SENTENZA TAL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (L-Ewwel Awla)

27 ta' Novembru 2008 *

Fil-Kawża C-252/07,

li għandha bħala suġġett talba għal deċiżjoni preliminari skont l-Artikolu 234 KE, imressqa mill-Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Ir-Renju Unit), permezz ta' Deċiżjoni tal-15 ta' Mejju 2007, li waslet fil-Qorti tal-Ġustizzja fid-29 ta' Mejju 2007, fil-kawża

Intel Corporation Inc.

vs

CPM United Kingdom Ltd,

IL-QORTI TAL-ĠUSTIZZJA (L-Ewwel Awla),

komposta minn P. Jann, President tal-Awla, M. Ilešič (Relatur), A. Tizzano, A. Borg Barthet, u E. Levits, Imħallfin,

* Lingwa tal-kawża: l-Ingliż.

Avukat Ġenerali: E. Sharpston,
Reġistratur: L. Hewlett, Amministratur Prinċipali,

wara li rat il-proċedura bil-miktub u wara s-seduta tas-16 ta' April 2008,

wara li kkunsidrat l-osservazzjonijiet ippreżentati:

— għal Intel Corporation Inc., minn J. Mellor, QC, maħtur minn CMS Cameron McKenna LLP,

— għal CPM United Kingdom Ltd, minn M. Engelman, barrister, u M. Bilewycz, registered trade mark attorney,

— għall-Gvern tar-Renju Unit, minn V. Jackson, bħala aġent, assistita minn S. Malynicz, barrister,

— għall-Gvern Taljan, minn I. M. Braguglia, bħala aġent, assistit minn G. Aiello, avvocato dello Stato,

— għall-Kummissjoni tal-Komunitajiet Ewropej, minn W. Wils, bħala aġent,

wara li semgħet il-konklużjonijiet tal-Avukat Ġenerali, ippreżentati fis-seduta tas-26 ta' Ġunju 2008,

tagħti l-preżenti

Sentenza

1 It-talba għal deċiżjoni preliminari tirrigwarda l-interpretazzjoni tal-Artikolu 4(4)(a) tal-Ewwel Direttiva tal-Kunsill 89/104/KEE, tal-21 ta' Diċembru 1988, biex jiġu approssimati l-liġijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks (ĠU 1989, L 40, p. 1, iktar 'il quddiem id-"direttiva").

2 Din it-talba ġiet ippreżentata fil-kuntest ta' rikors li permezz tiegħu Intel Corporation Inc. (iktar 'il quddiem "Intel Corporation") qed titlob l-annullament tar-reġistrazzjoni tat-trade mark INTELMARK, li CPM United Kingdom Ltd hija l-proprjetarja tagħha.

Il-kuntest ġuridiku

Id-dritt Komunitarju

3 L-Artikolu 4 tad-direttiva, intitolat "Raġunijiet aktar għar-rifjut jew invalidità li tikkonċerna [jikkonċernaw] l-konflitti mad-drittijiet preċedenti", jipprovdi:

"1. Trade mark ma tiġix reġistrata jew, jekk reġistrata, għandha tkun suġġetta li tiġi dikjarata invalida:

a) jekk hija identika għat-trade mark preċedenti, u l-merkanzija jew is-servizzi li għalihom t-trade mark hi applikata jew reġistrata huma identiċi għall-merkanzija jew is-servizzi li għalihom t-trade mark preċedenti hi protetta;

b) jekk minħabba l-identità tagħha ma', jew xebh mat-trade mark preċedenti u l-identità jew ix-xebh tal-merkanzija jew is-servizzi koperti mit-trade marks, teżisti l-possibbiltà ta' konfużjoni min-naħa tal-pubbliku, li tinkludi l-possibbiltà ta' assoċjazzjoni mat-trade mark ta' qabel.

2. 'Trade marks preċedenti' fis-sens tal-paragrafu 1 ifissru:

a) trade marks tas-segwenti tipi b'data ta' applikazzjoni għar-reġistrazzjoni li hija preċedenti mid-data ta' l-applikazzjoni tar-reġistrazzjoni tat-trade mark, tenut kont, fejn xieraq, tal-prijoritajiet pretiżi fuq dawk it-trade marks;

[…]

ii) trade marks reġistrati fl-Istati Membri […]

[…]

[…]

4. Kwalunkwe Stat Membru jista' wkoll jistabbilixxi li trade mark mhux għandha [m'għandhiex] tiġi reġistrata jew, jekk reġistrata, għandha tkun suġġetta li tkun dikjarata invalida fejn, u sakemm li:

a) t-trade mark hija identika ma', jew simili għal trade mark preċedenti nazzjonali fissens tat-tifsira tal-paragrafu 2 u għandha tkun, jew kienet, irreġistrata għall-merkanzija jew is-servizzi li mhumiex simili għal dawk li għalihom it-trade mark preċedenti hi reġistrata, fejn it-trade mark preċedenti għandha reputazzjoni fl-Istat Membru konċernat u fejn l-użu tat-trade mark ta' l-aħħar [sussegwenti] mingħajr raġuni valida tieħu [jieħu] vantaġġ inġust mill-, jew tkun [ikun] ta' detriment għall-, kwalitajiet distintivi [karattru distintiv] jew ir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti;

[…]"

4 L-Artikolu 5 tad-direttiva, intitolat "Drittijiet mogħtija minn trade mark", jipprovdi fil-paragrafu 2 tiegħu:

"Kwalunkwe Stat Membru jista' wkoll jistabbilixxi li l-proprjetarju għandu jkun intitolat li jimpedixxi lil terzi persuni kollha li ma għandhomx il-kunsens tiegħu li jużaw matul il-kummerċ kwalunkwe sinjal li hu identiku ma', jew simili għat-trade mark fejn għandhom x'jaqsmu merkanzija jew servizzi li mhux simili għal dawk li għalihom it-trade mark hi reġistrata, fejn ta' l-aħħar għandha reputazzjoni fl-Istat Membru u fejn l-użu ta' dak is-simbolu [sinjal] mingħajr raġuni valida jieħu vantaġġ mhux onest [ġust] jew li hu ta' detriment għall-karattru li jiddifferenza wieħed għall-ieħor [karattru distintiv] jew reputazzjoni tat-trade mark."

