SENTENCIA DEL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

de 7 de abril de 2011 *

En el asunto T-84/08,

Intesa Sanpaolo SpA, con domicilio social en Turín (Italia), representada por los Sres. A. Perani y P. Pozzi, abogados,

parte demandante,

contra

Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), representada por el Sr. D. Botis, en calidad de agente,

parte demandada,

* Lengua de procedimiento: inglés.

y en el que la otra parte en el procedimiento ante la Sala de Recurso de la OAMI, que actúa como parte coadyuvante ante el Tribunal, es:

MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG, con domicilio social en Düsseldorf (Alemania), representada por los Sres. R. Kaase, J-C. Plate y M. Berger, abogados,

que tiene por objeto un recurso interpuesto contra la resolución dictada por la Cuarta Sala de Recurso de la OAMI el 19 de diciembre de 2007 (asunto R 138/2006-4), en el procedimiento de oposición entre MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG e Intesa Sanpaolo SpA,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta),

integrado por el Sr. O. Czúcz, Presidente, y la Sra. I. Labucka y el Sr. K. O'Higgins (Ponente), Jueces;

Secretario: Sr. N. Rosner, administrador;

habiendo considerado la demanda presentada en la Secretaría del Tribunal el 18 de febrero de 2008;

visto el escrito de contestación de la OAMI presentado en la Secretaría del Tribunal el 9 de junio de 2008;

visto el escrito de contestación de la parte coadyuvante presentado en la Secretaría del Tribunal el 30 de mayo de 2008;

celebrada la vista el 21 de septiembre de 2010;

dicta la siguiente

Sentencia

Antecedentes del litigio

1 El 21 de marzo de 2003, la demandante, Intesa Sanpaolo SpA, presentó una solicitud de registro de marca comunitaria ante la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI), con arreglo al Reglamento (CE) nº 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO 1994, L 11, p. 1), en su versión modificada [sustituido por el Reglamento (CE) nº 207/2009 del Consejo, de 26 de febrero de 2009, sobre la marca comunitaria (DO L 78, p. 1)].

2 La marca cuyo registro se solicitó es el signo denominativo COMIT.

3 Los productos y servicios para los que se solicitó el registro están comprendidos, en particular, en las clases 16, 35, 36, 41 y 42 del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, de 15 de junio de 1957, en su versión revisada y modificada, y responden, respecto a cada una de las citadas clases, a la siguiente descripción:

— Clase 16: «Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; impresiones; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés».

— Clase 35: «Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina».

— Clase 36: «Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios».

— Clase 41: «Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y recreativas».

— Clase 42: «Servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativos a ellos; análisis e investigación industrial; servicios jurídicos».

4 La solicitud se publicó en el *Boletín de Marcas Comunitarias* nº 80/2003, de 3 de noviembre de 2003.

5 El 29 de enero de 2004, la predecesora de la parte coadyuvante, MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG, formuló oposición al registro de la marca solicitada, alegando un riesgo de confusión en el sentido del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94 [actualmente artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 207/2009].

6 La oposición se basaba en la marca figurativa alemana, registrada con el número 39920459, que se reproduce a continuación:



7 Los productos y los servicios cubiertos por la marca anterior en la que se basa la oposición están comprendidos en las clases 9, 16, 35, 36, 41 y 42 y corresponden, para cada una de estas clases, a la descripción siguiente:

— Clase 9: «Aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos».

— Clase 16: «Papel, cartón y artículos de estas materias (comprendidos en la clase 16); productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografía; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (comprendidas en la clase 16); naipes; caracteres de imprenta; clichés».

— Clase 35: «Publicidad, gestión; administración comercial; trabajos de oficina».

— Clase 36: «Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios».

— Clase 41: «Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y recreativas».

— Clase 42: «Planificación de proyectos técnicos; planificación de construcciones; asesoría en materia de construcción; todo tipo de servicios excepto los relacionados con los sectores de las herramientas y de las máquinas herramienta».

