HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a cincea)

22 ianuarie 2009*

În cauza T-316/07,

Commercy AG, cu sediul în Weimar (Germania), reprezentată inițial de F. Jaschke și ulterior de S. Grosse și I. Müller, avocați,

reclamantă,

împotriva

Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de domnul S. Schäffner, în calitate de agent,

pârât,

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

* Limba de procedură: germana.

easyGroup IP Licensing Ltd, cu sediul în Londra (Regatul Unit), reprezentată de T. Koerl și S. Möbus, avocați,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a doua de recurs a OAPI din 19 iunie 2007 (cauza R 1295/2006-2) privind o procedură de declarare a nulității între Commercy AG și easyGroup IP Licensing Ltd,

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

compus din domnii M. Vilaras (raportor), președinte, M. Prek și V. Ciucă, judecători,

grefier: doamna C. Kantza, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 20 august 2007,

având în vedere memoriul în răspuns depus de OAPI la grefa Tribunalului la 7 ianuarie 2008,

având în vedere memoriul în răspuns al intervenientei depus la grefa Tribunalului la 21 decembrie 2007,

având în vedere cererea de asistență judiciară depusă de reclamantă la 18 septembrie 2008,

în urma ședinței din 18 septembrie 2008,

având în vedere observațiile scrise privind cererea de asistență judiciară a reclamantei, depuse de OAPI și de intervenientă la 2 octombrie 2008,

având în vedere Decizia președintelui din 9 octombrie 2008 de terminare a procedurii orale,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

1 La 21 septembrie 2000, intervenienta, easyGroup IP Licensing Ltd, a formulat o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței

Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) în temeiul Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), cu modificările ulterioare.

2 Marca a cărei înregistrare a fost solicitată este semnul verbal easyHotel.

3 Produsele și serviciile pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasele 9, 16, 25, 32, 33, 35, 36, 38, 39, 41 și 42 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare.

4 La 30 iunie 2004, marca comunitară a fost înregistrată cu numărul 1866706 pentru toate produsele și serviciile vizate în cererea de înregistrare.

5 La 11 februarie 2005, reclamanta, Commercy AG, a formulat o cerere de declarare a nulității mărcii în cauză în temeiul articolului 55 din Regulamentul nr. 40/94. Motivele invocate erau cele vizate la articolul 52 alineatul (1) litera (a) din regulamentul menționat coroborat cu articolul 8 alineatul (1) din același regulament.

6 Cererea de declarare a nulității era întemeiată pe marca națională verbală anterioară EASYHOTEL, înregistrată în Germania pentru diferite produse și servicii care fac

parte, printre altele, din clasele 9 și 42 și care corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, descrierii următoare:

— clasa 9: „Programe informatice pentru realizarea de magazine online independente de orice platformă și sisteme-autor pentru internet destinate în esență rezervării, comandării și plății de camere de hotel”;

— clasa 42: „Dezvoltare și proiectare de programe informatice, în principal pentru magazine online și sisteme-autor pentru internet, în special pentru rezervarea, comandarea și plata de camere de hotel”.

7 Cererea de declarare a nulității privea toate produsele și serviciile desemnate de marca în litigiu.

8 La 12 februarie 2005, în temeiul articolului 49 din Regulamentul nr. 40/94, intervenienta a renunțat la marca în litigiu pentru toate produsele și serviciile din clasele 9 și 38, precum și pentru o parte din serviciile din clasa 42, pentru care marca respectivă fusese înregistrată. Această renunțare a fost înregistrată de OAPI la 28 iunie 2005.

9 Printre serviciile din clasele 39 și 42, desemnate de marca în litigiu ulterior acestei renunțări, se numără în special cele care corespund descrierii următoare, pentru clasele 39 și 42:

— clasa 39: „Servicii de informare privind toate serviciile de transport, inclusiv serviciile de informare furnizate online pornind de la o bază de date informatică sau de pe internet; servicii de rezervare și de comandare de călătorii furnizate pe rețeaua mondială a internetului (World Wide Web)”;

— clasa 42: „Servicii informatizate de rezervare de camere de hotel”.

