă ca referindu-se la dispozițiile imperative ale legislației economice, mai ales la cele având drept scop protecția consumatorului, și la o hotărâre pronunțată de Cour de cassation (Curtea de Casație) franceză la 26 octombrie 1993, prin care s-a recunoscut o protecție de ordine publică pentru denumirile „Fourme d'Ambert" și „Fourme de Montbrison".

56 Budvar arată, în sfârșit, că articolul L. 711-3 litera c) din code de la propriété intellectuelle interzice de asemenea înregistrarea oricărui semn înșelător, prevăzând în acest scop că „[n]u poate fi adoptat ca marcă sau element de marcă un semn [...] de natură să înșele publicul, în special cu privire la natura, calitatea sau proveniența geografică a produsului sau a serviciului". Astfel, potrivit Budvar, punerea la dispoziție a produselor din clasele 16, 21, 25 și 30 sub denumirea de „Budweiser", renumită pentru un anumit număr de produse, inclusiv pentru tipuri de bere, ar induce în eroare sau ar putea dezamăgi publicul cu privire la calitățile acestui produs, în special la cele aferente locului său de producție.

57 În schimb, articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reluat la articolul L. 115-5 din code de la consommation, nu ar urmări interzicerea înregistrării unei mărci în conflict cu o denumire de origine, ci doar ar interzice utilizarea numelui geografic ce constituie o denumire de origine sau o parte a unei denumiri de origine. În opinia Budvar, dispozițiile prevăzute de code de la propriété intellectuelle nu au aceeași finalitate ca și cele prevăzute de code de la consommation. Primele s-ar referi la aproprierea semnelor care intră sub incidența drepturilor de proprietate intelectuală, în timp ce ultimele ar viza în mod direct protecția consumatorului.

58 În consecință, pentru a aprecia dacă un semn constituit din numele geografic al unei denumiri protejate poate fi adoptat cu titlu de marcă, ar fi necesară raportarea la articolele L. 711-3 și L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle, și nu la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, așa cum a procedat camera de recurs.

59 Pe de altă parte, într-o scrisoare din 24 august 2005, depusă ca răspuns la o întrebare adresată de Tribunal, Budvar arată că, pentru a-şi motiva opoziţia, s-a referit în faţa organelor OAPI, şi în special în faţa camerei de recurs, la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural. Budvar susţine, cu toate acestea, că i se poate admite invocarea începând din acel moment, în faţa Tribunalului, a inaplicabilităţii acestei dispoziţii în cazul de faţă. În această privinţă, în primul rând, Budvar apreciază că nu modifică obiectul litigiului, în măsura în care acesta din urmă ar consta în opoziţia formulată împotriva înregistrării mărcii figurative solicitate. În al doilea rând, Budvar arată că invocarea articolelor L. 711-3 şi L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle nu ar conduce la luarea în considerare a unor fapte noi, din moment ce aceste articole ar constitui temeiul cererii introduse la Tribunal. În ceea ce priveşte, mai exact, articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle, Budvar precizează că a invocat această dispoziţie în faţa organelor OAPI. În sfârşit, referindu-se la Hotărârea Tribunalului din 20 aprilie 2005, Atomic Austria/OAPI — Fabricas Agrupadas de Muñecas de Onil (ATOMIC BLITZ) (T-318/03, Rec., p. II-1319), Budvar consideră, în esenţă, că OAPI ar fi trebuit să se informeze din oficiu în ceea ce priveşte dreptul naţional al statului membru în cauză.

Argumentele invocate de OAPI

60 Înainte de a răspunde argumentelor dezvoltate de Budvar în prima parte a motivării sale, OAPI prezintă interpretarea sa cu privire la textul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 şi, în special, cu privire la condiţiile impuse de acesta.

61 În primul rând, OAPI subliniază că dreptul anterior trebuie să se întemeieze pe o utilizare a cărei incidenţă să nu fie numai pe plan local. În această privinţă, OAPI arată că înregistrările realizate în baza Aranjamentului de la Lisabona reprezintă drepturi anterioare care intră în domeniul de aplicare al articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94. Pe de altă parte, OAPI precizează că Budvar a adus, în speţă, dovada utilizării drepturilor anterioare în Franţa.

62 În al doilea rând, OAPI consideră că articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 este aplicabil mărcilor neînregistrate şi semnelor similare anterioare, utilizate în comerţ pentru a desemna produse sau servicii ori activitatea comercială a titularului dreptului. Originea geografică ar fi un factor aferent activităţii comerciale în măsura în care ar fi vorba despre un element-cheie care ar determina alegerea şi cumpărarea produselor în discuţie. OAPI face trimitere, sub acest aspect, la Hotărârea Curţii din 20 mai 2003, Consorzio del Prosciutto di Parma şi Salumificio S. Rita (C-108/01, Rec., p. I-5121).

63 În al treilea rând, OAPI arată că articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 impune ca persoana care formulează opoziţia să fie „titularul [...] unei mărci neînregistrate sau [al] unui alt semn utilizat în comerţ". OAPI precizează, sub acest aspect, că, în anumite sisteme juridice, indicaţiile geografice nu sunt semne comerciale, întrucât nu este acordat niciun drept individual celor care au dreptul de a le utiliza. Alte sisteme juridice, în schimb, ar acorda persoanelor fizice sau asociaţiilor un drept exclusiv asupra indicaţiei geografice, inclusiv dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente. În acest ultim caz, în care se încadrează, potrivit OAPI, legislaţia franceză aplicabilă în speţă, dreptul care rezultă din indicaţia geografică intră în domeniul de aplicare al articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94.

64 Pe de altă parte, referindu-se la articolul 5 alineatul (1) din Aranjamentul de la Lisabona, OAPI arată că denumirile de origine sunt înregistrate în numele persoanelor fizice sau juridice, publice sau private, deşi aceasta se face la cererea administraţiilor competente. În plus, articolul 8 din Aranjamentul de la Lisabona ar prevedea că demersurile necesare pentru a asigura protecţia denumirilor de origine ar putea fi exercitate în aplicarea legislaţiei naţionale, la cererea administraţiei competente sau a ministerului public ori de către orice parte interesată. În opinia OAPI, dreptul exclusiv de a utiliza o denumire protejată, însoţit de dreptul de a intenta o acţiune împotriva utilizării incorecte a acesteia, este suficient pentru a fi calificat ca drept al titularului sau, cel puţin, ca drept echivalent dreptului unui titular, în sensul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94. Această concluzie ar fi confirmată de lectura articolului 5 alineatul (3) din Aranjamentul de la Lisabona.

65 În al patrulea rând, OAPI arată că dreptul în cauză trebuie să fie protejat conform legislației naționale înainte de data depunerii cererii de înregistrare a mărcii contestate. În speță, OAPI subliniază că denumirile de origine respective au fost înregistrate la 22 noiembrie 1967 și că protecția lor în Franța a început de la data acestei înregistrări. Drepturile în cauză ar fi așadar anterioare datei depunerii cererii de înregistrare a mărcii contestate.

66 În al cincilea rând, OAPI își îndreaptă atenția asupra condiției potrivit căreia dreptul anterior trebuie să îi confere titularului său, în temeiul legislației naționale aplicabile, dreptul de a interzice utilizarea mărcii opuse.

67 La acest moment, OAPI răspunde în special argumentelor referitoare la dreptul francez aplicabil, prezentate de Budvar în prima parte a motivării sale.

68 Potrivit OAPI, nu se contestă faptul că normele dreptului francez conțin mai multe dispoziții referitoare la conflictele între denumiri de origine și semne mai recente.

69 Reamintind formularea articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, OAPI arată că această dispoziție este menționată și reprodusă la articolul L. 115-5 din code de la consommation.

70 În ceea ce privește argumentele invocate de Budvar prin care se evidențiază faptul că, spre deosebire de ceea ce a decis camera de recurs, dispozițiile aplicabile erau articolele L. 711-3 literele b) și c) și L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle, și nu articolul L. 641-2 din code rural, OAPI precizează că, într-un caz care implică articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, legislația națională trebuie să fie aplicată în același mod în care ar aplica-o o instanță națională. În această privință, jurisprudența națională ar dobândi o autoritate specială care s-ar impune OAPI.

71 OAPI arată că în toate hotărârile naționale invocate de Budvar în cursul procedurii de opoziție sau în fața Tribunalului, referitoare la conflicte între denumiri de origine și mărci mai recente, s-a făcut mai degrabă aplicarea articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural decât aplicarea articolului L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle. Aceasta ar demonstra că articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle sau orice altă dispoziție reluată în acest cod nu sunt aplicabile.

72 Analizând mai detaliat articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle, OAPI se opune concluziei formulate de Budvar potrivit căreia protecția pe care o oferă denumirile de origine împotriva mărcilor mai recente ar fi absolută și necondiționată. OAPI arată, în această privință, că articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle se referă la interzicerea înregistrării unui semn aflat în conflict cu o denumire de origine, și nu la interzicerea utilizării unui astfel de semn. Întrucât articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 impune în mod expres ca legislația națională să confere mai degrabă „dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente" decât înregistrarea acesteia, OAPI concluzionează că articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle nu este aplicabil.

73 Presupunând că dreptul de a interzice înregistrarea conferă de asemenea dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente, ar trebui luate în considerare condițiile pentru a se aprecia că s-a adus o „atingere" unei denumiri de origine, în sensul articolului L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle.

74 OAPI arată că, așa cum a indicat Budvar, code de la propriété intellectuelle nu se referă la noțiunea „atingere" în cazul denumirilor de origine, fiind însă mai explicit în cazul mărcilor anterioare, al denumirilor sociale sau al numelor comerciale. În opinia OAPI, acest fapt nu ar fi surprinzător, în măsura în care întinderea protecției denumirilor de origine ar fi definită în mod specific la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural. Noțiunea „atingere" ar trebui interpretată, prin urmare, în lumina acestei din urmă dispoziții.

75 Din toate aceste aprecieri ar rezulta că articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle nu ar putea extinde sau restrânge conținutul juridic al articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural. Această ultimă dispoziție ar fi singura aplicabilă pentru a determina întinderea protecției recunoscute denumirilor de origine împotriva utilizării semnelor mai recente, în special a mărcilor.

76 În ceea ce privește invocarea articolului L. 711-3 literele b) și c) din code de la propriété intellectuelle de către Budvar, OAPI consideră că această dispoziție nu este pertinentă, întrucât se referă la motive absolute de refuz, respectiv la interzicerea semnelor contrare ordinii publice sau care pot înșela publicul, în special cu privire la natura, calitatea sau proveniența geografică a produsului sau a serviciului. Această dispoziție ar reprezenta pandantul articolului 7 alineatul (1) literele (f) și (g) din Regulamentul nr. 40/94. Referindu-se la Hotărârea Tribunalului din 9 aprilie 2003, Durferrit/OAPI — Kolene (NU-TRIDE) (T-224/01, Rec., p. II-1589), OAPI precizează că, în orice caz, dispozițiile naționale sau comunitare referitoare la motivele absolute de refuz nu pot fi invocate în procedurile de opoziție în fața OAPI.

