HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a treia)

14 decembrie 2011 *

În cauza T-504/09,

Völkl GmbH & Co. KG, cu sediul în Erding (Germania), reprezentată de C. Raßmann, avocat,

reclamantă,

împotriva

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

Marker Völkl International GmbH, cu sediul în Baar (Elveția), reprezentată de J. Bauer, avocat,

* Limba de procedură: germana.

având ca obiect o acțiune introdusă împotriva Deciziei Camerei întâi de recurs a OAPI din 30 septembrie 2009 (cauza R 1387/2008-1) privind o procedură de opoziție între Marker Völkl International GmbH și Völkl GmbH & Co. KG,

TRIBUNALUL (Camera a treia),

compus din domnul O. Czúcz, președinte, doamna I. Labucka și domnul D. Gratsias (raportor), judecători,

grefier: doamna T. Weiler, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 16 decembrie 2009,

având în vedere memoriul în răspuns al OAPI depus la grefa Tribunalului la 29 martie 2010,

având în vedere memoriul în răspuns al intervenientei depus la grefa Tribunalului la 8 martie 2010,

având în vedere decizia din 19 aprilie 2010 de respingere a cererii de depunere a unui memoriu în replică,

în urma ședinței din 14 iulie 2011,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

1 La 25 aprilie 2005, reclamanta, Völkl GmbH & Co. KG, 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 1, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), cu modificările ulterioare [înlocuit prin Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1)].

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

3 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea aparțin claselor 3, 9, 18 și 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor, din 15 iunie 1957, astfel cum a fost revizuit și modificat, și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, descrierii următoare:

— clasa 3 : „Produse pentru îngrijirea articolelor de încălțăminte”;

— clasa 9: „Articole de încălțăminte speciale (încălțăminte pentru pompieri)”;

— clasa 18: „Piele și articole din piele, cu excepția sacilor de sport și de voiaj”;

— clasa 25: „Articole de încălțăminte, în special ghete de schi, apreschi, încălțăminte de alpinism, ghete îmblănite, încălțăminte pentru escaladă, încălțăminte de drumeție, încălțăminte de sport”.

4 Cererea de înregistrare a mărcii comunitare a fost publicată în *Buletinul mărcilor comunitare* nr. 5/2006 din 30 ianuarie 2006.

5 La 27 aprilie 2006, intervenienta, Marker Völkl International GmbH, a formulat opoziție împotriva înregistrării mărcii solicitate în temeiul articolului 42 din Regulamentul nr. 40/94 (devenit articolul 41 din Regulamentul nr. 207/2009).

6 Opoziția era întemeiată pe marca verbală internațională VÖLKL (denumită în continuare „marca anterioară”), înregistrată la 31 iulie 1991 sub numărul 571440. Această înregistrare acoperă, printre altele, Spania și Italia și desemnează în special produsele din clasele 18, 25 și 28 care corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, descrierii următoare:

— clasa 18: „Saci de sport”;

— clasa 25: „Articole de îmbrăcăminte”;

— clasa 28: „Aparate de gimnastică și de sport”.

7 Motivul invocat în susținerea opoziției este cel prevăzut la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009].

8 În observațiile depuse la OAPI la 20 decembrie 2006, reclamanta a formulat, printre altele, o cerere privind dovedirea utilizării serioase a mărcii anterioare pentru produsele invocate în susținerea opoziției, în conformitate cu articolul 43 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 42 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 207/2009].

9 În urma formulării acestei cereri, intervenienta a prezentat în anexa la observațiile sale depuse la OAPI la 1 martie 2007, printre altele, următoarele elemente de probă:

— statistici pentru cifrele de afaceri pe care le-ar fi realizat în perioada 2002-2006, în special, din vânzarea de schiuri și de snow-boarduri, de îmbrăcăminte de schi și de snow-board, precum și din accesorii de sport, precum saci de sport;

— două cataloage referitoare la produsele pe care le-a comercializat în sezonul 2006-2007, dintre care unul privește schiurile, snow-boardurile și sacii de schi, iar celălalt, îmbrăcămintea de schi și de snow-board;

— două serii de facturi referitoare la vânzările unor produse ale intervenientei la distribuitorul său spaniol și, respectiv, italian.

10 În plus, la 2 martie 2007, intervenienta a comunicat OAPI o declarație sub jurământ a lui M. G., angajat al unei societăți afiliate intervenientei. Acesta confirmă sub jurământ cifrele de afaceri realizate de intervenientă în perioada 2002-2006, în special prin vânzarea produselor menționate la punctul 9 de mai sus și declară că toate aceste produse purtau marca anterioară.