10 Prin Decizia din 31 iulie 2006, divizia de anulare a respins cererea de declarare a nulității, întrucât a considerat că una dintre condițiile necesare pentru aplicarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu era îndeplinită, respectiv cea privind identitatea sau similitudinea produselor și a serviciilor desemnate de mărcile aflate în conflict.

11 La 29 septembrie 2006, reclamanta a formulat recurs, în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94, împotriva deciziei diviziei de anulare, întrucât aceasta din urmă respinsese cererea de declarare a nulității mărcii în cauză pentru serviciile din clasele 39 și 42 pentru motivul că produsele și serviciile din clasele 9 și 42, desemnate de marca anterioară și menționate la punctul 6 de mai sus, și serviciile din clasele 39 și 42, desemnate de marca în cauză și menționate la punctul 9 de mai sus, ar fi similare.

12 Prin Decizia din 19 iunie 2007 (denumită în continuare „decizia atacată”), comunicată reclamantei în ziua următoare, Camera a doua de recurs a respins recursul reclamantei și a confirmat decizia diviziei de anulare.

13 În esență, camera de recurs a considerat că produsele și serviciile vizate nu erau nici identice, nici similare și că, în consecință, nu se impunea aplicarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.

Concluziile părților

14 Reclamanta a solicitat Tribunalului anularea mărcii în litigiu.

15 OAPI și intervenienta a solicitat Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

Cu privire la cererea de asistență judiciară

16 Potrivit articolului 94 alineatul (1) al doilea paragraf din Regulamentul de procedură al Tribunalului, asistența judiciară acoperă, în tot sau în parte, cheltuielile legate de asistența și reprezentarea în fața Tribunalului. Aceste cheltuieli sunt avansate de casieria Tribunalului. Alineatul (2) adaugă că orice persoană fizică are dreptul să beneficieze de asistență judiciară în cazul în care, datorită stării sale materiale, este în imposibilitate totală sau parțială de a face față cheltuielilor prevăzute la alineatul (1).

17 Din aceste dispoziții reiese că o persoană juridică, precum Commercy, nu poate beneficia de asistență judiciară.

18 Totuși, în cadrul ședinței, reprezentantul reclamantei a susținut că B., întrucât a introdus acțiunea în calitatea sa de administrator judiciar în procedura de faliment deschisă împotriva societății Commercy, trebuia considerat reclamant în cauza de față. Întrucât B. este persoană fizică, aceasta ar fi în drept să beneficieze de asistența judiciară.

19 Această argumentație nu poate fi reținută. Desigur, din dosarul procedurii în fața OAPI, transmis Tribunalului conform articolului 133 alineatul (3) din Regulamentul de procedură, reiese că cererea de declarare a nulității în litigiu a fost formulată de B., în

calitatea sa sus-menționată. Cu toate acestea, în mod întemeiat, OAPI a analizat această cerere ca fiind introdusă în numele societății Commercy, titulară a mărcii anterioare.

20 Astfel, o cerere de declarare a nulității formulată de B. în nume propriu ar fi trebuit declarată inadmisibilă de OAPI. Rezultă din articolul 55 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 coroborat cu articolul 42 alineatul (1) și cu articolul 52 alineatul (1) din acest regulament că o cerere de declarare a nulității întemeiată pe articolul 8 alineatul (1) din același regulament nu poate fi introdusă decât de titularii mărcilor anterioare invocate în susținerea acestei cereri sau de titularii licențelor mandatați de aceștia. Or, calitatea de administrator judiciar în procedura de faliment deschisă împotriva unei societăți comerciale nu corespunde niciuneia dintre aceste două categorii.