77 Pe de altă parte, într-o scrisoare din 9 august 2005, depusă ca răspuns la o întrebare adresată de Tribunal, OAPI arată că nu ar fi admisibilă invocarea, de către Budvar, a inaplicabilității articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural în cazul de față, după ce a susținut în fața organelor OAPI că această dispoziție constituia temeiul opoziției în cauză.

Argumentele invocate de Anheuser-Busch

78 Anheuser-Busch reamintește în primul rând că, în contextul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 și în ceea ce privește legislația națională în cauză,

dispoziţiile juridice aplicabile, jurisprudenţa şi doctrina fac parte din situaţia de fapt. Aceste elemente ar trebui să fie prezentate şi dovedite de către persoana care a formulat opoziţia, conform articolului 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94. În speţă, Budvar nu ar fi prezentat o explicaţie coerentă cu privire la dreptul aplicabil şi cu atât mai puţin probe în susţinerea poziţiei sale.

79 În ceea ce priveşte dispoziţiile de drept francez aplicabile, Anheuser-Busch consideră că elementele invocate de Budvar în cursul diferitelor proceduri au fost contradictorii şi neclare. În faţa OAPI, opoziţia s-ar fi întemeiat în principal pe articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural. Din momentul în care camera de recurs a respins opoziţia astfel întemeiată, Budvar şi-ar fi schimbat opinia şi ar fi invocat, pentru prima dată, faptul că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural nu era aplicabil (susţinând că ar fi trebuit să se aplice articolele L. 711-3 şi L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle). Potrivit Anheuser-Busch, această schimbare de opinie şi prezentarea contradictorie a situaţiei legale din Franţa justifică, prin ele însele, respingerea prezentei acţiuni. În special, Anheuser-Busch susţine că Budvar nu poate schimba temeiul juridic în acest stadiu al procedurii şi că argumentele prezentate în această privinţă în faţa Tribunalului nu ar trebui luate în considerare. Acest fapt ar fi conform practicii Tribunalului în materie [Hotărârea Tribunalului din 3 iulie 2003, Alejandro/OAPI — Anheuser-Busch (BUDMEN), T-129/01, Rec., p. II-2251, punctul 67, şi Hotărârea Tribunalului din 18 februarie 2004, Koubi/OAPI — Flabesa (CONFORFLEX), T-10/03, Rec., p. II-719, punctul 52].

80 Pe de altă parte, Anheuser-Busch susţine că este aplicabil articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural. Anheuser-Busch subliniază că Budvar a indicat ea însăşi că articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle „interzice depunerea cu titlu de marcă a unui semn care ar aduce atingere unei denumiri de origine", în timp ce, pe de altă parte, articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural „interzice numai utilizarea numelui geografic care constituie în întregime sau în parte o denumire de origine". Cu alte cuvinte, articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle s-ar referi la înregistrarea mărcilor franceze, în timp ce articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural ar viza utilizarea unei mărci mai recente. În consecinţă, având în vedere faptul că articolul 8 alineatul (4) din

Regulamentul nr. 40/94 se referă la „dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente", Anheuser-Busch concluzionează că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural este singurul aplicabil.

81 Pe de altă parte, presupunând că argumentele invocate de Budvar privind articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle ar fi admisibile şi ar trebui analizate, Anheuser-Busch consideră că aceste argumente nu sunt întemeiate.

82 În special, Anheuser-Busch subliniază că articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle nu determină întinderea protecţiei tuturor drepturilor anterioare pe care le menţionează. Indicând că aceste drepturi anterioare împiedică adoptarea unei mărci dacă aceasta le aduce atingere, articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle ar presupune mai curând că întinderea protecţiei este definită şi reglementată în altă parte. Dacă interpretarea susţinută de Budvar ar fi exactă, atunci alte drepturi anterioare – precum mărcile anterioare foarte cunoscute, drepturile de autor, drepturile industriale sau personale – ar beneficia de o „protecţie absolută" faţă de mărcile mai recente, indiferent de alte condiţii precum, mai ales, similitudinea drepturilor în cauză.

83 Adevărata întrebare în raport cu articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle ar fi dacă s-a adus sau nu atingere unor drepturi anterioare. Răspunsul nu ar putea fi dat decât luând în considerare normele specifice aplicabile acestor drepturi. Anheuser-Busch notează că, în această privinţă, code de la propriété intellectuelle trimite el însuşi în mod explicit la code rural. În special titlul II din cartea VII din code de la propriété intellectuelle, referitor la „denumirile de origine", cuprinde un articol unic (L. 721-1) care arată că „[r]egulile privind determinarea denumirilor de origine sunt prevăzute la articolul L. 115-1 din code de la consommation". Dispoziţiile aplicabile în ceea ce priveşte protecţia denumirilor de origine ar trebui să fie, în consecinţă, cele din code de la consommation, care, la rândul său, trimite la code rural. Anheuser-Busch se opune astfel poziţiei susţinute de Budvar potrivit căreia un semn care reproduce o denumire de origine nu ar putea fi înregistrat ca marcă, indiferent de circumstanţe. În opinia Anheuser-Busch,

denumirea de origine ar fi protejată pentru un anumit produs. Din moment ce produsele în discuție în prezentele cauze sunt diferite, utilizarea aceluiași termen pentru aceste produse nu ar putea aduce atingere denumirilor de origine decât în împrejurări speciale. Asemenea împrejurări nu ar fi prevăzute decât la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, și nu la articolul L. 711-4 din code de la propriété intellectuelle. Această ultimă dispoziție nu ar fi aplicabilă așadar pentru a determina dacă legislația franceză îi conferă lui Budvar un drept conform articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94.

84 Pe de altă parte, Anheuser-Busch arată că, pentru prima dată în cursul a șase ani de procedură, Budvar invocă o încălcare a articolului L. 711-3 literele b) și c) din code de la propriété intellectuelle. Anheuser-Busch nu consideră necesar să răspundă acestor argumente, care ar fi inadmisibile și inaplicabile. Aceste susțineri ar fi tardive și, în orice caz, nesprijinite de fapte sau de probe. Anheuser-Busch subliniază de asemenea că prezentele cauze rezultă din opoziții care privesc motive relative de refuz. Or, articolul L. 711-3 din code de la propriété intellectuelle s-ar referi la motive absolute de respingere a înregistrării unei mărci și, în plus, nu s-ar aplica decât cererilor de înregistrare a unor mărci depuse în Franța.

b) Aprecierea Tribunalului

85 Trebuie să se arate că articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 permite formularea unei opoziții împotriva unei cereri de înregistrare a unei mărci comunitare în baza unui alt semn decât o marcă anterioară, această ultimă situație fiind prevăzută la articolul 8 alineatele (1)-(3) și (5).

86 Potrivit articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, acest semn trebuie să fie utilizat în comerț și să aibă o incidență care să nu fie numai pe plan local. Conform dreptului statului membru aplicabil semnului, drepturile care decurg din

acesta trebuie să fi fost dobândite anterior datei de depunere a cererii de înregistrare a mărcii comunitare sau datei priorităţii invocate în sprijinul cererii de înregistrare a mărcii comunitare. Tot potrivit dreptului statului membru aplicabil semnului, acesta din urmă trebuie să confere titularului dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente.

87 Tribunalul este sesizat de Budvar referitor la o problemă privind ultima condiţie prevăzută la articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, respectiv aceea de a şti dacă s-a dovedit în suficientă măsură, în speţă, faptul că denumirile de origine invocate conferă, în temeiul legislaţiei franceze aplicabile, dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente.

88 Articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 fiind inclus în partea consacrată motivelor relative de refuz şi având în vedere articolul 74 din acelaşi regulament, sarcina de a proba că semnul în cauză conferă dreptul de a interzice utilizarea unei mărci mai recente îi revine persoanei care a formulat opoziţia în faţa OAPI.

89 În acest context, trebuie să se ţină cont în special de reglementarea naţională invocată şi de hotărârile judecătoreşti pronunţate în statul membru respectiv. Întemeindu-se pe acestea, persoana care a formulat opoziţia trebuie să demonstreze că semnul în cauză intră în domeniul de aplicare al dreptului statului membru invocat şi că acesta ar permite interzicerea utilizării unei mărci mai recente. Trebuie să se sublinieze faptul că, în contextul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, demonstrarea de către persoana care a formulat opoziţia trebuie să fie efectuată din perspectiva mărcii comunitare a cărei înregistrare este solicitată.

90 Camera de recurs, după ce a reamintit formularea articolului 1 alineatele (1) şi (2), a articolului 2 alineatul (1), a articolului 3, a articolului 5 alineatul (1) şi a articolului 8 din Aranjamentul de la Lisabona (punctele 41-45 din decizia atacată), a considerat că „[d]enumirile de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona beneficiază în Franţa de protecţia conferită de articolul L. 641-2 din code rural" (punctul 46 din decizia atacată).

91 Trebuie să se arate că dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural sunt reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation.

92 Trebuie să se sublinieze de asemenea că dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, au fost invocate de Budvar în fața organelor OAPI, în special în cadrul recursului introdus la camera de recurs.

93 Budvar invocă, pentru prima dată în fața Tribunalului, faptul că articolul L. 641-2 din code rural era inaplicabil în speță, iar camera de recurs ar fi trebuit să se refere la articolul L. 711-3 literele b) și c) și la articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle.

94 Cu titlu preliminar, trebuie subliniat că, în afară de dispozițiile articolului L. 641-2 din code rural, au fost invocate de Budvar în fața organelor OAPI anumite articole din code de la propriété intellectuelle. Pe de altă parte, în ceea ce privește în special articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle, trebuie arătat că această dispoziție se referă la denumirile de origine „protejate". De aceea, reclamanta era în drept să ridice problema locului pe care îl are articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle în dreptul francez și a legăturii care poate exista între această dispoziție și articolul L. 641-2 din code rural. Din aceste motive, Tribunalul consideră că este admisibilă contestarea de către Budvar a aplicării în speță a dispozițiilor articolului L. 641-2 din code rural de către camera de recurs și a neluării în considerare, în special, a articolului L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle.

95 Pe fond, în primul rând, trebuie arătat că Budvar pornește de la premisa juridică conform căreia articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural nu ar fi aplicabil în măsura în care această dispoziție vizează interzicerea utilizării unui nume

geografic care constituie o denumire de origine, şi nu interzicerea înregistrării unei mărci. Trebuie să se înţeleagă din argumentele invocate de Budvar că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural nu ar fi aplicabil într-o procedură de înregistrare a unei mărci comunitare. Este suficient să se constate, în această privinţă, faptul că articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 prevede că, potrivit dreptului naţional aplicabil, semnul în cauză trebuie să îi confere titularului dreptul de a interzice „utilizarea" unei mărci mai recente. Articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 nu impune ca, potrivit dreptului naţional aplicabil, semnul în cauză să îi confere titularului dreptul de a interzice „înregistrarea unei mărci". Premisa de la care porneşte Budvar nu este aşadar întemeiată. În consecinţă, luarea în considerare a articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural nu poate fi înlăturată pentru acest motiv.

