ARRÊT DU TRIBUNAL (quatrième chambre)

7 avril 2011 *

Dans l'affaire T-84/08,

Intesa Sanpaolo SpA, établie à Turin (Italie), représentée par M^es^ A. Perani et P. Pozzi, avocats,

partie requérante,

contre

Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), représenté par M. D. Botis, en qualité d'agent,

partie défenderesse,

* Langue de procédure : l'anglais.

l'autre partie à la procédure devant la chambre de recours de l'OHMI, intervenant devant le Tribunal, étant

MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG, établie à Düsseldorf (Allemagne), représentée par M[es] R. Kaase, J-C. Plate et M. Berger, avocats,

ayant pour objet un recours formé contre la décision de la quatrième chambre de recours de l'OHMI du 19 décembre 2007 (affaire R 138/2006-4), relative à une procédure d'opposition entre MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG et Intesa Sanpaolo SpA,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre),

composé de M. O. Czúcz, président, M[me] I. Labucka et M. K. O'Higgins (rapporteur), juges,

greffier : M. N. Rosner, administrateur,

vu la requête déposée au greffe du Tribunal le 18 février 2008,

vu le mémoire en réponse de l'OHMI déposé au greffe du Tribunal le 9 juin 2008,

vu le mémoire en réponse de l'intervenante déposé au greffe du Tribunal le 30 mai 2008,

à la suite de l'audience du 21 septembre 2010,

rend le présent

Arrêt

Antécédents du litige

1 Le 21 mars 2003, la requérante, Intesa Sanpaolo SpA, a présenté une demande d'enregistrement de marque communautaire à l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI), en vertu du règlement (CE) nº 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), tel que modifié [remplacé par le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO L 78, p. 1)].

2 La marque dont l'enregistrement a été demandé est le signe verbal COMIT.

3 Les produits et les services pour lesquels l'enregistrement a été demandé relèvent notamment des classes 16, 35, 36, 41 et 42 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié, et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

— classe 16 : « Papier, carton et produits en ces matières, non compris dans d'autres classes ; gravures ; articles pour reliures ; photographies ; papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; matières plastiques pour l'emballage (non comprises dans d'autres classes) ; caractères d'imprimerie ; clichés » ;

— classe 35 : « Publicité ; gestion des affaires commerciales ; administration commerciale ; travaux de bureau » ;

— classe 36 : « Assurances ; affaires financières ; affaires monétaires ; affaires immobilières » ;

— classe 41 : « Éducation ; formation ; divertissements ; activités sportives et de divertissement » ;

— classe 42 : « Services scientifiques et technologiques ainsi que services de recherches et de conception qui y sont relatifs ; analyse et recherche industrielles ; services juridiques ».

4 La demande a été publiée au *Bulletin des marques communautaires* n° 80/2003, du 3 novembre 2003.

5 Le 29 janvier 2004, le prédécesseur de l'intervenante, MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG, a formé opposition à l'enregistrement de la marque demandée, alléguant un risque de confusion au sens de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 40/94 [devenu article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement n° 207/2009].

6 L'opposition était fondée sur la marque figurative allemande, enregistrée sous le numéro 39920459, reproduite ci-après :



7 Les produits et les services couverts par la marque antérieure fondant l'opposition relèvent des classes 9, 16, 35, 36, 41 et 42 et correspondent, pour chacune de ces classes, à la description suivante :

— classe 9 : « Appareils pour l'enregistrement, la transmission et la reproduction du son et des images ; supports d'enregistrement magnétiques, disques acoustiques » ;

— classe 16 : « Papier, carton et produits en ces matières, compris dans la classe 16 ; produits de l'imprimerie ; articles pour reliures ; photographies ; papeterie ; adhésifs (matières collantes) pour la papeterie ou le ménage ; matériel pour les artistes ; pinceaux ; machines à écrire et articles de bureau (à l'exception des meubles) ; matériel d'instruction ou d'enseignement (à l'exception des appareils) ; matières plastiques pour l'emballage comprises dans la classe 16 ; cartes à jouer ; lettres d'imprimerie ; clichés » ;

— classe 35 : « Publicité ; gestion ; administration commerciale ; services de bureau » ;

— classe 36 : « Services d'assurance ; services financiers ; transactions en espèces ; services immobiliers » ;

— classe 41 : « Éducation, formation, divertissements ; activités culturelles et sportives » ;

— classe 42 : « Planification de projets techniques, planification de constructions ; conseils en matière de construction ; tous services à l'exception de ceux liés aux secteurs de l'outillage et de la machine-outil ».