8 Mediante resolución de 12 de enero de 2006, la División de Oposición estimó parcialmente la oposición. Desestimó la solicitud de marca comunitaria para los productos comprendidos en la clase 16 por existir riesgo de confusión para estos últimos en territorio alemán.

9 El 20 de enero de 2006, la parte coadyuvante interpuso un recurso ante la OAMI contra la resolución de la División de Oposición en la medida en que ésta desestimaba su oposición para los servicios comprendidos en las clases 35, 36, 41 y 42. En su escrito de contestación al recurso, la demandante solicitó la modificación de dicha resolución en la medida en que admitía la oposición para los productos comprendidos en la clase 16.

10 Mediante resolución de 19 de diciembre de 2007 (en lo sucesivo, «resolución impugnada»), la Cuarta Sala de Recurso consideró que el recurso era fundado y desestimó la solicitud de marca comunitaria para el conjunto de los servicios solicitados. En opinión de la Sala de Recurso, los servicios que debían compararse eran idénticos. Por lo que respecta a los dos signos de que se trata, consideró que la División de Oposición había subestimado su grado de similitud fonética. Señaló que las similitudes gráficas y sobre todo las similitudes fonéticas entre los signos en conflicto eran tan grandes que los consumidores considerarían que los servicios prestados bajo la marca solicitada tenían el mismo origen comercial que los servicios idénticos protegidos por la marca anterior. Según la Sala de Recurso, la atención del público pertinente se fija más bien en la parte inicial de la palabra, que es idéntica en ambos signos. La Sala de Recurso desestimó la solicitud de la demandante, dirigida a que se modifique la resolución de la División de Oposición, por considerar que la solicitud equivalía a un recurso distinto del interpuesto por la parte coadyuvante en el caso concreto, extremo que no contemplaba el Reglamento nº 40/94.

Pretensiones de las partes

11 En su demanda, la demandante solicita al Tribunal que:

— Modifique la resolución impugnada.

— Confirme la resolución de la División de Oposición en la medida en que autoriza el registro de la marca solicitada para los servicios de las clases 35, 36, 41 y 42.

— Modifique la resolución de la División de Oposición en la medida en que deniega el registro de la marca solicitada para los productos de la clase 16.

— Autorice el registro de la marca solicitada para todos los productos y servicios de las clases 16, 35, 36, 41 y 42.

— Condene a la OAMI al pago de las costas ocasionadas con motivo del presente procedimiento y con motivo de los procedimientos de oposición y de recurso ante la OAMI.

12 La OAMI solicita al Tribunal que:

— Desestime el recurso.

— Con carácter subsidiario, en el supuesto en que se acoja el primer motivo, modifique la resolución impugnada por lo que atañe a la admisibilidad del «recurso subsidiario».

— Condene en costas a la demandante en los dos supuestos o, con carácter subsidiario, condene a la OAMI a cargar únicamente con sus propias costas con arreglo al artículo 136, apartado 1, del Reglamento de Procedimiento del Tribunal.

13 La parte coadyuvante solicita al Tribunal que desestime el recurso.

14 En la vista, la demandante señaló que sus pretensiones se dirigían únicamente a que se anulara la resolución impugnada y a que se condenara a la OAMI a las costas incurridas ante el Tribunal y ante la Sala de Recurso de la OAMI. El Tribunal lo hizo constar en el acta de la vista.

Fundamentos de Derecho

15 En apoyo de su recurso, la demandante alega dos motivos, basados, el primero, en la infracción del artículo 8, apartado 3, del Reglamento (CE) nº 216/96 de la Comisión, de 5 de febrero de 1996, por el que se establece el reglamento de procedimiento de las salas de recurso de la OAMI (DO L 28, p. 11), en su versión modificada, y, el segundo, en la infracción del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94.

Sobre el primer motivo, basado en una infracción del artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96

16 En el marco del procedimiento ante la Sala de Recurso, la demandante, en su escrito de contestación, interpuso un recurso dirigido a que la Sala de Recurso modificara la resolución de la División de Oposición relativa a los productos de la clase 16. La demandante considera que la Sala de Recurso incurrió en error al negarse a examinar dicho «recurso subsidiario», en infracción del artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96.