21 Trebuie să se considere că atât recursul în fața camerei de recurs, cât și acțiunea în fața Tribunalului au fost introduse de Commercy. Astfel, întrucât cererea de declarare a nulității a fost analizată ca fiind formulată de Commercy, o interpretare a recursului și a acțiunii în sensul că ar fi fost introduse de B. trebuie să conducă în mod obligatoriu la respingerea acestora pentru motivul că, spre deosebire de cele prevăzute la articolul 58 și, respectiv, la articolul 63 alineatul (4) din Regulamentul nr. 40/94, acestea au fost introduse de o persoană căreia îi lipsește capacitatea de a ataca, prin acțiunile menționate, deciziile vizate, respectiv decizia diviziei de anulare și cea a camerei de recurs.

22 Reclamanta arată, totuși, că normele de procedură germane prevăd că administratorul judiciar din procedura de faliment poate sta în justiție atât în nume propriu, cât și ca „Partei kraft Amtes", și nu în numele persoanei fizice sau juridice vizate prin procedura respectivă de faliment.

23 Acest argument nu poate fi reținut. În afară de faptul că normele germane de procedură sunt lipsite de pertinență în speță, întrucât procedura în fața Tribunalului este reglementată prin Regulamentul de procedură, este suficient să se arate că prezentul argument, care se referă numai la procedurile jurisdicționale, nu readuce în discuție concluzia potrivit căreia, pentru a fi admisibilă, cererea de declarare a nulității în fața OAPI ar fi trebuit introdusă în numele societății Commercy. Or, astfel cum s-a arătat mai sus, dacă această societate a introdus cererea de declarare a nulității, tot această societate, dacă este cazul, reprezentată de administratorul judiciar, are dreptul de a ataca în justiție deciziile diviziei de anulare și pe cele ale camerei de recurs.

24 Din considerațiile anterioare rezultă că, întrucât reclamantă în cauza de față este societatea Commercy, respectiv o persoană juridică, aceasta nu poate beneficia de asistența judiciară.

25 În orice ipoteză, nici în cazul în care B. ar trebui considerat reclamant în prezenta cauză, cererea de asistență judiciară nu ar fi fost admisă.

26 Astfel, în cererea de asistență judiciară, reclamanta susține că, în scopul aprecierii temeiniciei acestei cereri, trebuie luată în considerare situația economică a societății Commercy, și nu situația economică personală a administratorului judiciar al acesteia. Astfel cum a arătat OAPI în observațiile sale scrise privind cererea menționată, această teză a reclamantei își găsește originea în articolul 116 alineatul (1) din Zivilprozessordnung (Codul de procedură civilă german), care prevede că asistența judiciară poate fi acordată unei „Partei kraft Amtes” atunci când masa patrimonială administrată de aceasta nu este suficientă pentru a acoperi cheltuielile aferente unei proceduri jurisdicționale.

27 Or, este suficient să se arate, în această privință, că Regulamentul de procedură nu cuprinde nicio dispoziție analogă articolului 116 alineatul 1 din Zivilprozessordnung și prevede expres că numai persoanele fizice au dreptul de a beneficia de asistență judiciară, ținând seama de starea materială personală a acestora.

28 În plus, trebuie arătat că, în ședință, drept răspuns la o întrebare a Tribunalului, reprezentantul reclamantei a declarat că, în ipoteza în care acțiunea ar fi respinsă, iar reclamanta ar fi obligată la plata cheltuielilor de judecată, acestea s-ar imputa asupra patrimoniului societății Commercy, și nu asupra patrimoniului personal al B. În procesul-verbal de ședință, s-a făcut mențiune cu privire la această declarație.

29 În aceste condiții, admiterea cererii de asistență judiciară în speță ar reprezenta, în realitate, acordarea acestui beneficiu unei persoane juridice, cu încălcarea dispozițiilor articolului 94 alineatul (2) din Regulamentul de procedură.

30 Ținând seama de toate considerațiile anterioare, cererea de asistență judiciară trebuie respinsă.

Cu privire la acțiune

31 Reclamanta solicită anularea mărcii în cauză. În susținerea acestei cereri introductive, reclamanta a invocat, în cerere, un motiv unic, întemeiat pe încălcarea articolului 52 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 coroborat cu articolul 8 alineatul (1) litera (a) din același regulament. Aceasta arată că, ținând seama de identitatea mărcilor

aflate în conflict, există un risc de confuzie, dat fiind că, spre deosebire de cele considerate de camera de recurs în decizia atacată, produsele și serviciile vizate prezintă o asemănare cel puțin redusă.