5 Il-Qorti tal-Ġustizzja interpretat din id-dispożizzjoni tal-aħħar, fil-punti 29 u 30 tas-sentenza tat-23 ta' Ottubru 2003, Adidas-Salomon u Adidas Benelux (C-408/01, Ġabra p. I-12537), b'dan il-mod:

"29 Il-ħsara msemmija fl-Artikolu 5(2) tad-direttiva, meta sseħħ, hija l-konsegwenza ta' ċertu grad ta' xebh bejn it-trade mark u s-sinjal, li minħabba fih il-pubbliku kkonċernat jagħmel konnessjoni bejn is-sinjal u t-trade mark, jiġifieri jistabbilixxi rabta bejniethom, anki jekk ma jħawwadhomx (ara, f'dan is-sens, is-sentenza tal-14 ta' Settembru 1999, General Motors, C-375/97, Ġabra p. I-5421, punt 23).

30 L-eżistenza ta' tali rabta, bħal fil-każ ta' possibbiltà ta' konfużjoni fil-kuntest tal-Artikolu 5(1)(b) tad-direttiva, għandha tiġi evalwata b'mod globali, billi jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi kollha rilevanti tal-każ inkwistjoni (ara, fir-rigward tal-possibbiltà ta' konfużjoni, is-sentenzi [tal-11 ta' Novembru 1997,] SABEL, [C-251/95, Ġabra p. I-6191,] punt 22, u [tat-22 ta' Ġunju 2000,] Marca Mode, [C-425/98, Ġabra p. I-4861,] punt 40)." [traduzzjoni mhux uffiċjali]

Id-dritt nazzjonali

6 Id-direttiva ġiet trasposta fir-Renju Unit tal-Gran Brittanja u l-Irlanda ta' Fuq permezz tal-liġi tal-1994 tat-trade marks (Trade Marks Act 1994, iktar 'il quddiem il-"liġi tat-trade marks").

7 Skont l-Artikolu 5(3)(a) tal-liġi tat-trade marks, "trade mark li […] hija identika jew simili għal trade mark preċedenti […] m'għandhiex tiġi rreġistrata jekk, jew sa fejn it-trade mark preċedenti għandha reputazzjoni fir-Renju Unit (jew, fil-każ ta' trade mark Komunitarja [jew ta' trade mark internazzjonali (KE)], fil-Komunità Ewropea) u jekk l-użu tat-trade mark sussegwenti mingħajr raġuni valida jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti jew ikun ta' detriment għalihom".

8 L-Artikolu 47(2)(a) tal-liġi tat-trade marks jipprovdi li "ir-reġistrazzjoni ta' trade mark tista' tkun iddikjarata invalida għar-raġuni li […] teżisti trade mark preċedenti li fir-rigward tagħha l-kundizzjonijiet imsemmija fl-Artikolu 5(1)(2) jew (3) huma sodisfatti".

Il-kawża prinċipali u d-domandi preliminari

9 Intel Corporation hija l-proprjetarja tat-trade mark nazzjonali verbali INTEL, irreġistrata fir-Renju Unit, kif ukoll ta' diversi trade marks oħra nazzjonali u Komunitarji magħmula mill-kelma "Intel" jew li jinkludu din il-kelma. Il-prodotti u servizzi li għalihom dawn it-trade marks ġew irreġistrati huma essenzjalment kompjuters u l-prodotti u s-servizzi informatiċi li jaqgħu taħt il-klassijiet 9, 16, 38 u 42 skont il-Ftehim ta' Nizza dwar il-Klassifikazzjoni Internazzjonali ta' Prodotti u Servizzi għall-finijiet tar-Reġistrazzjoni ta' Trade marks, tal-15 ta' Ġunju 1957, kif irrivedut u emendat.

10 Mid-deċiżjoni tar-rinviju jirriżulta li t-trade mark INTEL għandha reputazzjoni kbira fir-Renju Unit għall-prodotti ta' mikroproċessuri (ċippijiet elettroniċi u tagħmir li jitqabbad mal-kompjuter) u s-softwer multimedjali u professjonali.

11 CPM United Kingdom Ltd hija l-proprjetarja tat-trade mark verbali nazzjonali INTELMARK, irreġistrata fir-Renju Unit b'effett mill-31 ta' Jannar 1997 għas-"servizzi ta' promozzjoni u telepromozzjoni", li jaqgħu taħt il-klassi 35 skont il-Ftehim ta' Nizza.

12 Fil-31 ta' Ottubru 2003, Intel Corporation ressqet quddiem il-United Kingdom Trade Mark Registry talba għall-annullament tar-reġistrazzjoni tat-trade mark INTELMARK ibbażata fuq l-Artikolu 47(2) tal-liġi tat-trade marks, fejn sostniet li l-użu ta' din it-trade mark jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti tagħha INTEL jew huwa ta' detriment għalihom skont it-tifsira tal-Artikolu 5(3) tal-istess liġi.

13 It-talba tagħha ġiet miċħuda permezz ta' deċiżjoni tal-1 ta' Frar 2006 tal-Hearing Officer (Uffiċjal tas-Smigħ tal-United Kingdom Trade Mark Registry).

14 Ir-rikors imressaq mill-Intel Corporation quddiem il-High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Intellectual Property), ġie miċħud permezz ta' sentenza tas-26 ta' Lulju 2006.

15 Intel Corporation appellat minn din is-sentenza quddiem il-Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division).

16 Intel Corporation sostniet quddiem din il-qorti li kemm l-Artikolu 4(4)(a) kif ukoll l-Artikolu 5(2) tad-direttiva għandhom bħala għan li jipproteġu lill-proprjetarju tat-trade mark li għandha reputazzjoni kontra r-riskju ta' tidjif.