17 La demandante alega que, de conformidad con dicha disposición, la parte demandada ante la Sala de Recurso tiene derecho a interponer un «recurso subsidiario». Varias Salas de Recurso han reconocido dicho derecho sobre la base de la disposición mencionada. En la vista, señaló que tenía derecho al examen por parte de las dos instancias de la OAMI y que la negativa de la Sala de Recurso a examinar el «recurso subsidiario» lesionaba el mencionado derecho.

18 La OAMI considera que los motivos de la Sala de Recurso relativos a la aplicabilidad del artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96 son ambiguos. Según la OAMI, la Sala de Recurso pretendía señalar que un «recurso subsidiario» como el controvertido en el presente asunto sólo es admisible cuando se refiere a una cuestión, de hecho o de Derecho, ya planteada en el marco del recurso principal, o que un recurso de ese tipo no es admisible cuando los puntos planteados no guardan relación con el recurso principal y la parte demandada ante la Sala de Recurso ha podido interponer un recurso independiente acerca de dichos puntos.

19 La OAMI sostiene que dicha disposición debe aplicarse de modo amplio, sin las limitaciones implícitas introducidas por la Sala de Recurso en el presente asunto. De ese modo, las pretensiones de la demandante son fundadas. No obstante, ello no supone que deba anularse la resolución impugnada, ya que la motivación de ésta se extiende igualmente a los productos a los que se refiere el «recurso subsidiario».

20 En su escrito de contestación, la parte coadyuvante considera que, pese a que el artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96 prevé la posibilidad de un «recurso subsidiario», el hecho de que la Cuarta Sala de Recurso de la OAMI no lo haya examinado es irrelevante por lo que atañe a la apreciación de la existencia del riesgo de confusión en el presente asunto.

21 Con carácter previo, procede señalar que la alegación de la parte coadyuvante presentada durante la vista en el sentido de que el artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96 no permite ninguna petición subsidiaria de la parte demandante en el presente asunto ante la Sala de Recurso es inadmisible, ya que dicha petición no está relacionada con los motivos y las alegaciones formulados en su escrito de contestación (véase, en ese sentido, el auto del Tribunal de Justicia de 24 de septiembre de 2009, Alcon/OAMI y *Acri. Tec, C-481/08 P, no publicado en la Recopilación, apartado 17).

22 A tenor del artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96:

«En los procedimientos *inter partes*, la parte recurrida podrá, en su escrito de contestación, formular pretensiones dirigidas a anular o modificar la resolución recurrida con respecto a un punto no planteado en el recurso. Dichas pretensiones quedarán sin objeto en caso de desistimiento por parte del recurrente.»

23 Del tenor de dicha disposición se desprende que, en el marco del procedimiento ante la Sala de Recurso, la parte demandada puede, en su escrito de contestación, ejercitar su derecho a contestar la resolución impugnada. De ese modo, su condición de demandada le basta por sí sola para impugnar la validez de la resolución de la División de Oposición, como alega acertadamente la demandante. Además, el artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96 no limita dicho derecho a los motivos ya planteados en el recurso. En efecto, establece que las pretensiones se refieran a un punto no planteado en el recurso. Por otra parte, la mencionada disposición no hace ninguna referencia al hecho de que la propia demandante haya podido interponer un recurso contra la resolución impugnada. Ambas vías de recurso existen para impugnar la resolución por la que se acoge una oposición y se desestima la solicitud de registro de marca comunitaria.

24 Habida cuenta de las consideraciones anteriores, en el presente asunto la demandante tenía derecho, con arreglo al artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96, a impugnar la denegación de registro de la marca solicitada para los productos de la clase 16, y la Sala de Recurso incurrió en error al desestimar por inadmisible dicha solicitud.

25 En consecuencia, procede acoger el primer motivo, basado en una infracción del artículo 8, apartado 3, del Reglamento nº 216/96.