32 Totuși, în ședință, reprezentantul reclamantei a precizat că, printr-o eroare materială, în motivul unic invocat în cadrul cererii introductive formulate, s-a făcut referire la articolul 8 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94, și nu la alineatul (1) litera (b) al aceluiași articol, aceasta din urmă fiind dispoziția pertinentă în speță. Celelalte părți au declarat că nu au obiecții cu privire la această clarificare. S-a luat act de aceste declarații în procesul-verbal de ședință.

33 Cu titlu principal, OAPI și intervenienta invocă inadmisibilitatea unicului capăt de cerere al reclamantei, pentru motivul că, în temeiul articolului 63 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94, Tribunalul nu ar fi competent să pronunțe anularea mărcii în litigiu sau să adreseze OAPI o somație în acest sens.

34 Cu titlu subsidiar, OAPI și intervenienta arată că s-a concluzionat în mod întemeiat de către camera de recurs în sensul că produsele și serviciile vizate nu erau nici identice, nici asemănătoare și că, în consecință, articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 nu era aplicabil în speță.

35 Tribunalul consideră oportun să se pronunțe mai întâi cu privire la fondul cauzei, respectiv cu privire la legalitatea deciziei atacate, în lumina argumentelor avansate de reclamantă în cadrul motivului unic formulat de aceasta, înainte de a examina, dacă este cazul, admisibilitatea acțiunii, contestată, cu titlu principal, de OAPI și de intervenientă.

36 Articolul 52 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 prevede că marca comunitară este declarată nulă, ca urmare a unei cereri depuse la OAPI, atunci când există o marcă anterioară menționată la articolul 8 alineatul (2) și când se îndeplinesc condițiile prevăzute la alineatul (1) sau la alineatul (5) din acest articol.

37 Pentru a fi aplicabil, articolul 8 alineatul (1) litera (b) din același regulament impune existența unui risc de confuzie în percepția publicului de pe teritoriul pe care este protejată marca anterioară, din cauza identității sau a asemănării sale cu marca anterioară și din cauza identității sau a asemănării produselor sau a serviciilor pe care le desemnează cele două mărci.

38 În temeiul articolului 8 alineatul (2) litera (a) punctul (ii) din același regulament, „mărci anterioare" înseamnă în principal mărcile înregistrate într-un stat membru, a căror dată de depunere este anterioară cererii de înregistrare a mărcii comunitare.

39 În speță, atât divizia de anulare, cât și camera de recurs au admis identitatea mărcilor aflate în conflict. Totuși, acestea au considerat că produsele și serviciile vizate nu erau nici identice, nici asemănătoare și că, prin urmare, înregistrarea mărcii în litigiu nu încălca articolul 8 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94.

40 În susținerea motivului său unic, reclamanta contestă această concluzie arătând că aceasta provine dintr-o interpretare prea restrictivă a articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Reclamanta arată că, potrivit jurisprudenței, această dispoziție trebuie interpretată în sensul că, atunci când, precum în speță, mărcile aflate în conflict sunt identice, diferența între produsele sau serviciile vizate ar trebui să fie foarte mare pentru a exclude orice risc de confuzie.

41 Potrivit jurisprudenței, existența unui risc de confuzie în percepția publicului, în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, trebuie apreciată global, ținând seama de toți factorii pertinenți din cauză. Această apreciere globală implică o anumită interdependență între factorii luați în considerare, astfel încât un grad redus de similitudine între produsele sau serviciile desemnate poate fi compensat printr-un grad ridicat de similitudine între mărci și invers (a se vedea Hotărârea Curții din 17 aprilie 2008, Ferrero Deutschland/OAPI și Cornu, C-108/07 P, punctele 44 și 45 și jurisprudența citată).