96 În al doilea rând, trebuie să se constate că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural se referă la situaţiile în care un semn mai recent utilizează în mod direct sau indirect numele geografic care constituie o denumire de origine.

97 Articolul 2 din Aranjamentul de la Lisabona, în baza căruia au fost înregistrate denumirile în cauză ca denumiri de origine, prevede că o denumire de origine, în sensul acestui aranjament, este constituită din „denumirea geografică" a unei ţări, a unei regiuni sau a unei localităţi, utilizată pentru a desemna un produs originar din acel loc şi a cărui calitate sau ale cărui caracteristici sunt în mod exclusiv sau esenţial datorate unui anumit mediu geografic, cu factorii săi naturali şi umani inerenţi.

98 În speţă, nu se contestă faptul că marca figurativă a cărei înregistrare este solicitată utilizează în mod direct o denumire geografică ce constituie o denumire de origine, în sensul articolului 2 din Aranjamentul de la Lisabona.

99 În al treilea rând, trebuie să se arate că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural este inclus în titlul IV, referitor la valorificarea produselor agricole sau

alimentare şi în cadrul capitolului 1, intitulat „Denumirile de origine". Articolele L. 641-1-1-L. 641-4 din code rural reglementează cadrul juridic al procedurii de recunoaştere a denumirilor de origine, articolul L. 641-2 al patrulea paragraf precizând întinderea protecţiei conferite denumirilor de origine în cazul în care se utilizează numele geografic din care sunt constituite sau orice altă menţiune care le evocă. Trebuie să se arate că protecţia denumirilor de origine, a indicaţiilor geografice şi a atestatelor de specificitate înregistrate la nivel comunitar este reluată la articolele L. 642-1-L. 642-4 din code rural.

100 În ceea ce priveşte articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, care reproduce dispoziţiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, acesta este reluat într-o secţiune intitulată „Denumiri de origine", ea însăşi cuprinsă într-un capitol referitor la valorificarea produselor şi a serviciilor şi în cadrul unui titlu privind informarea consumatorilor. Articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation reaminteşte procedura de atribuire a unei denumiri de origine controlată, astfel cum este definită la articolul L. 641-2 din code rural, precum şi întinderea protecţiei conferite denumirilor de origine în temeiul paragrafului al patrulea al acestei dispoziţii, în cazul în care se utilizează numele geografic care le constituie sau orice altă menţiune care le evocă.

101 Rezultă din acestea că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, precum şi articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation care îl reproduce sunt dispoziţii specifice care definesc întinderea protecţiei denumirilor de origine în dreptul francez, în cazul în care se utilizează numele geografic care le constituie sau orice altă menţiune care le evocă.

102 În ceea ce priveşte dispoziţiile prevăzute la articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle, precum şi celelalte dispoziţii din acest cod invocate de Budvar, acestea sunt reluate în cadrul titlului 1, referitor la mărcile de fabrică, de comerţ sau de servicii şi în cadrul capitolului 1, intitulat „Elemente constitutive ale mărcii".

103 Trebuie să se arate în această privință, în primul rând, că dispozițiile din code de la propriété intellectuelle invocate de Budvar, spre deosebire de dispozițiile menționate mai sus din code rural și din code de la consommation, nu sunt cuprinse într-o parte din cod privind în mod special denumirile de origine.

104 În al doilea rând, trebuie să se arate că dispozițiile din code de la propriété intellectuelle invocate de Budvar se referă la condițiile de înregistrare a mărcilor în dreptul francez, și nu la cele privind utilizarea acestora, în sensul articolului 8 alineatul (4) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

105 În plus, în ceea ce privește în special articolul L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle, acesta precizează că nu „poate fi adoptat ca marcă un semn care aduce atingere [...] unei denumiri de origine protejate". Pentru a se determina în ce măsură o denumire de origine este „protejată" și, dacă este cazul, dacă un semn îi aduce „atingere", este necesară raportarea în special la dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, atunci când, precum în cazul de față, denumirea geografică ce constituie respectiva denumire de origine este utilizată de către marca solicitată.

106 În al patrulea rând, trebuie să se sublinieze că, la momentul la care a fost adoptată decizia atacată, singura hotărâre judecătorească franceză care privea, precum în cazul de față, utilizarea – pentru un produs nesimilar – a unei denumiri geografice constituind o denumire de origine înregistrată într-un stat terț și protejată în baza Aranjamentului de la Lisabona și care a fost pronunțată după introducerea, în 1990, a articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural în dreptul francez este o hotărâre pronunțată de cour d'appel de Paris la 17 mai 2000, referitoare la denumirile de origine cubaneză Habana și Habanos pentru desemnarea țigărilor și a tutunului brut sau prelucrat, precum și a produselor realizate cu acest tutun (denumită în continuare „Hotărârea Habana, pronunțată de cour d'appel de Paris"). Această hotărâre a fost invocată de Budvar în fața organelor OAPI.

107 Această cauză punea în discuție marca Havana, înregistrată și utilizată în Franța, în special pentru parfum.

108 În această hotărâre, cour d'appel de Paris a analizat mai întâi condițiile prevăzute la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, care reproduce dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, pentru a concluziona că „riscul de deturnare a notorietății denumirii de origine Habana [era] real și e[ra] astfel suficient de caracterizat".

109 În continuare, într-o a doua etapă, în partea intitulată „Cu privire la măsurile care trebuie luate", cour d'appel de Paris a considerat că, în aplicarea, în special, a articolului L. 711-4 litera d) din code de la propriété intellectuelle, reclamanta era „îndreptățită să solicite anularea mărcii Havana depuse în Franța".

110 Pe de altă parte, fără a se baza pe dispoziții din code de la propriété intellectuelle, cour d'appel de Paris a precizat că reclamanta era „îndreptățită de asemenea să solicite ca societăților [în cauză] să li se interzică utilizarea denumirii «havana» pentru a desemna toate produsele cosmetice din gam[ele] [acestora]". Având în vedere termenii utilizați de cour d'appel de Paris, interdicția de a utiliza denumirea „havana" se întemeia pe dispozițiile articolului L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, care reproduc prevederile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural.

111 Rezultă din acestea că, în această cauză, cour d'appel de Paris a analizat condițiile prevăzute la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, care reproduce dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, pentru a determina protecția de care puteau beneficia denumirile de origine în cauză, înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona, în raport cu dreptul francez.

112 Rezultă de asemenea că, în aplicarea dispozițiilor citate anterior din code de la consommation, care le reproduc pe cele din code rural, cour d'appel de Paris a putut interzice utilizarea numelui geografic care constituia denumirile de origine în cauză pentru produsele respective și, în consecință, utilizarea mărcii contestate. Aplicarea dispozițiilor articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, poate conferi așadar dreptul de a interzice „utilizarea" unei mărci mai recente, în sensul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94.

113 Trebuie să se arate că abordarea urmată în Hotărârea Habana fusese deja reținută de cour d'appel de Paris, în cadrul protecției denumirilor de origine înregistrate în baza dreptului francez, într-o hotărâre din 15 decembrie 1993 privind protecția denumirii de origine controlată Champagne. Această hotărâre, invocată de asemenea de Budvar în fața organelor OAPI, se referea la o marcă înregistrată în Franța pentru parfum, care includea numele geografic ce constituia respectiva denumire de origine. În această cauză, cour d'appel de Paris a aplicat mai întâi articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, care reproduce dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, înainte de a se pronunța cu privire la aplicarea dispozițiilor din code de la propriété intellectuelle.

114 Având în vedere toate aceste elemente, trebuie să se concluzioneze că, prin faptul că a luat în considerare dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, camera de recurs nu a săvârșit nicio greșeală.

115 În consecință, prima parte a motivului unic invocat de Budvar trebuie să fie respinsă ca fiind neîntemeiată.

2. Cu privire la cea de a doua parte a motivării, cu titlu subsidiar, referitoare la aplicarea greşită de către camera de recurs a articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural

a) Argumentele părţilor

Argumentele invocate de Budvar

116 Dacă Tribunalul ar considera că o cerere de înregistrare ca marcă a unui nume geografic care constituie o denumire de origine reprezintă utilizarea unui nume geografic în sensul articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, Budvar solicită, în orice caz, Tribunalului să constate că, în decizia atacată, camera de recurs a aplicat în mod greşit acest articol şi dispoziţiile Aranjamentului de la Lisabona.

117 Budvar arată că, în primul rând, camera de recurs a reţinut în mod corect cele ce urmează:

„Este incontestabil faptul că denumirile de origine franceze nu sunt protejate în Franţa decât dacă notorietatea acestora a fost stabilită în mod corespunzător. Articolul L. 641-2 din code rural prevede că produsele agricole, forestiere şi alimentare pot beneficia de o denumire de origine dacă, printre alte condiţii, «se bucură de o notorietate stabilită în mod corespunzător»" (punctul 50 din decizia atacată).

118 Budvar adaugă că totuşi camera de recurs a considerat că poate preciza următoarele:

„Totuşi, această condiţie nu se aplică denumirilor de origine străine protejate în Franţa în baza Aranjamentului de la Lisabona. Reiese în mod clar din articolul 5

alineatul (1) din Aranjament [...] că denumirile de origine protejate în țara de origine dobândesc protecție în celelalte țări ale Uniunii speciale la simpla cerere a autorităților competente din țara de origine" (punctul 50 din decizia atacată).

119 Potrivit Budvar, această ultimă afirmație nu este întemeiată.

120 Budvar arată, în primul rând, că toate statele semnatare ale Aranjamentului de la Lisabona au o reglementare similară în ceea ce privește dobândirea denumirilor de origine. În această privință, articolul 2 din Aranjamentul de la Lisabona ar oferi o definiție a denumirii de origine valabilă în toate statele semnatare.

121 În consecință, toate statele semnatare ale Aranjamentului de la Lisabona ar impune dovedirea unei notorietăți stabilite pentru acordarea unei denumiri de origine. Acest aspect nu ar fi contestat în decizia atacată.

122 Budvar adaugă că notorietatea denumirilor geografice „Budweiser" pentru a desemna unele sortimente de bere a fost cu siguranță demonstrată în Republica Cehă în vederea dobândirii denumirilor de origine respective. Budvar amintește în această privință că denumirile de origine respective au fost înregistrate la OMPI la 22 noiembrie 1967.

123 Pe de altă parte, statul francez, în aplicarea articolului 1 alineatul (2) din Aranjamentul de la Lisabona, ar fi recunoscut și ar fi declarat protejabile denumirile de origine ce includ denumirea geografică „Budweiser" pe teritoriul francez, prin Decretul nr. 70-65 din 9 ianuarie 1970, publicat în *Journal officiel de la République française* la 23 ianuarie 1970. Budvar precizează că nu a fost introdusă nicio cale de atac la Conseil d'État (Consiliul de Stat) împotriva acestui decret.