17 Fuq il-bażi tas-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata, hija tikkunsidra li, sabiex trade mark tgawdi mill-protezzjoni mogħtija mill-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, huwa suffiċjenti li l-grad ta' xebh bejn it-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni u t-trade mark sussegwenti jkollu bħala effett li l-pubbliku kkonċernat jagħmel rabta bejn dawn iż-żewġ trade marks. B'"rabta", għandu jiġu mifhum kull tip ta' assoċjazzjoni

mentali bejn l-imsemmija trade marks. B'hekk, li wieħed sempliċement jiftakar fit-trade mark preċedenti huwa suffiċjenti.

18 Barra minn hekk, fuq il-bażi tal-punt 30 tas-sentenza General Motors, iċċitata, Intel Corporation issostni li, meta t-trade mark preċedenti hija unika u għandha karattru distintiv qawwi, għandu jiġi ammess li prattikament kull użu għal kwalunkwe prodott jew servizz ieħor jippreġudikaha. Hija żżid li, meta t-trade mark preċedenti hija unika u magħrufa sew, huwa importanti li mill-bidu jitwaqqaf kull użu ta' trade mark simili għaliex fil-każ kuntrarju, din it-trade mark bilmod titlef is-sustanza tagħha.

19 Il-Qorti tar-rinviju tikkonstata, fl-ewwel lok, li "Intel" hija kelma vvintata u li m'għandha l-ebda tifsira oħra barra mill-prodotti li hija tidentifika, li t-trade mark INTEL hija unika, fis-sens li l-kelma li minnha hija magħmula ma ntużat minn ħaddieħor għal kwalunkwe prodott jew servizz ħlief minn Intel Corporation għall-prodotti u servizzi li hija tikkummerċjalizza u, fl-aħħar nett, li l-imsemmija trade mark għandha reputazzjoni kbira fir-Renju Unit għall-kompjuters u l-prodotti relatati mal-kompjuters.

20 Fit-tieni lok, il-qorti tar-rinviju tikkunsidra li t-trade marks INTEL u INTELMARK huma simili, iżda tikkunsidra li l-użu ta' INTELMARK ma tistax twassal għal rabta kummerċjali ma' Intel Corporation f'moħħ dak li jkun.

21 Fit-tielet lok, il-qorti tar-rinviju tikkonstata li, minn naħa, il-prodotti — b'mod partikolari l-kompjuters u l-prodotti relatati mal-kompjuters — u s-servizzi li għalihom ġew irreġistrati t-trade marks nazzjonali u Komunitarji magħmula mill-kelma "Intel" jew li jinkluduha u li l-Intel Corporation hija proprjetarja tagħhom u, min-naħa l-oħra, is-servizzi li għalihom it-trade mark INTELMARK ġiet irreġistrata mhumiex simili.

22 Hija tistaqsi jekk, f'ċirkustanzi fattwali bħal dawn, il-proprjetarju tat-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni għandux dritt għall-protezzjoni prevista fl-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva. Aktar ġeneralment, hija tistaqsi dwar il-kundizzjonijiet u l-portata ta' din il-protezzjoni.

23 Konsegwentement, il-Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) iddeċidiet li tissospendi l-proċedimenti u tagħmel id-domandi preliminari segwenti lill-Qorti tal-Ġustizzja:

"(1) Għall-finijiet tal-Artikolu 4(4)(a) [tad-direttiva], meta:

(a) it-trade mark preċedenti jkollha reputazzjoni kbira għal ċerti tipi speċifiċi ta' prodotti jew servizzi,

(b) dawn il-prodotti jew servizzi huma differenti jew differenti b'mod sostanzjali mill-prodotti jew servizzi tat-trade mark sussegwenti,

(c) it-trade mark preċedenti hija unika fir-rigward ta' *kwalunkwe* prodott jew servizz,

(d) it-trade mark preċedenti tiġi f'moħħ il-konsumatur medju meta dan jiltaqa' mat-trade mark sussegwenti użata għas-servizzi tat-trade mark sussegwenti,

dawn il-fatti huma suffiċjenti, minnhom infushom, sabiex tiġi stabbilita i) "rabta" fis-sens tal-punti 29 u 30 tas-sentenza [Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata] u/jew ii) vantaġġ inġust u/jew detriment fis-sens ta' dak l-artikolu?

(2) Jekk le, liema fatturi għandha tieħu inkunsiderazzjoni l-qorti nazzjonali meta tiġi sabiex tiddeċiedi jekk din ir-rabta hijiex suffiċjenti? Speċifikament, fl-evalwazzjoni ġenerali sabiex jiġi stabbilit jekk hemmx "rabta", x'importanza għandha tingħata lill-prodotti jew servizzi koperti mit-trade mark sussegwenti?

(3) Fil-kuntest tal-Artikolu 4(4)(a) [tad-direttiva], x'inhuwa meħtieġ sabiex tiġi sodisfatta l-kundizzjoni ta' detriment għall-karattru distintiv? Speċifikament i) huwa meħtieġ li t-trade mark preċedenti tkun unika, ii) l-ewwel użu konfliġġenti huwa suffiċjenti sabiex jiġi stabbilit detriment għall-karattru distintiv u iii) l-element ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti jeħtieġ effett fuq l-imġiba ekonomika tal-konsumatur?"

Fuq id-domandi preliminari

Osservazzjonijiet preliminari

24 Għandu jingħad li l-Artikoli 4(4)(a) u 5(2) tad-direttiva jużaw kliem essenzjalment identiku u għandhom l-għan li jagħtu l-istess protezzjoni lit-trade marks li għandhom reputazzjoni.

25 B'hekk, l-interpretazzjoni tal-Artikolu 5(2) tad-direttiva mogħtija mill-Qorti tal-Ġustizzja fis-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata iktar 'il fuq, tapplika wkoll għall-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva (ara, f'dan is-sens, is-sentenza tad-9 ta' Jannar 2003, Davidoff, C-292/00, Ġabra p. I-389, punt 17).