Sobre el segundo motivo, basado en una infracción del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94

26 La demandante niega la existencia de similitud entre los signos en conflicto, de modo que no existe ningún riesgo de confusión respecto de los servicios de que se trata y que, por tanto, la Sala de Recurso incurrió en error al anular la resolución de la División de Oposición al respecto. Alega que:

— la marca anterior tiene elementos adicionales figurativos de colores que la diferencian del signo denominativo COMIT;

— ambos signos también son distintos desde el punto de vista fonético, ya que los consumidores alemanes pronuncian la parte final de las palabras de modo distinto dado que las segundas vocales («e» e «i») se distinguen la una de la otra;

— ambos signos son conceptualmente distintos; la marca solicitada COMIT es una palabra inventada que significa «commerciale» e «italiana» en italiano, mientras que la marca anterior Comet, que significa «cometa» en inglés, evoca la palabra alemana «Komet» que tiene el mismo significado;

— debido a dichas diferencias, ambos signos son globalmente distintos; no existe ningún riesgo de confusión por parte del público, ni para los productos de la clase 16, ni para los servicios de las clases 35, 36, 41 y 42, ya que se supone que el consumidor medio es un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz.

27 La OAMI y la parte coadyuvante contradicen las alegaciones de la demandante.

28 A tenor del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94, mediando oposición del titular de una marca anterior, se denegará el registro de la marca cuando, por ser idéntica o similar a la marca anterior y por ser idénticos o similares los productos o servicios que ambas marcas designan, exista riesgo de confusión por parte del público en el territorio en que esté protegida la marca anterior. El riesgo de confusión incluye el riesgo de asociación con la marca anterior.

29 Por otra parte, en virtud del artículo 8, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento nº 40/94 [actualmente, artículo 8, apartado 2, letra a), inciso ii), del Reglamento nº 207/2009], se entenderá por marcas anteriores las marcas registradas en un Estado miembro cuya fecha de presentación de la solicitud sea anterior a la de la solicitud de marca comunitaria.

30 Según reiterada jurisprudencia, constituye un riesgo de confusión que el público pueda creer que los correspondientes productos o servicios proceden de la misma empresa o de empresas vinculadas económicamente. Según esta misma jurisprudencia, el riesgo de confusión debe apreciarse globalmente, según la percepción que tenga el público pertinente de los signos y de los productos o servicios de que se trate, teniendo en cuenta todos los factores pertinentes del caso concreto, en particular la interdependencia de la similitud de los signos y la de los productos o servicios designados [sentencia del Tribunal de 9 de julio de 2003, Laboratorios RTB/OAMI – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec. p. II-2821, apartados 31 a 33, y la jurisprudencia citada].

31 Para la aplicación del artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94, el riesgo de confusión presupone a la vez una identidad o una similitud entre las marcas en conflicto y una identidad o una similitud entre los productos o servicios que designan. Se trata de requisitos acumulativos [véase la sentencia del Tribunal de 22 de enero de 2009, Commercy/OAMI – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, Rec. p. II-43, apartado 42, y la jurisprudencia citada].

32 Según la jurisprudencia, en el marco de la apreciación global del riesgo de confusión, debe tenerse en cuenta al consumidor medio de la categoría de productos considerada, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. Asimismo, debe tomarse en consideración el hecho de que el nivel de atención del consumidor medio puede variar en función de la categoría de productos o servicios contemplada [véase la sentencia del Tribunal de 13 de febrero de 2007, Mundipharma/OAMI – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Rec. p. II-449, apartado 42 y jurisprudencia citada].

33 En el presente asunto, habida cuenta de que los servicios de que se trata son servicios ofertados al gran público y que la marca anterior está registrada en Alemania, el

público destinatario es el consumidor medio alemán. Se supone que éste está normalmente informado y es razonablemente atento y perspicaz (sentencia del Tribunal de Justicia de 22 de junio de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec. p. I-3819, apartado 26).

34 Según la resolución impugnada, los servicios controvertidos de las clases 35, 36, 41 y 42 son idénticos. Procede señalar que las partes no cuestionan está conclusión.