124 În opinia Budvar, denumirile de origine respective sunt, în consecință, protejate în Franța prin simplul efect al Aranjamentului de la Lisabona și, în special, al articolului 1 alineatul (2) al acestuia.

125 Astfel, o denumire de origine provenind dintr-un stat semnatar al Aranjamentului de la Lisabona ar fi protejată pe teritoriul francez în același mod ca și denumirile naționale, fără a fi necesar să se demonstreze că beneficiază efectiv de notorietate. Așadar, decizia atacată ar fi reținut în mod greșit că „nu se poate prezuma că denumirile de origine [...] care sunt protejate în Franța în baza Aranjamentului de la Lisabona beneficiază de notorietate în Franța" (punctul 50 din decizia atacată).

126 Budvar adaugă că, de asemenea, camera de recurs aplică în mod greșit articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural atunci când reține următoarele:

„În cazul în care o denumire de origine [...] este protejată în Franța în baza Aranjamentului de la Lisabona, aceasta beneficiază de protecție față de produse diferite numai dacă se dovedește că are notorietate în Franța și că utilizarea sa pentru produse diferite ar deturna sau ar diminua această notorietate.

[...]

În speță, [Budvar] nu numai că nu a reușit să facă dovada faptului că denumirile de origine beneficiază de notorietate în Franța, dar nu a reușit nici să demonstreze modul în care notorietatea denumirilor de origine, presupunând că aceasta ar exista,

ar fi susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată dacă [Anheuser-Busch] ar fi autorizată să utilizeze o marcă figurativă ce conține termenul «Budweiser» pentru produsele solicitate din clasele 16, 21, 25 și 30" (punctele 51 și 53 din decizia atacată).

127 Budvar atrage atenția Tribunalului asupra faptului că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, astfel cum a fost reluat în code de la consommation, se referă la utilizarea numelui geografic care constituie în întregime sau în parte o denumire de origine. Acesta nu ar avea în vedere denumirea de origine, ci numele geografic menționat în cuprinsul acesteia. Ar trebui să se deducă așadar că reproducerea numelui geografic care constituie denumirea de origine este interzisă, indiferent dacă produsele sunt identice, similare sau diferite. Această soluție ar fi logică, întrucât numele geografic ar fi elementul esențial și determinant al oricărei denumiri de origine. Utilizarea numai a numelui geografic ar fi de natură să evoce, cu siguranță, produsul la care se referă denumirea de origine.

128 În speță, Anheuser-Busch ar fi solicitat înregistrarea unei mărci care se rezumă la reproducerea numai a numelui geografic „Budweiser", fără a-l integra într-un ansamblu de natură să îl facă să își piardă calitatea de denumire de origine. Nu ar fi, așadar, cazul să se aplice excepția prevăzută la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural și să se verifice dacă marca figurativă a cărei înregistrare este solicitată, care se rezumă la numele geografic „Budweiser", este sau nu de natură să determine diminuarea sau deturnarea notorietății asociate obligatoriu oricărei denumiri de origine.

129 De altfel, și cu titlu în mare măsură subsidiar, Budvar apreciază că notorietatea intrinsecă denumirilor de origine respective este susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată prin înregistrarea mărcii în cauză. Budvar precizează în această privință că niciun text francez nu impune ca această notorietate intrinsecă să aibă un grad deosebit de ridicat pentru ca protecția sa să se extindă asupra unor produse diferite.

Cel mult, ar putea fi necesară demonstrarea faptului că această notorietate intrinsecă este susceptibilă de a fi diminuată şi banalizată prin înregistrarea unei mărci care reproduce numele geografic.

130 Budvar indică faptul că cererea de înregistrare a mărcii respective provine de la o societate producătoare de bere, adică de la un concurent direct. De altfel, Budvar arată că una dintre cererile de înregistrare depuse de Anheuser-Busch se referea la bere (obiectul cauzei conexate T-71/04). În plus, Budvar arată că unul dintre elementele mărcii figurative solicitate este sloganul „king of beers". Prin urmare, marca solicitată face trimitere directă la bere. În orice caz, la data cererii de înregistrare, Anheuser-Busch, în calitate de profesionist în domeniul producerii berii, ar fi cunoscut cu siguranţă notorietatea denumirilor de origine revendicate, cel puţin pe teritoriul ceh.

131 Condiţiile de depunere a cererii de înregistrare a mărcii revelează aşadar atât intenţia evidentă de a aduce atingere notorietăţii denumirilor de origine în cauză, diminuând şi distrugând unicitatea acestora prin banalizarea denumirii „Budweiser", cât şi tentativa de apropriere privativă a acestor denumiri de origine. Faptul că Anheuser-Busch este un producător de bere important ar indica intenţia sa parazitară şi neloială, precum şi scopul de a diminua şi de a banaliza denumirile de origine. Budvar arată că în cauzele în care cour d'appel de Paris a pronunţat Hotărârile din 15 decembrie 1993 (Champagne) şi din 17 mai 2000 (Habana, citată la punctul 106 de mai sus) erau în discuţie întreprinderi care nu erau concurente. În aceste cauze, a fost constatată deturnarea notorietăţii denumirilor de origine respective.

132 În plus, ar trebui să fie luate în considerare raporturile juridice din trecut în care s-au confruntat Budvar şi Anheuser-Busch. Litigiul dintre aceste părţi ar fi luat naştere cu mai mult de un secol în urmă. Budvar arată că, în 1894, domnul Adolphus Busch ar fi declarat că, într-adevăr, s-ar fi inspirat din calitatea excelentă a berii produse la Budweis, în Cehoslovacia, pentru a perfecţiona berea „Budweiser", preparată potrivit metodei cehe la Saint Louis (Missouri), sediul societăţii Anheuser-Busch.

133 Budvar concluzionează că riscul de a aduce atingere notorietății denumirilor de origine este astfel suficient de caracterizat și trebuie să determine Tribunalul să refuze înregistrarea mărcilor respective.

Argumentele invocate de OAPI

134 OAPI răspunde argumentelor invocate de Budvar în cadrul analizei sale referitoare la condiția prevăzută la articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 în sensul că dreptul anterior îi conferă titularului său, în temeiul legislației naționale aplicabile, dreptul de a interzice utilizarea mărcii opuse.

135 După ce a concluzionat, în cadrul primului aspect al motivului unic, că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural era aplicabil, OAPI analizează întinderea protecției denumirilor de origine în baza acestei dispoziții.

136 La acest moment, OAPI operează o distincție între necesitatea de a dovedi notorietatea denumirii de origine și riscul ca această notorietate să fie deturnată sau diminuată.

— Cu privire la necesitatea dovedirii notorietății denumirii de origine

137 OAPI arată că Aranjamentul de la Lisabona impune ca fiecare parte contractantă să acorde protecție denumirilor înregistrate. Această protecție, potrivit OAPI, trebuie să se situeze cel puțin la nivelul de protecție prevăzut de Aranjamentul de la Lisabona.

138 În această privință, OAPI amintește că articolul 3 din Aranjamentul de la Lisabona prevede că „[e]ste garantată protecția împotriva oricărei utilizări abuzive sau imitări, chiar dacă este indicată adevărata origine a produsului sau dacă denumirea este utilizată în traducere sau însoțită de expresii precum «gen», «tip», «fel», «imitație» sau altele similare".

139 În opinia OAPI, protecția minimală impusă se referă numai la produse pentru care s-a efectuat o înregistrare și la produse din aceeași clasă (în speță, berea). Aranjamentul de la Lisabona nu ar impune așadar acordarea unei protecții în afara acestei categorii de produse.

140 Totuși, aceasta nu ar însemna că o denumire de origine nu poate beneficia de o protecție mai extinsă, conform legislației naționale a statului în care este aplicat dreptul dobândit.

141 Reamintind formularea articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, OAPI apreciază că protecția conferită de această dispoziție este de două tipuri.

142 În primul rând, articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural ar prevedea o protecție minimală care ar acoperi utilizarea unei desemnări identice sau a unei desemnări care poate evoca denumirea de origine, în raport cu produse similare. Această protecție ar fi necondiționată și ar putea fi invocată pentru toate denumirile de origine, naționale sau străine, singurele elemente de stabilit fiind posibila evocare între semne, precum și similitudinea dintre produse.

143 În al doilea rând, articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural ar prevedea o protecție mai extinsă a denumirilor de origine, naționale sau străine, care ar acoperi și utilizarea unei desemnări identice sau a unei desemnări care poate evoca denumirea de origine pentru produse diferite. Această protecție ar fi condiționată de dovedirea faptului că denumirea de origine beneficiază de notorietate și că aceasta este susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată.

144 Acest risc ar trebui să fie evaluat în raport cu publicul francez. De asemenea, ar trebui să se demonstreze că notorietatea denumirii de origine este cunoscută de publicul francez. Nu ar putea exista un risc de deturnare sau de diminuare în absența notorietății.

145 În consecință, camera de recurs nu ar fi săvârșit nicio greșeală concluzionând că „nu se poate prezuma că denumirile de origine străine care sunt protejate în Franța în baza Aranjamentului de la Lisabona beneficiază de notorietate în Franța" (punctul 50 din decizia atacată).

146 În aceste condiții, Budvar ar arăta în mod greșit că o denumire de origine beneficiază, prin definiție, de notorietate sau este bine cunoscută. Confuzia Budvar ar proveni din faptul că noțiunea „notorietate a produsului", impusă de articolul 2 alineatul (2) din Aranjamentul de la Lisabona pentru înregistrarea în țara de origine, nu se extinde automat la celelalte țări membre în care se urmărește dobândirea protecției. În consecință, o indicație precum „Budweiser", care beneficiază de notorietate în Republica Cehă, dar care nu este cunoscută sau utilizată pe scară largă pe piața franceză nu ar putea beneficia de notorietate în Franța.

147 Sub acest aspect, OAPI consideră că articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, precum și orice altă dispoziție care interzice deturnarea, exploatarea, diminuarea sau atenuarea notorietății unei denumiri de origine [OAPI face trimitere în special la articolul 13 alineatul (1) din Regulamentul (CEE) nr. 2081/92 al

Consiliului din 14 iulie 1992 privind protecția indicațiilor geografice și a denumirilor de origine ale produselor agricole și alimentare (JO L 208, p. 1)] au ca obiectiv protejarea „imaginii" denumirii de origine, adică valoarea sa economică. Acest prejudiciu nu ar putea interveni decât dacă denumirea de origine beneficiază de notorietate în statul în care este revendicată protecția.