Fuq il-protezzjoni mogħtija mill-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva

26 L-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva jistabbilixxi, favur it-trade marks li għandhom reputazzjoni, protezzjoni akbar minn dik ipprovduta fil-paragrafu 1 ta' dak l-artikolu. Il-kundizzjoni speċifika tal-protezzjoni hija kkostitwita minn użu mingħajr raġuni valida tat-trade mark sussegwenti li jieħu jew jista' jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti jew jippreġudikahom jew jista' jippreġudikahom (ara f'dan is-sens, fir-rigward tal-Artikolu 5(2) tad-direttiva,

is-sentenzi Marca Mode, iċċitata iktar ’il fuq, punt 36; Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata, punt 27, kif ukoll tal-10 ta’ April 2008, adidas u adidas Benelux, C-102/07, Ġabra p. I-2439, punt 40).

27 Il-ħsara li kontriha l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva jagħti l-imsemmija protezzjoni favur trade marks li għandhom reputazzjoni hija, fl-ewwel lok, id-detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti, fit-tieni lok, id-detriment għar-reputazzjoni ta’ din it-trade mark u, fit-tielet lok, il-vantaġġ inġust meħud mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tal-imsemmija trade mark.

28 Wieħed biss minn dawn it-tliet tipi ta’ ħsara huwa suffiċjenti sabiex l-imsemmija dispożizzjoni tkun applikabbli.

29 Fir-rigward b’mod aktar partikolari tad-detriment ikkawżat lill-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti, imsejjaħ ukoll “tidjif”, “tnaqqir” jew “ċajpir”, dan id-detriment iseħħ meta tiddgħajjef il-kapaċità ta’ din it-trade mark li tidentifika l-prodotti jew is-servizzi li għalihom hija rreġistrata u użata bħala provenjenti mill-proprjetarju tal-imsemmija trade mark, peress li l-użu tat-trade mark sussegwenti jwassal għat-tnaqqis gradwali mis-saħħa tal-identità tat-trade mark preċedenti u tal-influwenza tagħha fuq il-pubbliku. Dan huwa partikolarment il-każ meta t-trade mark preċedenti, li kienet tqanqal assoċjazzjoni immedjata mal-prodotti jew is-servizzi li għalihom hija rreġistrata, ma tkunx aktar f’pożizzjoni li tagħmel dan.

30 Il-ħsara msemmija fl-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, meta sseħħ, hija l-konsegwenza ta’ ċertu grad ta’ xebh bejn it-trade marks preċedenti u dawk sussegwenti, li minħabba fih il-pubbliku kkonċernat jagħmel konnessjoni bejn iż-żewġ trade marks, jiġifieri jistabbilixxi rabta bejniethom, anki jekk ma jħawwadhomx (ara, fir-rigward tal-

Artikolu 5(2) tad-direttiva, is-sentenzi ċċitati General Motors, punt 23; Adidas-Salomon u Adidas Benelux, punt 29, kif ukoll adidas u adidas Benelux, punt 41).

31 Fin-nuqqas ta' rabta bħal din f'moħħ il-pubbliku, l-użu tat-trade mark sussegwenti mhuwiex tali li jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew ir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, jew li jkun ta' detriment għalihom.

32 Madankollu, l-eżistenza ta' rabta bħal din ma tistax tkun suffiċjenti, waħeda, sabiex jiġi konkluż li teżisti xi waħda mill-forom ta' ħsara msemmija fl-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, li jikkostitwixxu, hekk kif ġie rrilevat fil-punt 26 tas-sentenza preżenti, il-kundizzjoni speċifika tal-protezzjoni tat-trade marks li għandhom reputazzjoni prevista minn din id-dispożizzjoni.

Fuq il-pubbliku rilevanti

33 Il-pubbliku li għandu jittieħed inkunsiderazzjoni sabiex jiġi stabbilit jekk ir-reġistrazzjoni tat-trade mark sussegwenti tistax tiġi annullata skont l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, ivarja skont it-tip ta' ħsara allegata mill-proprjetarju tat-trade mark preċedenti.

34 Fil-fatt, minn naħa, kemm il-karattru distintiv kif ukoll ir-reputazzjoni ta' trade mark għandhom jiġu evalwati fir-rigward tal-perċezzjoni li għandu l-pubbliku rilevanti, li huwa magħmul mill-konsumatur medju tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom din

it-trade mark hija rreġistrata, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti (fir-rigward tal-karattru distintiv, ara s-sentenza tat-12 ta' Frar 2004, Koninklijke KPN Nederland, C-363/99, Ġabra p. I-1619, punt 34; fir-rigward tar-reputazzjoni, ara, f'dan is-sens, is-sentenza General Motors, iċċitata iktar 'il fuq, punt 24).

35 B'hekk, l-eżistenza tal-ħsara kkostitwita mid-detriment ikkawżat lill-karattru distintiv jew lir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti għandha tiġi evalwata billi ssir referenza għall-konsumatur medju tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom din it-trade mark hija rreġistrata, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti.

36 Barra minn hekk, fir-rigward tal-ħsara kkostitwita mill-vantaġġ inġustament meħud mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, fejn dak li huwa pprojbit huwa l-vantaġġ meħud minn din it-trade mark mill-proprjetarju tat-trade mark sussegwenti, l-eżistenza tal-imsemmija ħsara għandha tiġi evalwata billi ssir referenza għall-konsumatur medju tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom it-trade mark sussegwenti hija rreġistrata, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti.

Fuq il-prova

37 Sabiex jibbenefika mill-protezzjoni mogħtija mill-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, il-proprjetarju tat-trade mark preċedenti għandu jagħti prova tal-fatt li l-użu tat-trade mark sussegwenti "[j]ieħu vantaġġ inġust mill-, jew [ikun] ta' detriment għall-[karattru distintiv] jew ir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti".