11 La 31 iulie 2008, considerând că opoziția privea numai înregistrarea mărcii solicitate pentru produsele „încălțăminte de schi, încălțăminte de snow-board, încălțăminte de sport” din clasa 25 (denumite în continuare „trei produse”), divizia de opoziție a admis opoziția în măsura în care privea aceste produse (punctul 1 din dispozitivul deciziei diviziei de opoziție).

12 Divizia de opoziție a apreciat că intervenienta a făcut dovada privind utilizarea serioasă a mărcii anterioare pentru produsele menționate la punctul 6 de mai sus. În această privință, divizia de opoziție a făcut referire, în decizia sa, la facturile, la statisticile privind cifrele de afaceri și la declarația sub jurământ a lui M. G., prezentate de intervenientă, și a considerat că acestea priveau perioada și statele membre relevante, în speță Spania și Italia, și că dovedeau existența unui volum impresionant de vânzări pentru produsele în cauză. Divizia de opoziție a constatat că facturile conțineau un semn figurativ (denumit în continuare „prima marcă figurativă”), reprodus mai jos:



13 Totuși, divizia de opoziție a considerat că utilizarea acestui semn constituia o utilizare a unei mărci anterioare sub o formă care nu alterează caracterul său distinctiv, în

sensul articolului 15 alineatul (2) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009], aplicabil prin analogie. Divizia de opoziție a respins, pe de altă parte, argumentul invocat de reclamantă conform căruia pretinsa utilizare a mărcii anterioare a fost făcută de o altă întreprindere, iar nu de intervenientă. În opinia diviziei de opoziție, din moment ce ea însăși invocase actele de utilizare a mărcii sale de către un terț, intervenienta pretindea în mod implicit că această utilizare a avut loc cu consimțământul său, în sensul articolului 15 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009].

14 În ceea ce privește cele trei produse, divizia de opoziție a considerat că exista un risc de confuzie, în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, între marca solicitată și cea anterioară, ținând seama de identitatea dintre mărcile respective și similitudinea dintre produsele vizate de acestea. În plus, divizia de opoziție a subliniat, la punctul 2 din dispozitivul deciziei sale, că se putea face înregistrarea mărcii solicitate pentru produsele din clasele 3, 9 și 18 menționate la punctul 3 de mai sus, precum și pentru „articolele de încălțăminte, cu excepția încălțămintei de schi, a încălțămintei de snow-board și a încălțămintei de sport" din clasa 25 (denumite în continuare, împreună, „celelalte produse").

15 La 25 septembrie 2008, reclamanta a introdus la OAPI o cale de atac împotriva deciziei diviziei de opoziție, în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94 (devenite articolele 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009).

16 Prin decizia din 30 septembrie 2009 (denumită în continuare „decizia atacată"), notificată reclamantei la 16 octombrie 2009, Camera întâi de recurs a OAPI a anulat decizia diviziei de opoziție „cu privire la constatarea riscului de confuzie dintre semnele în litigiu și [a trimis] cauza spre rejudecare la divizia de opoziție" (punctul 1 din dispozitivul deciziei atacate). În schimb, camera de recurs „[a respins] calea de atac în privința deciziei referitoare la dovada utilizării" serioase a mărcii anterioare (punctul 2 din dispozitivul deciziei atacate).

17 În primul rând, camera de recurs a subliniat că divizia de opoziție nu a identificat în mod corect produsele vizate prin opoziție. În opinia camerei de recurs, actul de opoziție formulat de intervenientă nu cuprindea nicio indicație cu privire la produsele vizate. În consecință, în conformitate cu norma 15 alineatul (3) litera (a) din Regulamentul (CE) nr. 2868/95 al Comisiei din 13 decembrie 1995 de punere în aplicare a Regulamentului nr. 40/94 (JO L 303, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 189), cu modificările ulterioare, opoziția a fost considerată ca fiind formulată împotriva tuturor produselor vizate de marca solicitată. În plus, camera de recurs a subliniat că, deși „încălțămintea de sport" și „încălțămintea de schi" erau acoperite de termenii „ghete de schi", utilizați în cererea de înregistrare a reclamantei, „încălțămintea de snowboard" nu făcea obiectul acestei cereri. Camera de recurs a concluzionat, așadar, că divizia de opoziție a luat în considerare produse care nu erau incluse pe lista de produse vizate de marca solicitată. Chiar dacă părțile nu ar fi ridicat această problemă și s-ar fi limitat la aspectul utilizării serioase a mărcii anterioare, camera de recurs a considerat că decizia diviziei de opoziție trebuia anulată, în măsura în care privea riscul de confuzie între mărcile în litigiu (punctele 15-18 din decizia atacată).