42 De asemenea, s-a decis că, în scopul aplicării articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, un risc de confuzie presupune în același timp o identitate sau o similitudine între mărcile aflate în conflict, precum și o identitate sau o similitudine între produsele sau serviciile pe care le desemnează acestea. Aceste condiții sunt cumulative (a se vedea în acest sens Hotărârea Curții din 12 octombrie 2004, Vedial/OAPI, C-106/03 P, Rec., p. I-9573, punctul 51, și Hotărârea Curții din 13 septembrie 2007, Il Ponte Finanziaria/OAPI, C-234/06 P, Rep., p. I-7333, punctul 48).

43 Prin urmare, în scopul aplicării articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, chiar și în ipoteza în care ar exista o identitate între mărcile aflate în conflict, este necesar să se facă dovada existenței unei asemănări între produsele sau serviciile desemnate de acestea [a se vedea în acest sens Ordonanța Curții din 9 martie 2007, Alecansan/OAPI, C-196/06 P, nepublicată în Repertoriu, punctul 24, și Hotărârea Tribunalului din 11 iulie 2007, Mülhens/OAPI – Minoronzoni (TOSCA BLU), T-150/04, Rep., p. II-2353, punctul 27].

44 Având în vedere aceste considerații și în lipsa oricărei contestări a identității mărcilor aflate în conflict, pentru a răspunde motivului unic invocat de reclamantă, trebuie să se verifice exactitatea concluziei camerei de recurs în decizia atacată, potrivit căreia produsele și serviciile vizate nu sunt similare și, în acest context, să se examineze

argumentația reclamantei întemeiată, în esență, pe faptul că produsele și serviciile respective ar prezenta cel puțin o similitudine redusă.

45 Potrivit unei jurisprudențe constante, pentru a aprecia similitudinea dintre produse și servicii, trebuie să se ia în considerare toți factorii pertinenți care caracterizează raportul dintre aceste produse sau servicii. Acești factori includ în special natura, destinația, utilizarea acestora, precum și caracterul lor concurent sau complementar (Hotărârea Curții din 11 mai 2006, Sunrider/OAPI, C-416/04 P, Rec., p. I-4237, punctul 85, și Ordonanța Alecansan/OAPI, punctul 43 de mai sus, punctul 28).

46 În speță, camera de recurs a procedat, la punctele 18-21 din decizia atacată, la o comparație între produsele și serviciile vizate. Aceasta a arătat că produsele și serviciile în cauză desemnate de marca anterioară constituie componentele unui site internet sau, în cadrul unui astfel de site, ajută la crearea unui sistem de rezervare, de comandare și de plată pentru camere de hotel, precum și la instalarea de către o întreprindere a unei astfel de facilități pe internet. Potrivit camerei de recurs, acestea se disting de serviciile în cauză desemnate de marca în litigiu, care sunt, în esență, servicii de informare, de rezervare și de comandare de călătorii și de camere de hotel și al căror obiectiv este de a permite publicului larg să rezerve o cameră de hotel sau o călătorie în scopuri profesionale, turistice sau în orice alt scop.

47 Camera de recurs a evidențiat, de asemenea, împrejurarea că produsele și serviciile desemnate de marca anterioară aparțin unui sector specializat, respectiv sectorul produselor și al serviciilor de creare și de punere în funcțiune a sistemelor informatice, și vizează un public restrâns, deoarece sunt destinate numai să permită unei întreprinderi din sectorul hotelier sau al călătoriilor instalarea unui sistem de rezervări online, accesibil prin internet. Publicul restrâns alcătuit din aceste întreprinderi s-ar distinge în mod clar de publicul larg, căruia îi sunt destinate serviciile în cauză, desemnate prin marca în litigiu.

48 Dat fiind că produsele și serviciile vizate sunt vândute unui public diferit, camera de recurs a concluzionat că acestea nu se aflau nici în relație de concurență.