148 OAPI arată că noțiunea de notorietate a denumirilor de origine a fost identificată de Curte în Hotărârea Consorzio del Prosciutto di Parma și Salumificio S. Rita, citată la punctul 62 de mai sus (punctul 64), referitoare la Regulamentul nr. 2081/92, în următorii termeni:

„Reputația denumirilor de origine este în funcție de imaginea de care se bucură acestea în fața consumatorilor. Această imagine depinde ea însăși, în esență, de caracteristicile specifice și, mai general, de calitatea produsului. Aceasta din urmă este cea pe care se bazează, în definitiv, reputația produsului."

149 Imaginea sau notorietatea denumirilor de origine ar depinde de percepția subiectivă a publicului și ar putea varia în funcție de teritoriul considerat. Este adevărat, în opinia OAPI, că imaginea sau notorietatea unei denumiri de origine este determinată de calitatea produsului. Totuși, imaginea sau notorietatea unei denumiri de origine ar depinde în mod semnificativ de alți factori, străini de produsul însuși. OAPI are în vedere în special valoarea investițiilor pentru promovare, intensitatea utilizării denumirii de origine și cota de piață pe care o deține produsul.

150 Întrucât notorietatea denumirilor de origine ar depinde în principal de acești factori și de impactul lor asupra publicului, această notorietate nu ar putea fi dedusă din înregistrarea realizată în cadrul Aranjamentului de la Lisabona și ar fi întotdeauna

necesar să fie dovedită în fiecare țară în care este invocat un prejudiciu cauzat notorietății. Orice altă soluție ar conduce la acordarea aceluiași grad de protecție denumirilor de origine renumite pe scară largă și denumirilor de origine puțin cunoscute și, probabil, la recunoașterea protecției, pentru acestea din urmă, într-o țară în care nu dispun de nicio notorietate.

151 OAPI concluzionează din cele de mai sus că, prin condiționarea aplicării articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural de dovedirea faptului că denumirile de origine beneficiau de notorietate în Franța, camera de recurs nu a săvârșit nicio greșeală.

152 Această concluzie ar fi întărită de jurisprudența franceză. Potrivit OAPI, în anumite cazuri care intră sub incidența articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, legislația națională ar trebui să fie aplicată așa cum ar aplica-o o instanță națională. Hotărârile naționale ar dobândi, în consecință, o importanță specială.

153 În această privință, camera de recurs ar fi fost îndreptățită să facă trimitere la Hotărârea Habana, citată la punctul 106 de mai sus, care s-ar referi la un conflict între denumirea de origine Havane, protejată în baza Aranjamentului de la Lisabona pentru țigări, și marca mai recentă Havana pentru parfumuri. Din această hotărâre ar rezulta că lipsa dovedirii notorietății, în Franța, a denumirii de origine internațională Havane ar fi condus la respingerea acțiunii.

154 OAPI adaugă că, în cazul în care protecția este invocată împotriva utilizării unei desemnări mai recente în raport cu produse diferite, instanțele franceze solicită proba notorietății tuturor denumirilor de origine, indiferent de faptul că originea acestora este națională sau internațională. OAPI face trimitere la hotărârile pronunțate de cour d'appel de Paris la 15 decembrie 1993 și la 12 septembrie 2001, referitoare la denumirea de origine Champagne, anexate la cerere. În consecință, nu ar exista diferență de tratament, contrar celor susținute de Budvar.

— Cu privire la deturnarea sau la diminuarea notorietății denumirii de origine

155 OAPI susține că, de asemenea, camera de recurs a respins în mod corect recursul pe motiv că Budvar nu a reușit să „demonstreze modul în care notorietatea denumirilor de origine, presupunând că aceasta ar exista, ar putea fi deturnată sau diminuată dacă [Anheuser-Busch] ar fi autorizată să utilizeze o marcă figurativă incluzând termenul «Budweiser» pentru produsele solicitate din clasele 16, 21, 25 și 30" (punctul 53 din decizia atacată).

156 Budvar nu ar fi prezentat niciun element de fapt sau argument, în niciun stadiu al procedurii, în susținerea motivului potrivit căruia utilizarea mărcilor în cauză ar risca să deturneze sau să diminueze notorietatea denumirilor de origine. Ținută de textul articolului 74 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94, camera de recurs nu ar fi săvârșit, în consecință, nicio greșeală înlăturând posibilitatea unei astfel de deturnări sau diminuări.

157 Argumentele cuprinse în cerere în această privință ar fi astfel inadmisibile, întrucât sunt prezentate pentru prima dată în fața Tribunalului.

158 Dacă aceste argumente ar trebui considerate totuși ca admisibile, OAPI arată că deturnarea notorietății denumirilor de origine se poate produce atunci când operatorii aleg în mod deliberat semne identice sau similare pentru utilizarea într-un domeniu diferit, cu scopul de a deturna în beneficiul lor o parte a investițiilor realizate de titularul dreptului anterior. Această situație ar fi similară faptului de a dobândi foloase necuvenite din renumele mărcii anterioare, în contextul 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 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92) sau al articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94.

159 OAPI admite că utilizarea unei mărci figurative care conține termenii „king of beers" în raport cu orice tip de produs ar putea, teoretic, să creeze în conștiința publicului o asociere cu berea, deoarece cuprinde termenii „king of beers" și întrucât această utilizare ar putea fi percepută de către public ca o promovare indirectă a activității principale de producător de bere a Anheuser-Busch. Acest fapt ar fi adevărat în special în ceea ce privește utilizarea mărcii figurative solicitate în raport cu „gustările" din clasa 30, din moment ce aceste produse pot fi vândute în baruri și cafenele. În consecință, dacă Tribunalul ar considera că notorietatea denumirilor de origine poate fi prezumată, OAPI solicită ca această cauză să fie trimisă la camera de recurs pentru o examinare complementară sub acest aspect.

160 În ceea ce privește diminuarea notorietății denumirilor de origine, OAPI apreciază că poate exista o astfel de diminuare atunci când produsele pentru care este utilizat semnul în litigiu atrag atenția publicului de o manieră care face ca imaginea și puterea de atracție a denumirii de origine să fie afectate. Această situație ar fi similară aducerii unui prejudiciu renumelui mărcii anterioare, în contextul articolului 5 alineatul (2) din Prima directivă 89/104 sau al articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94.

161 Totuși, în speță nu ar exista un antagonism între bere, pe de o parte, și majoritatea produselor la care se referă cererea de înregistrare, pe de altă parte, care ar putea afecta imaginea denumirilor de origine anterioare. În plus, este puțin probabil ca utilizarea mărcilor respective, în raport cu cea mai mare parte a produselor la care se referă cererea de înregistrare, să poată evoca asocieri mentale negative sau puțin agreabile, care ar intra în conflict cu eventualul prestigiu al denumirilor de origine anterioare.

162 Cu titlu complementar, OAPI prezintă observații referitoare la Actul privind aderarea Republicii Cehe, care a intrat în vigoare la 1 mai 2004, și la modificarea articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94.

163 În ceea ce privește Actul privind aderarea Republicii Cehe, OAPI arată că, începând cu data de 1 mai 2004, adică ulterior adoptării deciziei atacate, denumirile „Ceskobudejovické pivo" și „Budejovické pivo" („Budweiser Bier") sunt protejate în baza Regulamentului nr. 2081/92 ca indicații geografice, actul privind aderarea prevăzând, pe de altă parte, că această protecție „nu aduce atingere mărcilor de bere sau altor drepturi existente în Uniunea Europeană la data aderării". [traducere neoficială]

164 Referitor la articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, OAPI arată că acesta din urmă a fost modificat prin Regulamentul nr. 422/2004 al Consiliului din 19 februarie 2004 (JO L 70, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 2, p. 27), adică ulterior adoptării deciziei atacate, pentru a include drepturile anterioare protejate de legislația comunitară.

165 În opinia OAPI, aceste modificări nu ar trebui să aibă incidență în speță, din moment ce au intervenit după adoptarea deciziei atacate. În orice caz, OAPI arată că articolul 13 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 2081/92 este redactat în termeni similari celor ai articolului L. 641-2 din code rural.

Argumentele invocate de Anheuser-Busch

166 Anheuser-Busch, considerând că notorietatea este necesară, conform articolului L. 641-2 din code rural, pentru a obține protecția unui produs diferit de cel pentru care este protejată denumirea de origine, analizează problema dacă în speță există o astfel de notorietate.

167 Potrivit Anheuser-Busch, Budvar nu a susținut niciodată că ar exista o notorietate actuală în raport cu publicul francez, nici nu a adus proba acestei notorietăți. Anheuser-Busch adaugă că nu ar exista nici măcar o aluzie cu privire la utilizarea denumirilor de origine în Franța și arată în această privință că Budvar nu a prezentat facturi, anunțuri publicitare, broșuri, date referitoare la vânzări sau la cheltuielile de publicitate, la cotele de piață sau la cunoașterea denumirilor de origine.

168 Budvar ar fi susținut mai degrabă că denumirile de origine au o „notorietate intrinsecă" ce ar trebui prezumată, aceasta fiind total independentă de orice utilizare a numelui geografic în Franța și de percepția consumatorului despre acesta. Argumentul pe care se sprijină această teză, invocat de Budvar, ar fi că notorietatea unei denumiri de origine franceze trebuie să fie dovedită la momentul la care protecția acesteia este solicitată în Franța, la Institut national des appellations d'origine (Institutul Național al Denumirilor de Origine).

169 Totuși, în opinia Anheuser-Busch, dovada unei astfel de notorietăți este necesară numai pentru protecția denumirilor de origine franceze. Pentru recunoașterea denumirilor de origine străine nu ar fi necesară notorietatea în Franța. Ar exista sute de denumiri de origine înregistrate, cu efect în Franța în baza Aranjamentului de la Lisabona, care ar fi complet necunoscute de marea majoritate a publicului francez. Anheuser-Busch face trimitere la memoriul său, depus la 18 februarie 2002 la camera de recurs, pe care îl atașează în anexa la memoriile sale în răspuns adresate Tribunalului, și în special la consultația dată de un avocat specialist în proprietate intelectuală în Franța.

170 Anheuser-Busch, referindu-se la hotărârile pronunțate de cour d'appel de Paris în cauzele Habana și Champagne, adaugă că nu s-a demonstrat niciodată că denumirile de origine în discuție în prezentele cauze ar fi fost utilizate în Franța și nici măcar că ar fi dobândit notorietate în fața publicului francez.

171 Din aceste motive, concluziile camerei de recurs în decizia atacată, în special cele reluate la punctele 49-53 din această decizie, ar fi corecte.

172 Pe de altă parte, Anheuser-Busch subliniază că articolul L. 641-2 din code rural condiționează protecția unei denumiri de origine împotriva utilizării unui termen protejat pentru produse diferite de faptul ca notorietatea acestei denumiri să fie susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată.

173 Potrivit Anheuser-Busch, o notorietate care nu există nu poate fi deturnată sau diminuată în sensul articolului L. 641-2 din code rural. Budvar nu ar fi reușit să demonstreze nicio deturnare sau diminuare a denumirilor de origine.