8 Par décision du 12 janvier 2006, la division d'opposition a partiellement accueilli l'opposition. Elle a rejeté la demande de marque communautaire pour les produits compris dans la classe 16 au motif qu'il existait un risque de confusion pour ces derniers sur le territoire allemand.

9 Le 20 janvier 2006, l'intervenante a formé un recours auprès de l'OHMI contre la décision de la division d'opposition dans la mesure où elle rejetait son opposition pour les services compris dans les classes 35, 36, 41 et 42. Dans ses observations en réponse au recours, la requérante a demandé la réformation de cette décision dans la mesure où elle faisait droit à l'opposition pour les produits compris dans la classe 16.

10 Par décision du 19 décembre 2007 (ci-après la « décision attaquée »), la quatrième chambre de recours a estimé que le recours était fondé et a rejeté la demande de marque communautaire pour l'ensemble des services demandés. Selon la chambre de recours, les services à comparer étaient identiques. S'agissant des deux signes en cause, elle a considéré que la division d'opposition avait sous-estimé leur degré de similitude phonétique. Elle a relevé que les similitudes visuelles et surtout les similitudes phonétiques entre les signes en conflit étaient si fortes que les consommateurs considéreraient que les services fournis sous la marque demandée avaient la même origine commerciale que celle des services identiques protégés par la marque antérieure. Selon la chambre de recours, l'attention du public pertinent se porte plutôt sur le début du mot qui est identique dans les deux signes. S'agissant de la demande de la requérante visant à ce que la décision de la division d'opposition soit réformée, la chambre de recours l'a rejetée comme irrecevable au motif qu'elle équivalait à un recours distinct de celui formé par l'intervenante en l'espèce, ce qui n'était pas prévu par le règlement nº 40/94.

Conclusions des parties

11 Dans la requête, la requérante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

— réformer la décision attaquée ;

— confirmer la décision de la division d'opposition dans la mesure où elle autorise l'enregistrement de la marque demandée pour les services relevant des classes 35, 36, 41 et 42 ;

— réformer la décision de la division d'opposition dans la mesure où elle refuse l'enregistrement de la marque demandée pour les produits relevant de la classe 16 ;

— autoriser l'enregistrement de la marque demandée pour tous les produits et les services relevant des classes 16, 35, 36, 41 et 42 ;

— condamner l'OHMI aux dépens exposés lors de la présente procédure, ainsi qu'à ceux exposés aux fins des procédures d'opposition et de recours devant l'OHMI.

12 L'OHMI conclut à ce qu'il plaise au Tribunal :

— rejeter le recours ;

— à titre subsidiaire, dans le cas où le premier moyen serait accueilli, réformer la décision attaquée en ce qui concerne la recevabilité du « recours subsidiaire » ;

— condamner la requérante aux dépens dans les deux cas ou, à titre subsidiaire, condamner l'OHMI à ne supporter que ses propres dépens conformément à l'article 136, paragraphe 1, du règlement de procédure du Tribunal.

13 L'intervenante conclut à ce qu'il plaise au Tribunal de rejeter le recours.

14 Lors de l'audience, la requérante a indiqué que ses conclusions tendaient uniquement à l'annulation de la décision attaquée et à la condamnation de l'OHMI aux dépens exposés devant le Tribunal et devant la chambre de recours de l'OHMI. Le Tribunal en a pris acte dans le procès-verbal de l'audience.