Sobre la comparación de los signos

35 Por lo que se refiere a la similitud gráfica, fonética o conceptual de los signos en conflicto, la apreciación global del riesgo de confusión debe basarse en la impresión de conjunto producida por éstos, teniendo en cuenta, en particular, sus elementos distintivos y dominantes. La percepción de las marcas que tiene el consumidor medio de los productos o servicios de que se trate reviste una importancia determinante en la apreciación global de dicho riesgo. A este respecto, el consumidor medio normalmente percibe una marca como un todo, cuyos diferentes detalles no se detiene a examinar (véase la sentencia del Tribunal de Justicia de 12 de junio de 2007, OAMI/Shaker, C-334/05 P, Rec. p. I-4529, apartado 35, y la jurisprudencia citada).

36 En primer lugar, en cuanto a la comparación desde el punto de vista gráfico, la Sala de Recurso declaró fundadamente, en el apartado 15 de la resolución impugnada, que los signos en conflicto eran similares.

37 Asimismo, procede recordar que nada se opone a comprobar la existencia de una similitud gráfica entre una marca figurativa y una marca denominativa, habida cuenta de que ambos tipos de marcas tienen una configuración gráfica que puede producir una impresión visual [véase la sentencia del Tribunal de 4 de mayo de 2005, Chum/OAMI – Star TV (STAR TV), T-359/02, Rec. p. II-1515, apartado 43, y la jurisprudencia citada].

38 Procede señalar que las diferencias gráficas entre los dos signos en cuestión son mínimas. La marca denominativa solicitada es la palabra «comit». La marca figurativa anterior es la palabra «comet» escrita con caracteres gruesos, cuyas letras son rojas y el subrayado rojo y verde. Cuatro de las cinco letras de los signos son idénticas. La única diferencia entre las dos palabras es la penúltima letra, respectivamente «i» y «e». Al contrario de lo que sostiene la demandante, las diferencias figurativas entre ambos signos son ligeras y no modifican la impresión de similitud entre las palabras casi idénticas que forman y dominan los signos.

39 En segundo lugar, por lo que respecta a la comparación desde el punto de vista fonético, como señaló la Sala de Recurso en el punto 15 de la resolución impugnada, procede considerar que los signos de que se trata son también similares. En efecto, la primera sílaba «com», que se percibe y se oye en primer lugar es idéntica en la parte inicial de ambos signos. Además, las segundas sílabas, respectivamente «it» y «et», contienen una vocal breve y terminan ambas con la letra «t».

40 En consecuencia, procede señalar que los signos de que se trata son similares desde el punto de vista gráfico y fonético.

41 En tercer lugar, por lo que atañe a la comparación desde el punto de vista conceptual, la Sala de Recurso consideró, en el punto 15 de la resolución impugnada, que existía

una diferencia relacionada con el hecho de que una parte del público alemán percibiría la marca anterior como el nombre inglés correspondiente a la palabra alemana «Komet» (que significa «cometa»), pero que dicha diferencia no era suficientemente evidente e importante como para tener más peso que las grandes similitudes gráficas y fonéticas entre ambos signos.

42 Procede señalar que las marcas en cuestión presentan diferencias desde el punto de vista conceptual. En efecto, la connotación de «cometa» asociada a la marca anterior conduce a cierta diferenciación. Por lo que atañe a la marca solicitada, tal como afirmó la OAMI, el público alemán entenderá la palabra «comit» como una palabra inventada, carente de cualquier significado. No obstante, no se puede obviar el hecho de que el prefijo «com», con el significado de «comercio» o «comercial», que comparten los signos, es una abreviatura muy difundida en el mundo de las empresas, como señaló la demandante en la vista. En consecuencia, dado que la parte inicial de los signos tiene un significado idéntico, la diferencia conceptual no es tan importante como para poder neutralizar las similitudes gráficas y fonéticas.

43 En dichas circunstancias, procede declarar que las marcas en cuestión, apreciadas globalmente, son similares. En consecuencia, procede señalar que la Sala de Recurso determinó fundadamente, en el punto 16 de la resolución impugnada, que los signos en cuestión producían una impresión global similar.