49 În plus, camera de recurs a examinat caracterul eventual complementar al produselor și al serviciilor vizate. Potrivit acesteia, un astfel de caracter ar trebui exclus în speță, întrucât publicul larg, căruia îi sunt destinate serviciile desemnate de marca în litigiu, nu își procură produsele și serviciile în cauză desemnate de marca anterioară, ce sunt destinate exclusiv întreprinderilor care, în continuare, vor furniza servicii acestui public larg.

50 În cele din urmă, camera de recurs a arătat, în același context, că utilizatorii de internet care cumpără online servicii de voiaj nu cunosc probabil furnizorul programului de calculator care permite funcționarea unui magazin online și, în orice ipoteză, pot face diferența între o întreprindere care furnizează o tehnologie complexă și o alta care vinde pe internet servicii de călătorie.

51 Aceste considerații trebuie acceptate. Ele demonstrează corespunzător cerințelor legale că produsele și serviciile vizate diferă în ce privește natura, destinația și utilizarea lor și nu prezintă un caracter concurent sau complementar. Astfel, mai întâi, trebuie să se constate că produsele și serviciile în cauză, desemnate de marca anterioară, sunt de natură informatică, în timp ce serviciile de informare, de comandare și de rezervare, desemnate de marca în cauză, sunt de natură diferită și nu utilizează informatica decât drept suport pentru transmiterea unei informații sau pentru a face posibilă rezervarea unor camere de hotel sau a unor călătorii.

52 De asemenea, trebuie observat că produsele și serviciile în cauză desemnate de marca anterioară sunt special destinate întreprinderilor din sectorul hotelier și al călătoriilor și că serviciile de informare, de comandare și de rezervare desemnate de marca în cauză sunt destinate publicului larg.

53 În plus, trebuie remarcat că produsele și serviciile în cauză desemnate de marca anterioară sunt utilizate pentru a permite funcționarea unui sistem informatic și, mai precis, a unui magazin online, în timp de serviciile de informare, de comandare și de rezervare desemnate de marca în cauză sunt utilizate pentru rezervarea unei camere de hotel sau a unei călătorii.

54 Simpla împrejurare că serviciile de informare, de comandare și de rezervare desemnate de marca în cauză sunt furnizate exclusiv pe internet și, prin urmare, necesită un suport informatic precum cel furnizat de produsele și serviciile desemnate de marca anterioară nu este suficientă pentru a îndepărta diferențele esențiale care există între produsele și serviciile vizate cu privire la natura, la destinația și la utilizarea acestora.

55 Astfel, produsele și serviciile informatice sunt utilizate în aproape toate sectoarele. Deseori, aceleași produse sau servicii, de exemplu, un anumit tip de program de calculator sau un sistem de operare, pot fi utilizate în scopuri foarte diferite, fără ca aceasta să implice faptul că acestea ar deveni produse sau servicii diferite și distincte. Invers, serviciile de agenție de voiaj nu își modifică natura, destinația sau utilizarea ca urmare a simplului fapt că sunt furnizate pe internet, cu atât mai mult cu cât, în prezent, utilizarea aplicațiilor informatice pentru furnizarea serviciilor de acest tip este aproape indispensabilă, chiar și atunci când aceste servicii nu sunt furnizate de un magazin online.

56 Pe de altă parte, produsele și serviciile vizate nu sunt substituibile, întrucât sunt adresate unor categorii diferite de public. Prin urmare, camera de recurs a concluzionat în mod întemeiat că produsele și serviciile respective nu prezintă caracter concurent.

57 În cele din urmă, aceste produse și servicii nu prezintă nici caracter complementar. Trebuie amintit, în această privință, că produsele sau serviciile complementare sunt cele între care există o strânsă legătură, în sensul că unul este indispensabil sau important pentru utilizarea celuilalt, astfel încât consumatorii pot crede că răspunderea fabricării acestor produse sau a prestării acestor servicii revine aceleiași întreprinderi [Hotărârea Tribunalului din 1 martie 2005, Sergio Rossi/OAPI – Sissi Rossi (SISSI ROSSI), T-169/03, Rec., p. II-685, punctul 60, Hotărârea Tribunalului din 15 martie 2006, Eurodrive Services and Distribution/OAPI – Gómez Frías (euroMASTER), T-31/04, nepublicată în Recueil, punctul 35, și Hotărârea Tribunalului din 17 iunie 2008, El Corte Inglés/OAPI – Abril Sánchez și Ricote Saugar (Boomerang TV), T-420/03, Rep., p. II-837, punctul 98].