En droit

15 À l'appui de son recours, la requérante invoque deux moyens, tirés, le premier, de la violation de l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96 de la Commission, du 5 février 1996, portant règlement de procédure des chambres de recours de l'OHMI (JO L 28, p. 11), tel que modifié, et, le second, de la violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94.

Sur le premier moyen, tiré d'une violation de l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96

16 Dans le cadre de la procédure devant la chambre de recours, la requérante, dans ses observations en réponse au recours, a formé un recours visant à ce que la chambre de recours réforme la décision de la division d'opposition concernant les produits compris dans la classe 16. La requérante considère que la chambre de recours a, à tort, refusé d'examiner ce « recours subsidiaire » en violation de l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96.

17 Elle fait valoir que, conformément à cette disposition, la partie défenderesse devant la chambre de recours a le droit de former un « recours subsidiaire ». Plusieurs chambres de recours auraient reconnu un tel droit au titre de la disposition précitée. Lors de l'audience, elle a précisé qu'elle avait droit à un examen par les deux instances de l'OHMI et que le refus de la chambre de recours d'examiner le « recours subsidiaire » portait préjudice audit droit.

18 L'OHMI considère que les motifs de la chambre de recours concernant l'applicabilité de l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96 sont ambigus. Selon l'OHMI, la chambre de recours entendait indiquer qu'un « recours subsidiaire » comme celui en l'espèce n'est recevable que s'il concerne une question, de droit ou de fait, déjà soulevée dans le cadre du recours principal, ou qu'un tel recours n'est pas recevable lorsque les points soulevés sont sans lien avec le recours principal et que la partie défenderesse devant la chambre de recours aurait pu former un recours indépendant sur ces points.

19 L'OHMI soutient que cette disposition doit être appliquée de façon large, sans les limitations implicites introduites par la chambre de recours en l'espèce. Ainsi, les allégations de la requérante seraient fondées. Cela n'impliquerait pas pour autant qu'il faille annuler la décision attaquée, dès lors que la motivation de celle-ci s'étend également aux produits concernés par le « recours subsidiaire ».

20 Dans son mémoire en réponse, l'intervenante considère que, malgré le fait que l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96 prévoie la possibilité d'un « recours subsidiaire », son absence d'examen par la quatrième chambre de recours de l'OHMI n'a pas d'incidence sur l'appréciation de l'existence du risque de confusion en l'espèce.

21 À titre liminaire, il convient de relever que l'allégation de l'intervenante présentée à l'audience selon laquelle l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96 ne permet aucune demande subsidiaire de la part de la requérante en l'espèce devant la chambre de recours est irrecevable, dès lors qu'elle n'est pas rattachable aux moyens et aux arguments développés dans son mémoire en réponse (voir, en ce sens, ordonnance de la Cour du 24 septembre 2009, Alcon/OHMI et *Acri.Tec, C-481/08 P, non publiée au Recueil, point 17).

22 Aux termes de l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96 :

« Dans les procédures inter partes, la partie défenderesse peut, dans ses observations en réponse, formuler des conclusions visant à l'annulation ou à la réformation de la décision contestée sur un point non soulevé dans le recours. De telles conclusions deviennent sans objet en cas de désistement du requérant. »

23 Il ressort du libellé de cette disposition que, dans le cadre de la procédure devant la chambre de recours, la partie défenderesse peut, dans ses observations, exercer son droit de contester la décision qui est attaquée. Sa seule qualité de partie défenderesse lui permet ainsi de contester la validité de la décision de la division d'opposition, comme l'a fait valoir à juste titre la requérante. En outre, l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96 ne limite pas ce droit aux moyens déjà soulevés dans le recours. En effet, il prévoit que les conclusions portent sur un point non soulevé dans le recours. Par ailleurs, ladite disposition ne fait aucune référence au fait que la partie défenderesse aurait pu introduire elle-même un recours contre la décision attaquée. Les deux voies de recours existent pour contester la décision d'accueillir une opposition et de rejeter la demande d'enregistrement de marque communautaire.

24 En l'espèce, compte tenu de ce qui précède, la requérante avait le droit, conformément à l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96, de contester le refus d'enregistrement de la marque demandée pour les produits compris dans la classe 16, et c'est à tort que la chambre de recours a rejeté cette demande comme étant irrecevable.