174 În ceea ce privește afirmațiile lui Budvar referitoare la pretinsa atitudine răuvoitoare a Anheuser-Busch, acestea nu ar fi pertinente și ar fi în mod clar tardive. Mai mult, ele nu ar fi susținute de fapte sau de probe pertinente și ar fi, de fapt, pur și simplu false. Anheuser-Busch consideră de asemenea că atitudinea unei părți nu are niciun rol în stabilirea faptului că utilizarea unui semn determină un prejudiciu potențial sau o deturnare a notorietății unui alt semn.

175 În orice caz, bazându-se pe argumentele prezentate cu titlu complementar, Anheuser-Busch consideră că opoziția formulată de Budvar trebuia să fie respinsă în temeiul articolului 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94.

176 În primul rând, Anheuser-Busch apreciază că unul dintre motivele pe care se bazează respingerea opoziției ar fi explicația insuficientă furnizată de Budvar cu

privire la dreptul aplicabil în speță. În al doilea rând, Anheuser-Busch subliniază absența probei privind utilizarea denumirilor de origine în comerț, în Franța, înainte de depunerea cererii de marcă. În al treilea rând, potrivit Anheuser-Busch, Budvar nu a furnizat nicio dovadă că utilizarea semnelor în cauză a fost mai importantă decât o simplă utilizare locală. În al patrulea rând, Anheuser-Busch susține că denumirile de origine în cauză nu sunt valabile, întrucât nu respectă condițiile de recunoaștere prevăzute de Aranjamentul de la Lisabona.

b) Aprecierea Tribunalului

177 În primul rând, considerând că articolul L. 642-1 al patrulea paragraf din code rural era aplicabil în speță și că produsele la care se referă marca figurativă solicitată și cele la care se referă denumirile de origine în cauză erau diferite, camera de recurs a indicat:

„Este incontestabil faptul că denumirile de origine franceze nu sunt protejate în Franța decât dacă notorietatea acestora a fost stabilită în mod corespunzător [...] [și] nu se poate prezuma că denumirile de origine străine care sunt protejate în Franța în baza Aranjamentului de la Lisabona beneficiază de notorietate în Franța" (punctul 50 din decizia atacată).

178 În al doilea rând, camera de recurs a precizat:

„În cazul în care o denumire de origine străină este protejată în Franța în baza Aranjamentului de la Lisabona, aceasta beneficiază de protecție față de produse diferite numai dacă se dovedește că are notorietate în Franța și că utilizarea sa pentru produse diferite ar deturna sau ar diminua această notorietate" (punctul 51 din decizia atacată).

179 În al treilea rând, camera de recurs a constatat:

„[Budvar] nu numai că nu a reuşit să facă dovada faptului că denumirile de origine beneficiază de notorietate în Franța, dar nu a reuşit nici să demonstreze modul în care notorietatea denumirilor de origine, presupunând că aceasta ar exista, ar fi susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată dacă [Anheuser-Busch] ar fi autorizată să utilizeze o marcă figurativă ce conține termenul «Budweiser» pentru produsele solicitate din clasele 16, 21, 25 şi 30" (punctul 53 din decizia atacată).

180 Argumentele invocate de Budvar reluate în cadrul celui de al doilea aspect al motivului unic evidențiază în realitate două greşeli pe care le-ar fi săvârşit camera de recurs.

181 În primul rând, Budvar consideră că, în esență, condițiile prevăzute la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural pentru a conferi, în cazul produselor nesimilare, protecție în Franța denumirilor de origine înregistrate de către un alt stat în baza Aranjamentului de la Lisabona, şi în special necesitatea de demonstra un risc de deturnare sau de diminuare a notorietății respectivelor denumiri, sunt mai restrictive decât condițiile impuse de Aranjamentul de la Lisabona. În consecință, numele geografic care constituie o denumire de origine înregistrată în baza Aranjamentului de la Lisabona ar fi protejat, indiferent care ar fi produsele la care se referă marca ulterioară, fără a fi nevoie să se demonstreze existența oricărei notorietăți sau a unui risc de deturnare sau de diminuare a respectivei notorietăți.

182 În acest context, Budvar a precizat în cadrul şedinței că, în temeiul articolului 55 din Constituția franceză, tratatele sau acordurile ratificate sau aprobate în mod corespunzător ar avea, din momentul publicării lor, o autoritate superioară celei a legilor, sub rezerva, pentru fiecare acord sau tratat, a aplicării de către cealaltă parte. În consecință, prevederile legale franceze anterioare sau chiar posterioare intrării în

vigoare a acestui text ar trebui interpretate în conformitate cu textul Aranjamentului de la Lisabona. Budvar a adăugat că nu este de acord cu modul în care instanțele franceze aplică Aranjamentul de la Lisabona.

183 În al doilea rând și în orice caz, Budvar apreciază că notorietatea denumirilor de origine respective putea fi prezumată și că riscul de deturnare sau de diminuare a acestei notorietăți a fost confirmat.

Cu privire la conformitatea condițiilor prevăzute la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural în raport cu dispozițiile Aranjamentului de la Lisabona pentru produse nesimilare

184 Dintre statele actualmente membre ale Uniunii Europene, Republica Franceză, Republica Ungară, Republica Italiană, Republica Portugheză, Republica Cehă și Republica Slovacă erau părți contractante la Aranjamentul de la Lisabona la momentul adoptării deciziei atacate.

185 În primul rând, potrivit textului Aranjamentului de la Lisabona, trebuie să se arate legătura strânsă care există între denumirea de origine și produsul la care se referă această denumire, precum și protecția care decurge din aceasta. Mai concret, părțile contractante la Aranjamentul de la Lisabona s-au angajat să protejeze, conform articolului 1 alineatul (2) din respectivul aranjament, denumirile de origine ale „produselor" celorlaltor țări. Potrivit normei 5 alineatul (2) punctul (iv) din Regulamentul de punere în aplicare a Aranjamentului de la Lisabona, cererea internațională de înregistrare a unei denumiri de origine în baza Aranjamentului respectiv trebuie să menționeze „produsul căruia i se aplică această denumire".

186 În al doilea rând, articolul 2 alineatul (1) din Aranjamentul de la Lisabona prevede că produsul care beneficiază de denumirea de origine trebuie să își datoreze calitatea sau caracteristicile în mod exclusiv sau esențial unui anumit mediu geografic, cu factorii săi naturali și umani inerenți. Pe de altă parte, protecția prevăzută la articolul 3 din Aranjamentul de la Lisabona se referă la cazurile în care denumirea de origine înregistrată este utilizată în mod abuziv sau imitată. În acest cadru, protecția unei denumiri de origine împotriva oricărei utilizări abuzive sau imitări este incidentă atunci când produsele în cauză sunt identice sau similare. Această protecție vizează să asigure că nu fac obiectul unei aproprieri sau al unei reproduceri fără drept calitatea sau caracteristicile produsului respectiv, care sunt determinate de un anumit mediu geografic, cu factorii naturali și umani inerenți.

187 În al treilea rând, articolul 3 din Aranjamentul de la Lisabona prevede că protecția este garantată „chiar dacă este indicată adevărata origine a produsului" sau dacă denumirea este utilizată în traducere sau însoțită de expresii precum «gen», «tip», «fel», «imitație» sau altele similare. Aceste precizări, având în vedere termenii utilizați, nu au sens decât atunci când produsele în cauză sunt identice sau cel puțin similare.

188 Prin urmare, trebuie să se constate că protecția conferită în baza Aranjamentului de la Lisabona se aplică, fără a aduce atingere unei eventuale extinderi a acestei protecții de către o parte contractantă pe teritoriul său, atunci când produsele la care se referă denumirea de origine în cauză și cele la care se referă semnul care este susceptibil de a-i aduce atingere sunt identice sau cel puțin similare.

189 Pe de altă parte, fără să se pună problema de a se proceda la o analiză prin analogie, trebuie să se arate că, la nivel comunitar, Regulamentul nr. 2081/92 privind protecția indicațiilor geografice și a denumirilor de origine ale produselor agricole și alimentare, în forma în care era aplicabil la data faptelor, conține la articolul 13 alineatul (1) litera (b) dispoziții asemănătoare celor reluate la articolul 3 din Aranjamentul de la Lisabona, dar și, în mod expres, la articolul 13 alineatul (1) litera

(a), dispoziții care prevăd, în anumite condiții, protecția denumirilor înregistrate la nivel comunitar atunci când produsele în cauză nu sunt comparabile cu cele înregistrate sub aceste denumiri.

190 Nu rezultă din jurisprudență, în special din Hotărârea Curții din 4 martie 1999, Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola (C-87/97, Rec., p. I-1301), precum și din concluziile prezentate de avocatul general Jacobs în această cauză (Rec., p. I-1304), că articolul 13 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 2081/92 ar fi fost interpretat în sensul că protecția conferită în temeiul articolului menționat se aplică atunci când produsele în cauză sunt diferite, această din urmă situație fiind reglementată de articolul 13 alineatul (1) litera (a) din același regulament.

191 Trebuie să se arate în acest context că, dacă interpretarea textului Aranjamentului de la Lisabona propusă de Budvar, care tinde să extindă protecția denumirilor la toate produsele, indiferent dacă sunt identice, similare sau diferite, ar corespunde intenției celor care au redactat aranjamentul menționat, consecința acesteia, la momentul adoptării Regulamentului nr. 2081/92, ar fi ca anumite state membre, care sunt de asemenea părți contractante la aranjament să fie puse într-o situație contradictorie. Într-adevăr, în timp ce articolul 13 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 2081/92 și articolul 3 din Aranjamentul de la Lisabona sunt formulate în termeni aproape identici, protecția denumirilor de origine înregistrate la nivel comunitar sau în baza Aranjamentului de la Lisabona ar diferi foarte mult în cadrul pieței unice, pentru produse diferite, în funcție de aplicarea uneia sau alteia dintre dispozițiile citate anterior.

192 Cu toate acestea, faptul că protecția acordată în baza Aranjamentului de la Lisabona nu se aplică decât în cazul în care produsele la care se referă denumirea de origine în cauză și cele la care se referă semnul susceptibil de a-i aduce atingere sunt identice sau cel puțin similare nu împiedică părțile contractante la Aranjamentul de la Lisabona să prevadă o protecție mai extinsă în ordinea juridică națională.

193 Articolul 4 din Aranjamentul de la Lisabona prevede de altfel că dispozițiile Aranjamentului nu exclud în niciun fel protecția existentă deja în favoarea denumirilor de origine în fiecare dintre părțile contractante în temeiul altor instrumente internaționale sau în temeiul legislației naționale ori al jurisprudenței.

194 Dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, astfel cum au fost aplicate de instanțele franceze în ceea ce privește protecția denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona, se înscriu în această logică.