18 În al doilea rând, camera de recurs a considerat, la fel ca divizia de opoziție, că intervenienta nu a dovedit utilizarea serioasă, în Italia și în Spania, a mărcii anterioare pentru produsele pentru care marca era protejată (punctul 22 din decizia atacată).

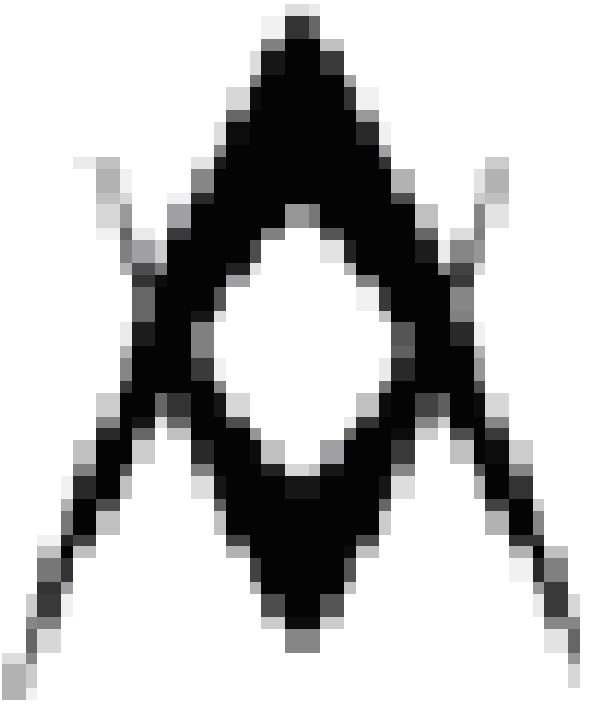
19 Pentru a motiva această concluzie, la punctele 24 și 25 din decizia atacată, camera de recurs a menționat următoarele:

„24. Facturile prezentate de [intervenientă] pentru anii 2002-2006 fac dovada privind cifrele de vânzări realizate în acești ani în Spania și în Italia, respectiv a locului, a datei și a importanței utilizării. Deși este cert că aceste facturi prezintă numai [prima marcă figurativă a reclamantei], trebuie să se admită că nu i se poate cere

persoanei care a formulat opoziția să prezinte separat, numai în cazul facturilor, cifrele de vânzări ale produselor care poartă marca [anterioară]. În general, o astfel de diferențiere între produse este pur și simplu imposibilă, fapt care se impune cu atât mai multă evidență atunci când nu toate produsele poartă în mod identic același semn. În acest caz, o diferențiere implică un efort administrativ care, în mod obișnuit, nu poate fi așteptat în mod rezonabil din partea întreprinderii în cauză, cu excepția cazului în care se dorește punerea acesteia în cvasiimposibilitatea de a face dovada utilizării.

25. În ceea ce privește natura utilizării mărcii invocate în sprijinul opoziției, din extrasele din cataloagele [intervenientei] rezultă că ea nu utilizează numai [prima marcă figurativă] pentru a-și desemna produsele, care poartă de asemenea [o altă marcă figurativă] și marca [anterioară]. Marca [anterioară] apare izolată, în calitate de element pur și simplu verbal, aplicat pe schiuri, pe bețele de schi și pe un mare număr de alte articole de îmbrăcăminte sportivă care sunt ilustrate în aceste cataloage. Produsele ilustrate în cataloagele prezentate de persoana care a formulat opoziția sunt menționate de asemenea în facturile depuse la dosar. Factura din 12 ianuarie 2006 întocmită în numele unui client spaniol, de exemplu, cuprinde articolele nr. 106001 (Racetiger OS Racing Titanium), nr. 106021 (Racetiger RC Titanium) și nr. 106051 (Supersport Allstar Titanium), iar factura din 21 decembrie 2005 se referă, în special, la produsele nr. 106031 (Racetiger SC Titanium) și nr. 106240 (Attiva Star). Aceste articole poartă marca [anterioară] în calitate de marcă pur verbală și, într-un alt loc, [o altă marcă figurativă a intervenientei]. Catalogul de schiuri în limba spaniolă privește exclusiv piața spaniolă relevantă, dată fiind limba utilizată. Dintr-o comparare cu facturile întocmite în numele clienților italieni depuse la dosar de persoana care a formulat opoziția rezultă totuși că produsele sunt comercializate și în Italia. Factura din 18 noiembrie 2005, de exemplu, privește articolele care poartă nr. 106021 (Racetiger RC Titanium), iar marca [anterioară] apare pe aceste produse în calitate de marcă pur verbală. Unele dintre produse prezintă de asemenea o altă marcă figurativă a intervenientei aplicată într-un alt loc."