25 Dès lors, il convient d'accueillir le premier moyen, tiré d'une violation de l'article 8, paragraphe 3, du règlement nº 216/96.

Sur le second moyen, tiré d'une violation de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94

26 La requérante conteste l'existence d'une similitude entre les signes en conflit, de sorte qu'il n'existerait aucun risque de confusion s'agissant des services concernés et que, dès lors, la chambre de recours a erronément annulé la décision de la division d'opposition à cet égard. Elle fait valoir que :

— la marque antérieure comporte des éléments figuratifs et colorés additionnels qui la différencient du signe verbal COMIT ;

— les deux signes sont également différents du point de vue phonétique, la fin des mots étant prononcée différemment par les consommateurs allemands du fait que les secondes voyelles (« e » et « i ») se distinguent l'une de l'autre ;

— les deux signes sont conceptuellement différents ; la marque demandée COMIT serait un mot inventé qui signifie « commerciale » et « italiana » en italien, tandis que la marque antérieure Comet, qui signifie « comète » en anglais, évoquerait le mot allemand « Komet » qui a la même signification ;

— en raison de ces différences, les deux signes sont globalement différents ; il n'existerait aucun risque de confusion de la part du public, ni pour les produits relevant de la classe 16, ni pour les services relevant des classes 35, 36, 41 et 42, puisque le consommateur moyen est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé.

27 L'OHMI et l'intervenante contestent les arguments de la requérante.

28 Aux termes de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, sur opposition du titulaire d'une marque antérieure, la marque demandée est refusée à l'enregistrement lorsque, en raison de son identité ou de sa similitude avec une marque antérieure et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services que les deux marques désignent, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public du territoire sur lequel la marque antérieure est protégée. Le risque de confusion comprend le risque d'association avec la marque antérieure.

29 Par ailleurs, en vertu de l'article 8, paragraphe 2, sous a), ii), du règlement nº 40/94 [devenu article 8, paragraphe 2, sous a), ii), du règlement nº 207/2009], il convient d'entendre par marques antérieures les marques enregistrées dans un État membre, dont la date de dépôt est antérieure à celle de la demande de marque communautaire.

30 Selon une jurisprudence constante, constitue un risque de confusion le risque que le public puisse croire que les produits ou les services en cause proviennent de la même entreprise ou d'entreprises liées économiquement. Selon cette même jurisprudence, le risque de confusion doit être apprécié globalement, selon la perception que le public pertinent a des signes et des produits ou des services en cause, et en tenant compte de tous les facteurs pertinents en l'espèce, notamment de l'interdépendance de la similitude des signes et de celle des produits ou des services désignés [voir arrêt du Tribunal du 9 juillet 2003, Laboratorios RTB/OHMI — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec. p. II-2821, points 30 à 33, et la jurisprudence citée].

31 Aux fins de l'application de l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94, un risque de confusion présuppose à la fois une identité ou une similitude des marques en conflit et une identité ou une similitude des produits ou des services qu'elles désignent. Il s'agit là de conditions cumulatives [voir arrêt du Tribunal du 22 janvier 2009, Commercy/OHMI — easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, Rec. p. II-43, point 42, et la jurisprudence citée].

32 Selon la jurisprudence, dans le cadre de l'appréciation globale du risque de confusion, il convient de prendre en compte le consommateur moyen de la catégorie de produits concernée, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé. Il y a également lieu de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou de services en cause [voir arrêt du Tribunal du 13 février 2007, Mundipharma/OHMI — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Rec. p. II-449, point 42, et la jurisprudence citée].

33 En l'espèce, eu égard au fait que les services en cause sont des services offerts au grand public et que la marque antérieure est enregistrée en Allemagne, le public ciblé est

le consommateur moyen allemand. Celui-ci est censé être normalement informé et raisonnablement attentif et avisé (arrêt de la Cour du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, point 26).