38 Għal dan il-għan, il-proprjetarju tat-trade mark preċedenti mhuwiex marbut li juri l-eżistenza ta' ħsara effettiva u attwali għat-trade mark tiegħu skont l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva. Fil-fatt, meta jista' jiġi dedott li ser tiġri ħsara bħal din mill-użu li l-proprjetarju tat-trade mark sussegwenti jista' jagħmel mit-trade mark tiegħu, il-proprjetarju tat-trade mark preċedenti mhuwiex obbligat jistenna li effettivament isseħħ sabiex ikun jista' jipprojbixxi l-imsemmi użu. Il-proprjetarju tat-trade mark preċedenti għandu madankollu jistabbilixxi l-eżistenza ta' elementi li jippermettu li jiġi konkluż li hemm probabbiltà serja li ħsara bħal din isseħħ fil-futur.

39 Meta l-proprjetarju tat-trade mark preċedenti jirnexxielu juri l-eżistenza jew ta' ħsara effettiva u attwali għat-trade mark tiegħu skont l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, jew, finnuqqas ta' dan, probabbiltà serja li tali ħsara ser tiġri fil-futur, huwa l-proprjetarju tat-trade mark sussegwenti li għandu jistabbilixxi li teżisti raġuni valida għall-użu ta' din it-trade mark.

Fuq il-paragrafu i) tal-ewwel domanda u fuq it-tieni domanda

40 Permezz tal-paragrafu i) tal-ewwel domanda tagħha u permezz tat-tieni domanda tagħha, il-qorti tar-rinviju essenzjalment tistaqsi x'inhuma l-kriterji rilevanti sabiex jiġi evalwat jekk teżistix rabta, skont is-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata (iktar 'il quddiem "rabta"), bejn it-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni u t-trade mark sussegwenti li l-annullament tagħha huwa mitlub.

41 L-eżistenza ta' rabta bħal din għandha tiġu evalwata b'mod globali, billi jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi kollha rilevanti tal-każ inkwistjoni (ara, fir-rigward tal-

Artikolu 5(2) tad-direttiva, is-sentenzi ċċitati Adidas-Salomon u Adidas Benelux, punt 30, kif ukoll adidas u adidas Benelux, punt 42).

42 Fost dawn il-fatturi jistgħu jiġu ċċitati:

— il-grad ta' xebh bejn it-trade marks kunfliġġenti;

— in-natura tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom it-trade marks kunfliġġenti huma rreġistrati rispettivament, inkluż il-grad ta' xebh jew ta' nuqqas ta' xebh bejn dawn il-prodotti jew servizzi kif ukoll il-pubbliku kkonċernat;

— l-intensità tar-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti;

— il-grad ta' karattru distintiv, intrinsiku jew miksub bl-użu, tat-trade mark preċedenti;

— l-eżistenza ta' possibbiltà ta' konfużjoni f'moħħ il-pubbliku.

43 F'dan ir-rigward, għandhom isiru l-kjarifiki segwenti.

44 Fir-rigward tal-grad ta' xebh bejn it-trade marks kunfliġġenti, aktar ma dawn ikunu simili, aktar huwa probabbli li t-trade mark sussegwenti tfakkar lill-pubbliku rilevanti

fit-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni. Dan huwa l-każ *a fortiori* meta l-imsemmija trade marks huma identiċi.

45 Madakollu, l-identiċità bejn it-trade marks kunfliġġenti u, *a fortiori*, is-sempliċi xebh tagħhom mhumiex suffiċjenti sabiex jiġi deċiż li teżisti rabta bejn dawn it-trade marks.

46 Fil-fatt, jista' jkun li trade marks kunfliġġenti jkunu rreġistrati rispettivament għal prodotti jew servizzi li għalihom il-pubbliku kkonċernat ma jkunx l-istess.

47 Barra minn hekk għandu jiġi mfakkar li r-reputazzjoni ta' trade mark għandha tiġi evalwata fir-rigward tal-pubbliku kkonċernat mill-prodotti jew is-servizzi li għalihom din it-trade mark ġiet irreġistrata. Dan jista' jkun jew il-pubbliku inġenerali, jew pubbliku aktar speċjalizzat (ara s-sentenza General Motors, iċċitata iktar 'il fuq, punt 24).

48 Għalhekk, ma jistax jiġi eskluż li l-pubbliku kkonċernat mill-prodotti jew mis-servizzi li għalihom it-trade mark preċedenti ġiet irreġistrata jkun totalment distint minn dak ikkonċernat mill-prodotti jew is-servizzi li għalihom it-trade mark sussegwenti ġiet irreġistrata u li t-trade mark preċedenti, għalkemm għandha reputazzjoni, ma tkunx magħrufa mill-pubbliku li lejh hija mmirata t-trade mark sussegwenti. F'każ bħal dan, il-pubbliku li lejh tkun immirata kull waħda miż-żewġ trade marks jista' qatt ma jkun ikkonfrontat bit-trade mark l-oħra, b'mod li ma jistabbilixxi l-ebda rabta bejn dawn it-trade marks.

49 Barra minn hekk, anki jekk iż-żewġ tipi ta' pubbliku kkonċernati mill-prodotti jew mis-servizzi li għalihom it-trade marks konfliġġenti huma rreġistrati rispettivament huma

l-istess jew jikkoinċidu sa ċertu punt, l-imsemmija prodotti jew servizzi jistgħu jkunu tant differenti li t-trade mark sussegwenti ma tkunx kapaċi tfakkar lill-pubbliku rilevanti fit-trade mark preċedenti.

50 Konsegwentement, in-natura tal-prodotti jew servizzi li għalihom it-trade marks konfliġġenti ġew rispettivament irreġistrati għandha tittieħed inkunsiderazzjoni għall-finijiet tal-evalwazzjoni tal-eżistenza ta' rabta bejn dawn it-trade marks.

51 Għandu jiġi enfasizzat ukoll li ċerti trade marks setgħu akkwistaw reputazzjoni tali li tmur oltre l-pubbliku kkonċernat mill-prodotti jew is-servizzi li għalihom dawn it-trade marks ġew irreġistrati.

52 F'sitwazzjoni bħal din, huwa possibbli li l-pubbliku kkonċernat mill-prodotti jew is-servizzi li għalihom it-trade mark sussegwenti hija rreġistrata jagħmel assoċjazzjoni bejn it-trade marks konfliġġenti għalkemm ikun totalment distint mill-pubbliku kkonċernat mill-prodotti jew is-servizzi li għalihom it-trade mark preċedenti ġiet irreġistrata.