Sobre el riesgo de confusión

44 La apreciación global del riesgo de confusión implica cierta interdependencia entre los factores tomados en consideración y, en particular, la similitud entre las marcas y entre los productos o los servicios designados. Así, un bajo grado de similitud entre los productos o los servicios designados puede ser compensado por un elevado grado

de similitud entre las marcas, y a la inversa [sentencia del Tribunal de Justicia de 29 de septiembre de 1998, Canon, C-39/97, Rec. p. I-5507, apartado 17, y sentencia del Tribunal General de 14 de diciembre de 2006, Mast-Jägermeister/OAMI – Licorera Zacapaneca (VENADO con marco), T-81/03, T-82/03 y T-103/03, Rec. p. II-5409, apartado 74].

45 En el presente asunto, dado que los servicios en cuestión son idénticos y los signos en cuestión son similares, la Sala de Recurso consideró fundadamente que existía riesgo de confusión por parte del público relevante.

46 En efecto, debido a las grandes similitudes entre los signos en cuestión, en particular las similitudes gráficas y fonéticas, y a la identidad constatada entre los servicios de que se trata, es probable que el público confunda las marcas en cuestión, ya que el consumidor medio rara vez tiene la posibilidad de comparar directamente las marcas, sino que debe confiar en la imagen imperfecta que conserva en la memoria (sentencia Lloyd Schuhfabrik Meyer, antes citada, apartado 26).

47 De las consideraciones anteriores resulta que, en las circunstancias del presente asunto, a pesar de cierta diferencia conceptual y del nivel de atención del consumidor medio alemán, la Sala de Recurso no infringió el artículo 8, apartado 1, letra b), del Reglamento nº 40/94 al considerar que existía el riesgo de que dicho público pudiera creer que los servicios de que se trata procedieran de la misma empresa o, en su caso, de empresas vinculadas económicamente.

48 En consecuencia, el segundo motivo debe desestimarse por infundado.

49 De las consideraciones anteriores se desprende que procede anular la resolución impugnada en tanto en cuanto la Sala de Recurso desestimó la solicitud de la demandante relativa a los productos de la clase 16.

Costas

50 A tenor del artículo 87, apartado 3, del Reglamento de Procedimiento, cuando se estimen parcialmente las pretensiones de una y otra parte, el Tribunal podrá repartir las costas, o decidir que cada parte abone sus propias costas. En el presente asunto, el recurso de la demandante ha sido parcialmente estimado.

51 A tenor del artículo 87, apartado 4, párrafo tercero, del Reglamento de Procedimiento, el Tribunal podrá ordenar que una parte coadyuvante soporte sus propias costas.

52 Debe recordarse, a este respecto, que, con arreglo al artículo 136, apartado 2, del Reglamento de Procedimiento, los gastos indispensables en que hubieran incurrido las partes con motivo del procedimiento ante la Sala de Recurso deben considerarse costas recuperables.

53 En estas circunstancias, procede decidir que la OAMI cargue con sus propias costas así como con la mitad de las costas en que haya incurrido la demandante, incluidas las correspondientes al procedimiento ante la Sala de Recurso. La parte coadyuvante cargará con sus propias costas.

En virtud de todo lo expuesto,

EL TRIBUNAL GENERAL (Sala Cuarta)

decide:

1) **Anular la resolución de la Cuarta Sala de Recurso de la Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos) (OAMI) de 19 de diciembre de 2007 (asunto R 138/2006-4) por cuanto desestima la solicitud de Intesa Sanpaolo SpA relativa a los productos de la clase 16.**

2) **Desestimar el recurso en todo lo demás.**

3) **La OAMI cargará con sus propias costas y con la mitad de las costas de Intesa Sanpaolo.**

4) **MIP Metro Group Intellectual Property GmbH & Co. KG cargará con sus propias costas.**

Czúcz Labucka O'Higgins

Pronunciada en audiencia pública en Luxemburgo, a 7 de abril de 2011.

Firmas