34 Selon la décision attaquée, les services en cause compris dans les classes 35, 36, 41 et 42 sont identiques. Il y a lieu de constater que les parties ne contestent pas cette conclusion.

Sur la comparaison des signes

35 L'appréciation globale du risque de confusion doit, en ce qui concerne la similitude visuelle, phonétique ou conceptuelle des signes en conflit, être fondée sur l'impression d'ensemble produite par ceux-ci, en tenant compte, notamment, de leurs éléments distinctifs et dominants. La perception des marques qu'a le consommateur moyen des produits ou des services en cause joue un rôle déterminant dans l'appréciation globale dudit risque. À cet égard, le consommateur moyen perçoit normalement une marque comme un tout et ne se livre pas à un examen de ses différents détails (voir arrêt de la Cour du 12 juin 2007, OHMI/Shaker, C-334/05 P, Rec. p. I-4529, point 35, et la jurisprudence citée).

36 En premier lieu, s'agissant de la comparaison sur le plan visuel, c'est à juste titre que la chambre de recours a constaté, au point 15 de la décision attaquée, que les signes en cause étaient similaires.

37 À cet égard, il convient de rappeler que rien ne s'oppose à ce que soit vérifiée l'existence d'une similitude visuelle entre une marque verbale et une marque figurative, étant donné que ces deux types de marques ont une configuration graphique capable de donner lieu à une impression visuelle [voir arrêt du Tribunal du 4 mai 2005, Chum/OHMI — Star TV (STAR TV), T-359/02, Rec. p. II-1515, point 43, et la jurisprudence citée].

38 Force est de constater que les différences visuelles entre les deux signes en cause sont mineures. La marque verbale demandée est le mot « comit ». La marque figurative antérieure est le mot « comet » écrit en caractères gras, dont les lettres sont rouges et le soulignement rouge et vert. Quatre des cinq lettres des signes sont identiques. La seule différence entre les deux mots est l'avant-dernière lettre, respectivement « i » et « e ». Contrairement à ce que prétend la requérante, les différences figuratives entres les deux signes sont légères et ne modifient pas l'impression de similitude entre les mots presque identiques qui forment et dominent les signes.

39 En deuxième lieu, en ce qui concerne la comparaison sur le plan phonétique, ainsi que l'a constaté la chambre de recours au point 15 de la décision attaquée, il y a lieu de considérer que les signes en cause sont également similaires. En effet, la première syllabe « com », qui sera perçue et entendue en premier, est identique au début des deux signes. En outre les deuxièmes syllabes, respectivement « it » et « et », contiennent une voyelle courte et se terminent toutes les deux par la lettre « t ».

40 Dès lors, il y a lieu de relever que les signes en cause sont similaires sur les plans visuel et phonétique.

41 En troisième lieu, en ce qui concerne la comparaison sur le plan conceptuel, la chambre de recours a considéré, au point 15 de la décision attaquée, qu'il existait une différence

liée au fait qu'une partie du public allemand percevrait la marque antérieure comme le nom anglais correspondant au mot allemand « Komet » (qui signifie « comète »), mais que cette différence n'était pas suffisamment évidente et importante pour l'emporter sur les fortes similitudes visuelles et phonétiques entre les deux signes.

42 Il y a lieu de relever que les marques en cause présentent des différences sur le plan conceptuel. En effet, la connotation de « comète » liée à la marque antérieure conduit à une certaine différenciation. Quant à la marque demandée, ainsi que l'a relevé l'OHMI, le mot « comit » sera compris comme un mot inventé par le public allemand, qui n'a donc aucune signification. Il y a toutefois lieu de tenir compte du fait que le préfixe « com », signifiant « commerce » ou « commercial », que les signes partagent, est une abréviation très répandue dans le monde des entreprises, ainsi que la requérante l'a indiqué lors de l'audience. Dès lors, étant donné que les débuts des signes ont une signification identique, la différence conceptuelle n'est pas à ce point importante qu'elle puisse suffire pour neutraliser les similitudes visuelles et phonétiques.