58 Această definiție din jurisprudență implică posibilitatea utilizării împreună a produselor sau a serviciilor complementare, ceea ce presupune că acestea sunt adresate aceluiași public. Prin urmare, o legătură de complementaritate nu poate exista între, pe de o parte, produsele sau serviciile necesare pentru funcționarea unei întreprinderi comerciale și, pe de altă parte, produsele și serviciile pe care le fabrică sau le furnizează această întreprindere. Aceste două categorii de produse sau de servicii nu sunt utilizate împreună, întrucât cele din prima categorie sunt utilizate de întreprinderea vizată însăși, pe când cele din a doua categorie sunt utilizate de clienții respectivei întreprinderi.

59 Reclamanta admite existența unor destinatari finali diferiți ai produselor și ai serviciilor vizate, însă susține că un risc de confuzie nu ar putea fi exclus în speță, întrucât produsele și serviciile în cauză desemnate de marca anterioară au drept unic obiectiv de

a permite prestarea de servicii de informare, de comandare și de rezervare desemnate de marca în cauză. Ca regulă generală, publicul interesat de acestea din urmă nu ar cunoaște autorul programului de calculator necesar și nu ar putea distinge, dintre informațiile prezente pe site-ul internet al intervenientei, pe cele care provin chiar de la intervenientă și pe cele provenite din programul de calculator sau din serviciile furnizate de o întreprindere specializată în informatică, precum reclamanta. În definitiv, pe site-ul internet al intervenientei, serviciile desemnate de marca în litigiu s-ar confunda cu produsele și serviciile în cauză desemnate de marca anterioară.

60 Această argumentație nu poate fi reținută. Trebuie arătat în această privință că, în general, originea comercială a programului de calculator și a serviciilor informatice care permit funcționarea site-ului internet al intervenientei nu prezintă interes pentru publicul căruia i se adresează serviciile vizate de marca în cauză și care sunt furnizate prin acest site internet. Pentru acest public, site-ul internet al intervenientei este un simplu instrument de rezervare online a călătoriilor și a camerelor de hotel. Importantă este buna funcționare a acestuia, și nu persoana furnizorului programului de calculator și al serviciilor informatice care permit funcționarea acestuia.

61 În cazul în care, totuși, anumiți clienți ai intervenientei doresc să afle originea comercială a programelor de calculator și a serviciilor de dezvoltare și de proiectare a acestora, care sunt necesare pentru funcționarea site-ului internet al acesteia, astfel cum a arătat în mod întemeiat camera de recurs, aceștia pot face diferența între întreprinderea specializată care furnizează aceste produse și servicii și intervenientă, care furnizează pe internet servicii din sectorul turismului și al călătoriilor. Astfel, dat fiind că serviciile desemnate de marca în cauză sunt, prin definiție, furnizate numai prin internet, trebuie să se prezume că respectivii clienți ai intervenientei au cel puțin cunoștințe informatice de bază. Astfel, aceștia sunt conștienți de faptul că un sistem de rezervări online nu poate fi realizat de un utilizator oarecare al unui calculator și că aceasta necesită programe de calculator și servicii de dezvoltare și de proiectare a respectivelor programe de calculator care sunt furnizate de o întreprindere specializată.

62 Nici afirmația reclamantei potrivit căreia clienții intervenientei nu pot distinge informațiile provenite chiar de la intervenientă de cele provenite de la programele de calculator și de la serviciile informatice de tipul vizat prin marca anterioară nu este exactă. Informațiile care îi pot interesa pe clienții intervenientei sunt cele referitoare la modalitățile unei călătorii, la disponibilitățile camerelor de hotel, precum și la prețurile acestora. Furnizarea acestor informații constituie tocmai serviciile desemnate de marca în cauză. Produsele și serviciile vizate de marca anterioară folosesc numai la transmiterea acestor informații și nu transmit ele însele alte informații distincte celor interesați.