20 Cealaltă marcă figurativă a intervenientei menționată la punctul 25 din decizia atacată (denumită în continuare „a doua marcă figurativă”) este reprodusă mai jos:



21 În plus, întemeindu-se pe jurisprudența Tribunalului, camera de recurs a considerat că intervenienta nu trebuia să dovedească o utilizare izolată a mărcii anterioare, ci că era suficient să dovedească faptul că utilizase marca pe produse relevante, împreună cu alte mărci (punctele 26 și 27 din decizia atacată). În sfârșit, având în vedere aceste concluzii, camera de recurs a considerat că nu era necesar să examineze problema abordată în jurisprudență privind extinderea protecției de care beneficiază o marcă înregistrată la o altă marcă care constă într-o simplă variantă a celei dintâi (punctul 28 din decizia atacată).

Concluziile părților

22 Reclamanta solicită Tribunalului:

— anularea deciziei atacate;

— anularea deciziei diviziei de opoziție, în măsura în care aceasta admite opoziția;

— respingerea opoziției;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

23 OAPI solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii, în măsura în care aceasta privește punctul 2 din dispozitivul deciziei atacate în legătură cu dovedirea utilizării serioase a mărcii anterioare;

— anularea deciziei atacate în rest;

— obligarea fiecărei părți la suportarea propriilor cheltuieli de judecată.

24 Intervenienta solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

Cu privire la admisibilitate

25 În primul rând, este necesar să se examineze admisibilitatea acțiunii în lumina articolului 65 alineatul (4) din Regulamentul nr. 207/2009. În temeiul acestei dispoziții, calea de atac în fața Tribunalului formulată împotriva unei decizii a camerei de recurs a OAPI „este deschisă oricărei părți la procedura înaintea camerei de recurs, în măsura în care decizia nu a fost pronunțată în favoarea sa".

26 O decizie a unei camere de recurs trebuie considerată ca fiind pronunțată în favoarea uneia dintre părțile care s-a prezentat în fața acestei camere atunci când se admite cererea acestei părți în temeiul unuia dintre motivele de refuz al înregistrării sau de nulitate a unei mărci ori, în mod mai general, numai a unei părți a argumentației prezentate de partea respectivă, chiar dacă ar omite să examineze sau ar respinge

celelalte motive sau argumente invocate de aceeași parte [a se vedea în acest sens Ordonanța Tribunalului din 14 iulie 2009, Hoo Hing/OAPI – Tresplain Investments (Golden Elephant Brand), T-300/08, nepublicată în Repertoriu, punctele 29-37].

27 În schimb, trebuie să se considere că o decizie a unei camere de recurs a OAPI nu este pronunțată, în sensul articolului 65 alineatul (4) din Regulamentul nr. 207/2009, în favoarea unei părți atunci când camera de recurs se pronunță cu privire la o cerere depusă de această parte la OAPI într-un sens care îi este nefavorabil [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 17 martie 2009, Laytoncrest/OAPI – Erico (TRENTON), T-171/06, Rep., p. II-539, punctele 20 și 21].

28 Trebuie să se considere că această ultimă situație include cazul în care camera de recurs, după ce a respins o cerere a cărei admitere ar fi pus capăt procedurii în fața OAPI într-un sens favorabil părții care a prezentat cererea, trimite cauza la organul inferior spre rejudecare, și aceasta fără a aduce atingere posibilității ca această rejudecare să poată avea drept rezultat o decizie favorabilă acestei părți. O astfel de posibilitate nu este suficientă pentru a asimila această situație celei menționate la punctul 26 de mai sus în care camera de recurs admite o cerere în temeiul unora dintre motivele sau argumentele prezentate în susținerea sa și respinge sau omite să examineze celelalte motive sau argumente incluse în cerere.