43 Dans ces circonstances, il convient de conclure que les marques en cause, appréciées globalement, sont similaires. Par conséquent, il convient de constater que c'est à juste titre que la chambre de recours a conclu, au point 16 de la décision attaquée, que les signes en cause produisaient une impression globale similaire.

Sur le risque de confusion

44 L'appréciation globale du risque de confusion implique une certaine interdépendance des facteurs pris en compte et, notamment, de la similitude des marques et de celle des produits ou des services désignés. Ainsi, un faible degré de similitude entre les produits ou les services désignés peut être compensé par un degré élevé de similitude

entre les marques, et inversement [arrêt de la Cour du 29 septembre 1998, Canon, C-39/97, Rec. p. I-5507, point 17, et arrêt du Tribunal du 14 décembre 2006, Mast-Jägermeister/OHMI — Licorera Zacapaneca (VENADO avec cadre e.a.) T-81/03, T-82/03 et T-103/03, Rec. p. II-5409, point 74].

45 En l'espèce, les services en cause étant identiques et les signes en cause étant similaires, la chambre de recours a considéré à juste titre qu'il existait un risque de confusion dans l'esprit du public concerné.

46 En effet, en raison des fortes similitudes entre les signes en cause, notamment des similitudes visuelles et phonétiques, et de l'identité constatée entre les services concernés, il est probable que le public confonde les marques en cause, eu égard au fait que le consommateur n'a que rarement la possibilité de procéder à une comparaison directe des différentes marques mais doit se fier à l'image non parfaite qu'il en a gardée en mémoire (arrêt Lloyd Schuhfabrik Meyer, précité, point 26).

47 Il résulte de tout ce qui précède que, dans les circonstances de l'espèce, malgré une certaine différence conceptuelle et le niveau d'attention du consommateur moyen allemand, la chambre de recours n'a pas violé l'article 8, paragraphe 1, sous b), du règlement nº 40/94 en considérant qu'il existait un risque que ce public puisse croire que les services en cause proviennent de la même entreprise ou, le cas échéant d'entreprises liées économiquement.

48 Par conséquent, le second moyen doit être rejeté comme étant non fondé.

49 Il découle de ce qui précède qu'il convient d'annuler la décision attaquée pour autant que la chambre de recours a rejeté la demande de la requérante relative aux produits relevant de la classe 16.

Sur les dépens

50 Aux termes de l'article 87, paragraphe 3, du règlement de procédure, le Tribunal peut répartir les dépens ou décider que chaque partie supporte ses propres dépens si les parties succombent respectivement sur un ou plusieurs chefs. En l'espèce, la requérante a partiellement obtenu gain de cause.

51 Aux termes de l'article 87, paragraphe 4, dernier alinéa, du règlement de procédure, le Tribunal peut ordonner qu'une partie intervenante supportera ses propres dépens.

52 À cet égard, il convient de rappeler que, en vertu de l'article 136, paragraphe 2, du règlement de procédure, les frais indispensables exposés par les parties aux fins de la procédure devant la chambre de recours sont considérés comme dépens récupérables.

53 Dans ces circonstances, il y a lieu de décider que l'OHMI supportera ses propres dépens, ainsi que la moitié des dépens exposés par la requérante, y compris ceux afférents à la procédure devant la chambre de recours. L'intervenante supportera ses propres dépens.

Par ces motifs,

LE TRIBUNAL (quatrième chambre)

déclare et arrête :

1) **La décision de la quatrième chambre de recours de l'Office de l'harmonisation dans le marché intérieur (marques, dessins et modèles) (OHMI) du 19 décembre 2007 (affaire R 138/2006-4) est annulée en tant qu'elle rejette la demande d'Intesa Sanpaolo SpA relative aux produits relevant de la classe 16.**

2) **Le recours est rejeté pour le surplus.**

3) **L'OHMI supportera ses propres dépens ainsi que la moitié de ceux exposés par Intesa Sanpaolo.**

4) **MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG supportera ses propres dépens.**

Czúcz Labucka O'Higgins

Ainsi prononcé en audience publique à Luxembourg, le 7 avril 2011.

Signatures