63 În cele din urmă, reclamanta contestă referirea care se face în decizia atacată la o hotărâre a Oberlandesgericht Dresden (Tribunalul Regional Superior din Dresda) din 12 mai 2006, care a fost invocată în fața camerei de recurs de intervenientă. În această hotărâre, în cadrul unei acțiuni privind încălcarea dreptului mărcilor între reclamantă și intervenientă, Oberlandesgericht Dresden a concluzionat în sensul că programele informatice și serviciile de dezvoltare și de proiectare de programe informatice și serviciile care utilizează aceste programe de calculator nu sunt similare, întrucât publicul știe că serviciile din numeroase sectoare sunt furnizate mulțumită unui suport electronic. La punctul 22 din decizia atacată, camera de recurs susține în întregime raționamentul și concluziile din hotărârea respectivă.

64 Totuși, reclamanta arată că această referință confirmă caracterul eronat al concluziei camerei de recurs, potrivit căreia produsele și serviciile vizate nu sunt similare. Potrivit reclamantei, Hotărârea pronunțată de Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție germană) la 13 noiembrie 2003 (I ZR 103/01, GRUR 2004, p. 241), citată de Oberlandesgericht Dresden în motivarea hotărârii sale citate anterior, privește o cauză în care modul de transmitere a anumitor informații și comenzi, respectiv transmiterea acestora printr-un sistem informatizat sau prin alte mijloace, precum serviciile poștale obișnuite, a fost considerată lipsită de pertinență pentru soluționarea litigiului. Cauza de față ar fi diferită, întrucât serviciile desemnate de marca în cauză sunt furnizate exclusiv pe internet.

65 Or, astfel cum s-a arătat mai sus, simpla împrejurare că serviciile în cauză ale intervenientei, vizate de marca în litigiu, nu ar fi furnizate decât pe internet nu este suficientă pentru a concluziona în sensul unei similitudini între aceste servicii și produsele și serviciile desemnate de marca anterioară. Așadar, contrar celor arătate de reclamantă, referirea din decizia atacată la hotărârea pronunțată de Oberlandesgericht Dresden, citată anterior, nu demonstrează în niciun mod caracterul eronat al concluziei referitoare la lipsa similitudinii dintre produsele și serviciile desemnate de una și de cealaltă dintre mărcile aflate în conflict, fără a fi necesar să se examineze dacă această din urmă hotărâre a făcut o aplicare corectă a jurisprudenței Bundesgerichtshof, această chestiune depășind competența Tribunalului și fiind, în orice ipoteză, lipsită de pertinență din perspectiva prezentului litigiu.

66 Reiese din toate cele de mai sus că motivul unic al reclamantei trebuie respins ca neîntemeiat.

67 Întrucât motivul unic invocat de reclamantă în susținerea acțiunii sale a fost respins, în orice ipoteză, această acțiune trebuie declarată neîntemeiată, fără a fi necesară pronunțarea cu privire la cauza de inadmisibilitate invocată de OAPI și de intervenientă în memoriile în răspuns ale acestora (a se vedea în acest sens Hotărârea Curții din 26 februarie 2002, Consiliul/Boehringer, C-23/00 P, Rec., p. I-1873, punctul 52, și Hotărârea Curții din 23 martie 2004, Franța/Comisia, C-233/02, Rec., p. I-2759, punctul 26).

Cu privire la cheltuielile de judecată

68 Potrivit articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Întrucât reclamanta a căzut în pretenții, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată efectuate de OAPI și de intervenientă, conform concluziilor acestora.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a cincea)

declară și hotărăște:

1) Respinge cererea de asistență judiciară.

2) Respinge acțiunea.

3) Obligă Commercy AG la plata cheltuielilor de judecată.

Vilaras Prek Ciucă

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 22 ianuarie 2009.

Semnături