195 Prevăzând că numele geografic care constituie o denumire de origine sau orice altă mențiune care o evocă nu pot fi utilizate pentru niciun produs similar, aceste dispoziții permit denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona să beneficieze de protecția prevăzută la articolul 3 din Aranjament împotriva oricărei imitări sau utilizări abuzive. În acest context, dacă produsele în cauză ar fi identice sau similare, denumirile de origine invocate de Budvar și reluate la punctul 16 de mai sus ar putea face obiectul protecției în temeiul dreptului francez, fără a fi necesar să se demonstreze că aceste denumiri beneficiază de notorietate pe teritoriul francez, nici, *a fortiori*, că notorietatea este susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată.

196 Prevăzând, pe de altă parte, că numele geografic care constituie denumirea de origine sau orice altă mențiune care o evocă nu pot fi utilizate pentru niciun alt produs sau serviciu atunci când această utilizare este susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea denumirii de origine, dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, permit denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona să beneficieze de o protecție mai extinsă decât cea prevăzută de aranjament. Această protecție mai extinsă este totuși supusă anumitor condiții.

197 Rezultă din cele de mai sus că, spre deosebire de cele susținute de Budvar în esență, condițiile prevăzute la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural pentru produse nesimilare nu sunt mai restrictive decât condițiile prevăzute de Aranjamentul de la Lisabona.

198 Cu titlu suplimentar, Tribunalul arată că Biroul internațional al OMPI, care administrează Aranjamentul de la Lisabona, a subliniat el însuși cele ce urmează, într-un document public din 8 iunie 2000 intitulat „Soluții posibile în caz de conflict între mărci și indicații geografice și în caz de conflict între indicații geografice omonime", disponibil pe site-ul internet al OMPI cu referința SCT/5/3 și distribuit în cadrul celei de a cincea sesiuni a Comitetului permanent privind dreptul mărcilor, desenelor și modelelor industriale și indicațiilor geografice:

„Orice utilizator legitim al unei indicații geografice are dreptul de a se opune ca orice altă persoană să utilizeze această indicație geografică dacă produsele cu privire la care este utilizată nu au originea geografică indicată. Ca și mărcile, indicațiile geografice sunt supuse principiului «specialității», adică nu sunt protejate decât pentru tipul de produse cu privire la care sunt efectiv utilizate, și principiului «teritorialității», adică nu sunt protejate decât pentru un teritoriu determinat și sunt supuse legilor și reglementărilor aplicabile pe acest teritoriu. Există o excepție de la principiul specialității pentru indicațiile geografice care beneficiază de reputație. În prezent, tratatele administrate de OMPI sau Acordul privind [aspectele comerciale legate de drepturile de proprietate intelectuală] nu prevăd extinderea protecției la această categorie specială de indicații geografice" (punctul 20 din documentul SCT/5/3).

Cu privire la dovada notorietății denumirilor de origine în cauză pe teritoriul francez pentru produse nesimilare

199 În primul rând, trebuie amintit, așa cum s-a arătat la punctul 188 de mai sus, că protecția conferită de Aranjamentul de la Lisabona se aplică în cazul în care produsele în cauză sunt identice sau similare.

200 În al doilea rând, trebuie să se constate că produsele în discuție în cauza T-57/04, respectiv cele la care se referă marca figurativă solicitată – din clasele 16, 21, 25, 30, produsele din clasa 32 care fac obiectul cauzei T-71/04 – și cele la care se referă denumirile de origine invocate de Budvar în raport cu articolul 8 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94 – din clasa 32 – sunt diferite. Niciuna dintre părțile în litigiu nu contestă acest element de fapt care, pe de altă parte, a fost indicat de camera de recurs.

201 În al treilea rând, în temeiul dispozițiilor articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, astfel cum au fost aplicate de instanțele franceze în ceea ce privește protecția denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona, numele geografic care constituie denumirea de origine sau orice mențiune care o evocă nu pot fi utilizate pentru niciun alt produs sau serviciu în cazul în care această utilizare este susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea denumirii de origine. Așa cum s-a arătat la punctul 196 de mai sus, această dispoziție permite denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona să beneficieze de o protecție mai extinsă decât cea prevăzută de aranjament.

202 În al patrulea rând, în acest context, conform principiului teritorialității, protecția denumirilor de origine este reglementată de dreptul țării în care este solicitată protecția (Hotărârea Curții din 10 noiembrie 1992, Exportur, C-3/91, Rec., p. I-5529, punctul 12). Această protecție este determinată așadar de dreptul acestei țări, în raport cu împrejurările de fapt care prevalează în speță.

203 În al cincilea rând, trebuie să se arate că notorietatea denumirilor de origine depinde de imaginea de care se bucură acestea în fața consumatorilor. Această imagine depinde ea însăși, în esență, de caracteristicile specifice și, mai general, de calitatea produsului. Aceasta din urmă este cea pe care se întemeiază, în definitiv, notorietatea produsului, această notorietate putând fi mai mult sau mai puțin importantă.

204 Rezultă din aceste elemente că, apreciind că Budvar ar fi trebuit să dovedească faptul că denumirile de origine în cauză beneficiau de notorietate pe teritoriul francez, camera de recurs nu a săvârşit nicio greşeală. Această dovadă trebuia să permită în special determinarea imaginii de care se bucură denumirile de origine în cauză în faţa consumatorilor francezi.

205 Camera de recurs a constatat că Budvar nu a adus dovada unei astfel de notorietăţi pe teritoriul francez. Budvar nu a pus în discuţie în faţa Tribunalului, în special în cadrul cererii sale, constatarea de fapt a camerei de recurs sub acest aspect. Budvar susţine de fapt că notorietatea denumirilor de origine în cauză poate fi prezumată în temeiul dispoziţiilor dreptului francez sau al înregistrării realizate în baza Aranjamentului de la Lisabona.

206 Trebuie să se arate că prezumţiile de notorietate invocate de Budvar nu pot fi considerate elemente obiective care să permită evaluarea concretă a notorietăţii denumirilor de origine în cauză pe teritoriul francez sau, dacă este cazul, măsurarea importanţei acesteia.

207 Trebuie să se sublinieze în această privinţă că, în Hotărârea Habana, citată la punctul 106 de mai sus, cour d'appel de Paris a precizat că era „incontestabil şi foarte bine stabilit prin documentele prezentate în cadrul dezbaterilor (în special extrasul din cartea *La grande histoire du cigare*, precum şi diversele extrase de presă) că ţigara havana provenind din Cuba se bucură de un renume excepţional şi este în general considerată una dintre cele mai bune din lume". Rezultă din acestea că, pentru a verifica dacă, în speţă, sunt îndeplinite condiţiile prevăzute la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, care reproduc dispoziţiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, cour d'appel de Paris s-a bazat pe elemente obiective şi nu a prezumat notorietatea denumirilor de origine în discuţie în această cauză. Aceste elemente obiective sunt cele care i-au permis să constate că

notorietatea denumirii de origine în cauză era „excepțională" și să considere, în plus, că deturnarea notorietății unei denumiri atât de evocatoare și de „prestigioase" risca să determine o diminuare a acesteia, în special în Franța.

208 În ceea ce privește în special dispozițiile dreptului francez la care se referă Budvar, trebuie să se constate că articolul L. 641-2 paragraful al doilea din code rural nu permite să se prezume nicio notorietate a denumirilor de origine în cauză pe teritoriul francez. Această dispoziție prevede că: „În condițiile prevăzute în continuare, [produsele agricole sau alimentare, brute sau prelucrate] pot beneficia de o denumire de origine controlată dacă îndeplinesc prevederile articolului L. 115-1 din code de la consommation, se bucură de o notorietate stabilită în mod corespunzător și fac obiectul unor proceduri de aprobare". Așa cum în mod corect arată camera de recurs, în esență, această dispoziție nu se aplică denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona, ci se referă la procedura de dobândire a unei „denumiri de origine controlată" în Franța. În consecință, nu poate decurge din această dispoziție nicio prezumție de notorietate, pe teritoriul francez, pentru denumirile de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona.

209 Această concluzie nu poate fi infirmată de împrejurarea că instanțele franceze aplică, pe de altă parte, dispozițiile articolului L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, care reproduc dispozițiile articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, pentru a acorda o protecție extinsă denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona, în cazul în care produsele în cauză sunt diferite. Trebuie să se distingă, într-adevăr, între condițiile de recunoaștere a denumirilor de origine și condițiile referitoare la protecția acestora în temeiul dreptului francez. În consecință, chiar dacă instanțele franceze acordă denumirilor de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona o protecție mai extinsă decât cea prevăzută de Aranjament, în special în aplicarea dispozițiilor articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, aceasta nu înseamnă totuși că aceste denumiri de origine beneficiază de o prezumție de notorietate în baza unei proceduri de recunoaștere aplicabile denumirilor de origine controlată înregistrate în Franța. Trebuie să se sublinieze, în plus, că o astfel de

prezumție de notorietate, în temeiul articolului L. 641-2 paragraful al doilea din code rural, nu rezultă din înscrisurile prezentate în cadrul dezbaterilor și, în special, din Hotărârea Habana, pronunțată de cour d'appel de Paris, citată la punctul 106 de mai sus.

210 În ceea ce privește dispozițiile Aranjamentului de la Lisabona, acestea nu permit într-o mai mare măsură să se prezume notorietatea, pe teritoriul francez, a denumirilor de origine invocate de Budvar. Trebuie amintit, în primul rând, așa cum s-a arătat la punctul 188 citat mai sus, că protecția conferită de aranjament nu se referă la situațiile în care produsele în cauză sunt diferite, precum în speță. În consecință, Aranjamentul de la Lisabona nu ar putea avea efect cu privire la dovada notorietății denumirilor de origine în cauză pe teritoriul francez pentru produse diferite. Pe de altă parte, din punctul de vedere al situației de fapt, trebuie să se arate că, deși articolul 2 din Aranjamentul de la Lisabona prevede că „[ț]ara de origine este țara al cărei nume sau în care este situată regiunea sau localitatea al cărei nume constituie denumirea de origine care a conferit notorietate produsului", nu se poate deduce din această dispoziție că denumirile de origine înregistrate în baza Aranjamentului de la Lisabona beneficiază de notorietate pe teritoriul fiecărei părți contractante la aranjament.

211 Rezultă din toate aceste elemente că, apreciind că Budvar nu a dovedit că denumirile de origine beneficiază de notorietate în Franța și că, în consecință, unul dintre elementele care intră în domeniul de aplicare al protecției conferite de articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural, reprodus la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, lipsește în speță, camera de recurs nu a săvârșit nicio greșeală.

212 Cu titlu suplimentar, trebuie să se arate că aceasta nu numai că a constatat că Budvar nu a dovedit că denumirile de origine în cauză beneficiau de notorietate pe teritoriul francez, ci a și adăugat că Budvar nu a reușit să „demonstreze modul în care notorietatea denumirilor de origine, presupunând că aceasta ar exista, ar fi susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată dacă [Anheuser-Busch] ar fi autorizată

să utilizeze o marcă figurativă ce conține termenul «Budweiser» pentru produsele solicitate din clasele 16, 21, 25 și 30" (punctul 53 din decizia atacată).