53 Konsegwentement, sabiex tiġi evalwata l-eżistenza ta' rabta bejn it-trade marks konfliġġenti, jista' jkun neċessarju li tittieħed inkunsiderazzjoni l-intensità tar-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, sabiex jiġi stabbilit jekk din ir-reputazzjoni testendix lil hinn mill-pubbliku li lejh hija mmirata din it-trade mark.

54 Bl-istess mod, aktar ma t-trade mark preċedenti jkollha karattru distintiv b'saħħtu, kemm jekk intrinsiku kif ukoll jekk miksub bl-użu li sar minn din it-trade mark, aktar

ma jkun probabbli li, ikkonfrontat bi trade mark sussegwenti identika jew simili, il-pubbliku rilevanti jiftakar fl-imsemmija trade mark preċedenti.

55 Konsegwentement, sabiex tiġi evalwata l-eżistenza ta' rabta bejn it-trade marks konfliġġenti, għandu jiġi kkunsidrat il-grad tal-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti.

56 F'dan ir-rigward, sa fejn il-kapaċità ta' trade mark li tidentifika l-prodotti jew is-servizzi li għalihom hija rreġistrata u użata bħala provenjenti mill-proprjetarju tal-imsemmija trade mark u, b'hekk, il-karattru distintiv tagħha huma aktar b'saħħithom aktar ma din it-trade mark tkun unika — jiġifieri, fir-rigward ta' trade mark verbali bħal INTEL, li l-kelma li minnha hija magħmula ma ntużat minn ħaddieħor għal kwalunkwe prodott jew servizz ħlief mill-proprjetarju ta' din it-trade mark għall-prodotti u servizzi li hija tikkummerċjalizza —, għandu jiġi vverifikat jekk it-trade mark preċedenti hija unika jew essenzjalment unika.

57 Fl-aħħar nett, rabta bejn it-trade marks konfliġġenti hija neċessarjament stabbilita f'każ ta' possibbiltà ta' konfużjoni, jiġifieri meta l-pubbliku rilevanti jaħseb jew jista' jaħseb li l-prodotti jew is-servizzi kkummerċjalizzati taħt it-trade mark preċedenti u dawk ikkummerċjalizzati taħt it-trade mark sussegwenti jipprovjenu mill-istess impriża jew impriżi li għandhom rabta ekonomika bejniethom [ara f'dan is-sens, b'mod partikolari, is-sentenzi tat-22 ta' Ġunju 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Ġabra p. I-3819, punt 17, u tat-12 ta' Ġunju 2008, O2 Holdings u O2 (UK), C-533/06, Ġabra p. I-4231, punt 59].

58 Madankollu, hekk kif jirriżulta mill-punti 27 sa 31 tas-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata, l-applikazzjoni tal-protezzjoni stabbilita mill-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva ma teħtieġx l-eżistenza ta' possibbiltà ta' konfużjoni.

59 Il-qorti tar-rinviju essenzjalment tistaqsi jekk iċ-ċirkustanzi elenkati fil-punti a) sa d) tal-ewwel domanda preliminari humiex suffiċjenti sabiex jiġi konkluż li teżisti rabta bejn it-trade marks konfliġġenti.

60 Fir-rigward taċ-ċirkustanza msemmija fil-punt d) ta' din id-domanda, il-fatt li t-trade mark sussegwenti tfakkar lill-konsumatur medju, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti, fit-trade mark preċedenti huwa ekwivalenti għall-eżistenza ta' rabta bħal din.

61 Fir-rigward taċ-ċirkustanzi msemmija fil-punti a) sa c) ta' din id-domanda, hekk kif jirriżulta mill-punti 41 sa 58 tas-sentenza preżenti, huma mhux bilfors jimplikaw li teżisti rabta bejn it-trade marks konfliġġenti, iżda lanqas ma jeskludu dan. Hija l-qorti tar-rinviju li għandha tibbaża l-analiżi tagħha fuq il-fatti kollha tal-kawża prinċipali.

62 B'hekk, ir-risposta li għandha tingħata għall-paragrafu (i) tal-ewwel domanda u għat-tieni domanda hija li l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva għandu jiġi interpretat fis-sens li l-eżistenza ta' rabta, fis-sens tas-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata, bejn it-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni u t-trade mark sussegwenti għandha tiġi evalwata b'mod globali, billi jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi kollha rilevanti tal-każ inkwistjoni.

63 Il-fatt li trade mark sussegwenti tfakkar lill-konsumatur medju, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti, fit-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni, huwa ekwivalenti għall-eżistenza ta' rabta, skont is-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata, bejn it-trade marks konfliġġenti.

64 Il-fatt li:

— it-trade mark preċedenti jkollha reputazzjoni kbira għal ċerti tipi speċifiċi ta' prodotti jew servizzi, u

— dawn il-prodotti jew servizzi u l-prodotti jew servizzi li għalihom it-trade mark sussegwenti hija rreġistrata huma differenti jew differenti b'mod sostanzjali, u

— it-trade mark preċedenti hija unika fir-rigward ta' kwalunkwe prodott jew servizz

mhux neċessarjament jimplika l-eżistenza ta' rabta, skont is-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata, bejn it-trade marks konfliġġenti.

Fuq il-paragrafu ii) tal-ewwel domanda u fuq it-tielet domanda

65 Permezz tal-paragrafu ii) tal-ewwel domanda tagħha, il-qorti tar-rinviju essenzjalment tistaqsi jekk iċ-ċirkustanzi msemmija fil-punti (a) sa (d) ta' dik id-domanda humiex suffiċjenti biex tingħata l-prova li l-użu tat-trade mark sussegwenti jieħu jew jista' jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, jew kien jew jista' jkun ta' detriment għalihom. Permezz tat-tielet domanda tagħha, il-qorti tar-rinviju essenzjalment tistaqsi x'inhuma l-kriterji rilevanti sabiex jiġi evalwat jekk l-użu tat-trade mark sussegwenti huwiex jew jistax ikun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti.