213 Trebuie să se sublinieze faptul că dispozițiile articolului L. 642-1 al patrulea paragraf din code rural, reproduse la articolul L. 115-5 al patrulea paragraf din code de la consommation, precizează că numele geografic care constituie denumirea de origine sau orice altă mențiune care o evocă nu pot fi utilizate pentru niciun produs similar, nici „pentru alt produs sau serviciu" în cazul în care „această utilizare" este susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea denumirii de origine. Utilizarea numelui geografic care constituie denumirea de origine pentru un anumit „produs" sau pentru un anumit „serviciu" este așadar cea care trebuie să fie susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea denumirii de origine. Acest produs sau acest serviciu este astfel luat în considerare în mod obligatoriu în aprecierea riscului de deturnare sau de diminuare a notorietății denumirii de origine.

214 Această interpretare este confirmată de jurisprudența franceză, în special de Hotărârea Habana, pronunțată de cour d'appel de Paris (citată la punctul 106 de mai sus).

215 În această hotărâre au fost făcute de către cour d'appel de Paris următoarele constatări:

„Considerând că societatea Aramis a lansat pe piață și distribuie un parfum masculin purtând denumirea «havana» [...]; că forma flaconului [...] evocă, datorită formei alungite încoronate cu un dop gri metalizat, forma unei țigări în curs de a se consuma [...]

Considerând că nu se contestă faptul că lansarea unui nou parfum implică un risc financiar important şi că, pentru a diminua acest risc, trebuie ca publicul, care nu îi cunoaşte mirosul, să fie sedus prin crearea, în conştiinţa acestuia, a unei imagini deosebit de atractive prin forţa evocatoare pe care aceasta este susceptibilă de a o transmite [...]

Întrucât alegerea [...] termenului «havana» pentru a promova un parfum de lux destinat bărbaţilor nu este nicidecum rezultatul unei coincidenţe, ci reflectă voinţa deliberată a societăţii de a transmite, prin forţa evocatoare deosebit de puternică pe care o poartă, imaginea prestigioasă, voluptuoasă şi de bun gust care se asociază cu ţigara havana şi se degajează din rotocoalele de fum [...]"

216 Rezultă din acestea că, pentru a concluziona că notorietatea acestei denumiri era susceptibilă de a fi deturnată sau diminuată, cour d'appel de Paris s-a bazat, în mare parte, pe produsul la care se referă utilizarea numelui geografic care constituie denumirea de origine în cauză.

217 Pe de altă parte, această abordare a fost urmată de instanţele franceze cu privire la protecţia denumirilor de origine controlată franceze. Astfel, în Hotărârea din 15 decembrie 1993, referitoare la protecţia denumirii de origine controlată Champagne, hotărâre invocată de asemenea de Budvar în faţa organelor OAPI, cour d'appel de Paris a precizat că „adoptând denumirea Champagne pentru lansarea unui nou parfum de lux, alegând o prezentare care evocă dopul caracteristic sticlelor acestui tip de vin şi utilizând în mesajele promoţionale imaginea şi senzaţiile gustative de bucurie şi de sărbătoare pe care le evocă, apelanţii au vrut să creeze un efect de atracţie folosind prestigiul denumirii litigioase".

218 În speţă, trebuie să se constate că Budvar nu a detaliat în faţa organelor OAPI, şi în special în faţa camerei de recurs, elemente care să demonstreze că utilizarea

denumirii geografice în cauză, în special pentru produsele din clasele 16, 21, 25 şi 30 la care se referă marca figurativă solicitată, era susceptibilă de a deturna sau de a diminua notorietatea – presupunând că aceasta ar fi dovedită pe teritoriul francez – a denumirilor de origine respective. Trebuie să se adauge că, fiind vorba despre un aspect pur conjunctural, revenea Budvar sarcina de a-şi formula cererea cu suficientă precizie pentru a permite OAPI să se pronunţe în totalitate asupra pretenţiilor sale.

219 Din motivele prezentate anterior, cel de al doilea aspect al motivului unic invocat de Budvar trebuie să fi respins.

220 În consecinţă, fără a fi necesar să se pronunţe asupra argumentelor prezentate de Anheuser-Busch cu titlu suplimentar, acţiunea introdusă de Budvar trebuie să fie respinsă în totalitate. În plus, în ceea ce priveşte argumentele suplimentare prezentate de Anheuser-Busch şi în măsura în care acestea trebuie înţelese ca un motiv autonom întemeiat pe articolul 134 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, trebuie să se arate că acest motiv este incompatibil cu propriile concluzii ale intervenientei şi, prin urmare, ar trebui să fie respins [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 16 noiembrie 2006, Jabones Pardo/OAPI — Quimi Romar (YUKI), T-278/04, punctele 44 şi 45]. Într-adevăr, prin argumentele suplimentare invocate de Anheuser-Busch se are în vedere contestarea, în esenţă, a anumitor aspecte de fapt şi juridice reţinute de camera de recurs. Or, Anheuser-Busch nu a solicitat anularea sau reformarea deciziei atacate în temeiul articolului 134 alineatul (3) din Regulamentul de procedură.

II — *Cauza T-71/04*

221 Prin scrisoare adresată grefei Tribunalului la 8 mai 2007, Anheuser-Busch a informat Tribunalul că şi-a retras cererea de înregistrare a mărcii comunitare în ceea ce priveşte produsele din clasa 32. Anheuser-Busch a prezentat o copie a actului de retragere a cererii de înregistrare, transmis la OAPI la 8 mai 2007.

222 În măsura în care obiectul acțiunii în cauza T-71/04 este chiar înregistrarea mărcii solicitate pentru produse din clasa 32, Anheuser-Busch consideră că nu mai este cazul să continue procedura în fața Tribunalului.

223 În ceea ce privește cheltuielile de judecată, Anheuser-Busch lasă la aprecierea Tribunalului luarea unei decizii adecvate în această privință.

224 După redeschiderea procedurii orale, decisă prin Ordonanța din 14 mai 2007, Tribunalul a invitat OAPI și Budvar să își prezinte observațiile cu privire la cererea de a nu se pronunța asupra fondului cauzei, adresată Tribunalului de Anheuser-Busch, ceea ce aceștia au făcut în termenele prevăzute.

225 Printr-o scrisoare adresată grefei Tribunalului la 16 mai 2007, OAPI a confirmat că cererea de înregistrare a mărcii comunitare fusese retrasă în ceea ce privește produsele din clasa 32 și a indicat că nu mai este necesar ca Tribunalul să se pronunțe asupra fondului în cauza T-71/04. În ceea ce privește cheltuielile de judecată, OAPI solicită Tribunalului să nu le rețină în sarcina sa.

226 Printr-o scrisoare adresată grefei Tribunalului la 22 mai 2007, Budvar a luat act de retragerea cererii de înregistrare a mărcii comunitare în ceea ce privește produsele din clasa 32 și a solicitat ca Tribunalul să decidă cu privire la cheltuielile de judecată.

227 Procedura orală a fost declarată terminată din nou la 24 mai 2007.

228 Conform articolului 113 din Regulamentul de procedură al Tribunalului, este suficient, în speță, să se constate că, având în vedere retragerea cererii de înregistrare în ceea ce privește produsele din clasa 32, acțiunea din cauza T-71/04 a rămas fără obiect. Ca urmare, nu mai este necesar ca Tribunalul să se pronunțe asupra fondului.

Cu privire la cheltuielile de judecată

I — *Cauza T-57/04*

229 Potrivit articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.

230 Întrucât Budvar a căzut în pretenții în cauza T-57/04, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată, conform concluziilor OAPI și Anheuser-Busch.

II — *Cauza T-71/04*

231 Potrivit articolului 87 alineatul (6) din Regulamentul de procedură, cheltuielile de judecată rămân la aprecierea Tribunalului în cazul în care acesta nu se pronunță asupra fondului cauzei.

232 În speță, Tribunalul apreciază că împrejurările justifică obligarea Anheuser-Busch la plata cheltuielilor de judecată.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a cincea extinsă)

declară și hotărăște:

1) În cauza T-57/04:

— respinge acțiunea;

— obligă Budějovický Budvar, národní podnik la plata cheltuielilor de judecată.

2) În cauza T-71/04:

— nu mai este necesar să se pronunțe asupra fondului;

— obligă Anheuser-Busch, Inc. la plata cheltuielilor de judecată.

Vilaras Martins Ribeiro Dehousse

Šváby Jürimäe

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

Grefier Președinte

E. Coulon M. Vilaras

Cuprins

Cadrul juridic ..... II - 1835

I — Reglementarea internațională ..... II - 1835

II — Reglementarea comunitară ..... II - 1838

III — Reglementarea națională ..... II - 1842

Istoricul cauzei ..... II - 1845

I — Cererea de înregistrare a unei mărci comunitare depusă de Anheuser-Busch II - 1845

II — Opoziția formulată împotriva cererii de înregistrare a mărcii comunitare ..... II - 1847

III — Decizia diviziei de opoziție ..... II - 1850

IV — Deciziile Camerei a doua de recurs a OAPI ..... II - 1851

Concluziile părților ..... II - 1854

I — Cauza T-57/04 ..... II - 1854

II — Cauza T-71/04 ..... II - 1855

În drept ..... II - 1856

I — Cauza T-57/04 ..... II - 1856

A — Cu privire la admisibilitatea celui de al doilea capăt al cererii introduse de Budvar ..... II - 1856

B — Cu privire la fond ..... II - 1857

1. Cu privire la prima parte a motivării, referitoare la inaplicabilitatea articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural ..... II - 1859

a) Argumentele părților ..... II - 1859

Argumentele invocate de Budvar ..... II - 1859

Argumentele invocate de OAPI ..... II - 1862

Argumentele invocate de Anheuser-Busch ..... II - 1866

b) Aprecierea Tribunalului ..... II - 1869

2. Cu privire la cea de a doua parte a motivării, cu titlu subsidiar, referitoare la aplicarea greşită de către camera de recurs a articolului L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural ..... II - 1877

a) Argumentele părţilor ..... II - 1877

Argumentele invocate de Budvar ..... II - 1877

Argumentele invocate de OAPI ..... II - 1882

— Cu privire la necesitatea dovedirii notorietăţii denumirii de origine ..... II - 1882

— Cu privire la deturnarea sau la diminuarea notorietăţii denumirii de origine ..... II - 1887

Argumentele invocate de Anheuser-Busch ..... II - 1889

b) Aprecierea Tribunalului ..... II - 1892

Cu privire la conformitatea condiţiilor prevăzute la articolul L. 641-2 al patrulea paragraf din code rural în raport cu dispoziţiile Aranjamentului de la Lisabona pentru produse nesimilare ..... II - 1894

Cu privire la dovada notorietăţii denumirilor de origine în cauză pe teritoriul francez pentru produse nesimilare ..... II - 1898

II – Cauza T-71/04 ..... II - 1905

Cu privire la cheltuielile de judecată ..... II - 1907

I – Cauza T-57/04 ..... II - 1907

II – Cauza T-71/04 ..... II - 1907