66 Fl-ewwel lok, hekk kif ġie mfakkar fil-punt 30 ta' din is-sentenza, il-ħsara msemmija fl-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, meta sseħħ, hija l-konsegwenza ta' ċertu grad ta' xebh bejn it-trade marks preċedenti u dawk sussegwenti, li minħabba fih il-pubbliku kkonċernat jagħmel konnessjoni bejn dawn iż-żewġ trade marks, jiġifieri jistabbilixxi rabta bejniethom, anki jekk ma jħawwadhomx.

67 Aktar mal-evokazzjoni tat-trade mark preċedenti mit-trade mark sussegwenti tkun immedjata u b'saħħitha, aktar ma jkun kbir ir-riskju li l-użu attwali jew futur tat-trade mark sussegwenti jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, jew ikun ta' detriment għalihom.

68 Jirriżulta minn dan li, bl-istess mod bħal fil-każ ta' rabta bejn it-trade marks konfliġġenti, l-eżistenza ta' wieħed mit-tipi ta' ħsara previsti fl-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, jew ta' possibbiltà serja li ħsara bħal din isseħħ fil-futur għandha tiġi evalwata b'mod globali, billi jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi kollha rilevanti tal-każ inkwistjoni, fosthom il-kriterji diġà msemmija fil-punt 42 tas-sentenza preżenti.

69 Minbarra dan, fir-rigward tal-intensità tar-reputazzjoni u tal-grad tal-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti, il-Qorti tal-Ġustizzja diġà ddeċidiet li aktar mal-karattru distintiv u r-reputazzjoni ta' din it-trade mark ikunu kbar, aktar tkun faċilment ammessa l-eżistenza ta' ħsara (ara, fir-rigward tal-Artikolu 5(2) tad-direttiva, is-sentenza General Motors, iċċitata iktar 'il fuq, punt 30).

70 Fit-tieni lok, iċ-ċirkustanzi msemmija fil-punti a) sa d) tal-ewwel domanda mhumiex suffiċjenti sabiex tiġi stabbilita l-eżistenza ta' vantaġġ inġust u/jew ta' detriment skont l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva.

71 Għal dak li jirrigwarda b'mod partikolari dik prevista fil-punt d) ta' din id-domanda, hekk kif jirriżulta mill-punt 32 tas-sentenza preżenti, l-eżistenza ta' rabta bejn it-trade marks konfliġġenti ma teżentax lill-proprjetarju ta' trade mark preċedenti milli jressaq il-prova ta' ħsara effettiva u attwali għat-trade mark tiegħu, skont l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva, jew ta' possibbiltà serja li ħsara bħal din isseħħ fil-futur.

72 Fl-aħħar lok lok, fir-rigward b'mod aktar partikolari tad-detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti, ir-risposta li għandha tingħata għat-tini parti tat-tielet domanda hija, l-ewwel nett, li mhuwiex neċessarju li t-trade mark preċedenti tkun unika sabiex tkun tista' tiġi stabbilita l-eżistenza ta' ħsara bħal din jew ta' possibbiltà serja li din isseħħ fil-futur.

73 Fil-fatt, trade mark li għandha reputazzjoni neċessarjament għandha karattru distintiv, li għall-inqas ikun inkiseb bl-użu. B'hekk, anki jekk it-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni mhijiex unika, l-użu ta' trade mark sussegwenti identika jew simili jista' jkun tali li jdgħajjef il-karattru distintiv li tgawdi minnu l-imsemmija trade mark preċedenti.

74 Madankollu, aktar ma t-trade mark preċedenti jkollha karattru uniku, aktar ma jkun possibbli li l-użu ta' trade mark sussegwenti identika jew simili jkun ta' detriment għall-karattru distintiv tagħha.

75 It-tieni nett, l-ewwel użu ta' trade mark sussegwenti identiku jew simili jista' jkun suffiċjenti, skont il-każ, sabiex jikkawża detriment effettiv u attwali għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti jew sabiex jagħti lok għal possibbiltà serja li detriment bħal dan iseħħ fil-futur.

76 It-tielet nett, hekk kif ġie enfasizzat fil-punt 29 tas-sentenza preżenti, id-detriment għall-karattru distintiv ta' trade mark preċedenti jseħħ meta tiddgħajjef il-kapaċità ta' din it-trade mark li tidentifika l-prodotti jew is-servizzi li għalihom hija rreġistrata u użata bħala provenjenti mill-proprjetarju tal-imsemmija trade mark, peress li l-użu tat-trade mark sussegwenti jwassal għat-tnaqqis gradwali mis-saħħa tal-identità tat-trade mark preċedenti u tal-influwenza tagħha fuq il-pubbliku.

77 B'hekk jirriżulta li l-prova li l-użu tat-trade mark sussegwenti huwa jew jista' jkun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti tippresupponi li jintwera tibdil fl-aġir ekonomiku tal-konsumatur medju tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom it-trade mark preċedenti hija rreġistrata wara l-użu tat-trade mark sussegwenti jew possibbiltà serja li tibdil bħal dan iseħħ fil-futur.

78 Huwa min-naħa l-oħra irrilevanti, għall-finijiet tal-evalwazzjoni tal-kwistjoni jekk l-użu tat-trade mark sussegwenti huwiex jew jistax ikun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti, jekk il-proprjetarju ta' trade mark sussegwenti jiħux vantaġġ kummerċjali reali mill-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti jew le.

79 Għaldaqstant, ir-risposta li għandha tingħata għall-paragrafu ii) tal-ewwel domanda u għat-tielet domanda hija li l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva għandu jiġi interpretat fis-sens li l-eżistenza ta' użu tat-trade mark sussegwenti li jieħu jew jista' jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, jew li huwa jew jista' jkun ta' detriment għandha tiġi evalwata b'mod globali, billi jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi kollha rilevanti tal-każ inkwistjoni.

80 Il-fatt li:

— it-trade mark preċedenti jkollha reputazzjoni kbira għal ċerti tipi speċifiċi ta' prodotti jew servizzi u

— dawn il-prodotti jew servizzi u l-prodotti jew servizzi li għalihom it-trade mark sussegwenti hija rreġistrata huma differenti jew differenti b'mod sostanzjali u

— it-trade mark preċedenti hija unika fir-rigward ta' kwalunkwe prodott jew servizz u

— it-trade mark sussegwenti tfakkar lill-konsumatur medju, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti, fit-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni

mhuwiex suffiċjenti sabiex tingħata l-prova li l-użu tat-trade mark sussegwenti jieħu jew jista' jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, jew huwa jew jista' jkun ta' detriment għalihom, skont l-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva.

81 L-Artikolu 4(4)(a) tad-direttiva għandu jiġi interpretat fis-sens li:

— l-użu tat-trade mark sussegwenti jista' jkun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni anki jekk din tal-aħħar mhijiex unika;

— l-ewwel użu tat-trade mark sussegwenti jista' jkun suffiċjenti sabiex ikun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti;

— il-prova li l-użu tat-trade mark sussegwenti huwa jew jista' jkun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti tippresupponi li jintwera tibdil fl-aġir ekonomiku tal-konsumatur medju tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom it-trade mark preċedenti hija rreġistrata wara l-użu tat-trade mark sussegwenti jew possibbiltà serja li tibdil bħal dan iseħħ fil-futur.

Fuq l-ispejjeż

82 Peress li l-proċedura għandha, fir-rigward tal-partijiet fil-kawża prinċipali, in-natura ta' kwistjoni mqajma quddiem il-qorti tar-rinviju, hija din il-qorti li tiddeċiedi fuq l-ispejjeż. L-ispejjeż sostnuti għas-sottomissjoni tal-osservazzjonijiet lill-Qorti tal-Ġustizzja, barra dawk tal-imsemmija partijiet, ma jistgħux jitħallsu lura.

Għal dawn il-motivi, Il-Qorti tal-Ġustizzja (L-Ewwel Awla) taqta' u tiddeċiedi:

1) **L-Artikolu 4(4)(a) tal-Ewwel Direttiva tal-Kunsill 89/104/KEE, tal-21 ta' Diċembru 1988, biex jiġu approssimati l-liġijiet tal-Istati Membri dwar it-trade marks, għandu jiġi interpretat fis-sens li l-eżistenza ta' rabta, fis-sens tas-sentenza tat-23 ta' Ottubru 2003, Adidas-Salomon u Adidas Benelux (C-408/01), bejn it-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni u t-trade mark sussegwenti għandha tiġi evalwata b'mod globali, billi jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi kollha rilevanti tal-każ inkwistjoni.**

2) **Il-fatt li trade mark sussegwenti tfakkar lill-konsumatur medju, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti, fit-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni, huwa ekwivalenti għall-eżistenza ta' rabta, skont is-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata, bejn it-trade marks konfliġġenti.**

3) **Il-fatt li:**

   — **it-trade mark preċedenti jkollha reputazzjoni kbira għal ċerti tipi speċifiċi ta' prodotti jew servizzi, u**

   — **dawn il-prodotti jew servizzi u l-prodotti jew servizzi li għalihom it-trade mark sussegwenti hija rreġistrata huma differenti jew differenti b'mod sostanzjali, u**

— **it-trade mark preċedenti hija unika fir-rigward ta' kwalunkwe prodott jew servizz**

mhux neċessarjament jimplika l-eżistenza ta' rabta, skont is-sentenza Adidas-Salomon u Adidas Benelux, iċċitata iktar 'il fuq, bejn it-trade marks konfliġġenti.

4) **L-Artikolu 4(4)(a) tad-Direttiva 89/104 għandu jiġi interpretat fis-sens li l-eżistenza ta' użu tat-trade mark sussegwenti li jieħu jew jista' jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, jew li huwa jew jista' jkun ta' detriment għandha tiġi evalwata b'mod globali, billi jittieħdu inkunsiderazzjoni l-fatturi kollha rilevanti tal-każ inkwistjoni.**

5) **Il-fatt li:**

— **it-trade mark preċedenti jkollha reputazzjoni kbira għal ċerti tipi speċifiċi ta' prodotti jew servizzi u**

— **dawn il-prodotti jew servizzi u l-prodotti jew servizzi li għalihom it-trade mark sussegwenti hija rreġistrata huma differenti jew differenti b'mod sostanzjali u**

— **it-trade mark preċedenti hija unika fir-rigward ta' kwalunkwe prodott jew servizz u**

— **trade mark sussegwenti tfakkar lill-konsumatur medju, li jkun normalment infurmat u raġonevolment attent u prudenti, fit-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni,**

mhuwiex suffiċjenti sabiex tingħata l-prova li l-użu tat-trade mark sussegwenti jieħu jew jista' jieħu vantaġġ inġust mill-karattru distintiv jew mir-reputazzjoni tat-trade mark preċedenti, jew huwa jew jista' jkun ta' detriment għalihom, skont l-Artikolu 4(4)(a) tad-Direttiva 89/104.

6) L-Artikolu 4(4)(a) tad-Direttiva 89/104 għandu jiġi interpretat fis-sens li:

— **l-użu tat-trade mark sussegwenti jista' jkun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti li għandha reputazzjoni anki jekk din tal-aħħar mhijiex unika;**

— **l-ewwel użu tat-trade mark sussegwenti jista' jkun suffiċjenti sabiex ikun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti;**

— **il-prova li l-użu tat-trade mark sussegwenti huwa jew jista' jkun ta' detriment għall-karattru distintiv tat-trade mark preċedenti tippresupponi li jintwera tibdil fl-aġir ekonomiku tal-konsumatur medju tal-prodotti jew tas-servizzi li għalihom it-trade mark preċedenti hija rreġistrata wara l-użu tat-trade mark sussegwenti jew possibbiltà serja li tibdil bħal dan iseħħ fil-futur.**

Firem