29 În speță, este evident că, în ceea ce privește celelalte produse, decizia atacată nu a fost pronunțată în favoarea reclamantei. Astfel, la punctul 1 din dispozitivul acestei decizii a fost anulată în totalitate decizia diviziei de opoziție în ceea ce privește constatarea riscului de confuzie dintre semnele în litigiu. Or, la punctul 2 din dispozitivul deciziei diviziei de opoziție s-a subliniat în mod expres că înregistrarea mărcii solicitate putea să aibă loc pentru celelalte produse și, în acest sens, s-a admis cererea de înregistrare a reclamantei pentru aceste produse.

30 Rezultă că acțiunea este admisibilă, întrucât are ca obiect anularea deciziei atacate, în măsura în care prin aceasta s-a anulat punctul 2 din dispozitivul deciziei diviziei de opoziție în legătură cu celelalte produse.

31 Referitor la cele trei produse, trebuie subliniat că nici reclamanta, nici intervenienta nu au menționat, în înscrisurile lor, problema admisibilității acțiunii în ceea ce le privește. La rândul său, OAPI a subliniat, în memoriul său în răspuns, că dovedirea utilizării serioase a mărcii anterioare ridica o problemă care precedă examinarea riscului de confuzie și care putea fi examinată de Tribunal independent de celelalte motive ale acțiunii. OAPI consideră că o astfel de examinare este relevantă în speță, în măsura în care examinarea riscului de confuzie dintre mărcile în litigiu, neefectuată încă de camera de recurs, trebuie să ia în considerare numai produsele în privința cărora utilizarea serioasă a mărcii anterioare a fost dovedită.

32 Tribunalul consideră că acțiunea este admisibilă și în ceea ce privește cele trei produse.

33 Într-adevăr, în privința acestor produse, punctul 1 din dispozitivul deciziei atacate se limitează să anuleze decizia organului inferior care era nefavorabilă reclamantei și trimite cauza acestui organ în vederea pronunțării unei noi decizii.

34 Cu toate acestea, ca urmare a unei cereri privind dovada utilizării serioase a mărcii anterioare formulate de reclamantă în fața diviziei de opoziție, la punctul 2 din dispozitivul deciziei atacate se constată că s-a făcut această dovadă, în condițiile în care prin cererea menționată, reclamanta urmărea să obțină constatarea contrară care ar fi implicat respingerea opoziției.

35 În această privință, trebuie amintit că, potrivit unei jurisprudențe constante, cererea privind dovada utilizării serioase a mărcii anterioare adaugă la procedura de opoziție chestiunea specifică și prealabilă a utilizării serioase a mărcii anterioare care, odată ridicată de solicitantul mărcii, trebuie rezolvată înainte de soluționarea opoziției propriu-zise [Hotărârea Tribunalului din 16 martie 2005, L'Oréal/OAPI – Revlon (FLEXI AIR), T-112/03, Rec., p. II-949, punctul 26, Hotărârea din 22 martie 2007, Saint-Gobain Pam/OAPI – Propamsa (PAM PLUVIAL), T-364/05, Rep., p. II-757, punctul 37, și Hotărârea din 18 octombrie 2007, AMS/OAPI – American Medical Systems (AMS Advanced Medical Services), T-425/03, Rep., p. II-4265, punctul 106].

36 Dat fiind caracterul său specific și prealabil, această chestiune nu se înscrie în cadrul examinării opoziției propriu-zise, întemeiată pe existența unui risc de confuzie cu marca anterioară. Astfel, în cazul în care, precum în speță, divizia de opoziție concluzionează că s-a făcut dovada utilizării serioase a mărcii anterioare și ulterior admite opoziția, camera de recurs poate examina aspectul referitor la această dovadă numai dacă solicitantul mărcii o invocă în mod specific în cadrul căii sale de atac formulate în fața camerei menționate [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 13 septembrie 2010, Inditex/OAPI – Marín Díaz de Cerio (OFTEN), T-292/08, Rep., p. II-5119, punctele 33, 39 și 40].

37 Din aceste considerații rezultă că, din moment ce, la punctul 2 din dispozitivul deciziei atacate, camera de recurs a respins cererea privind dovedirea utilizării serioase a mărcii anterioare, invocată în mod specific de reclamantă în fața sa și, în plus, nu a respins opoziția pentru un alt motiv, fapt care distinge prezentul caz de cel menționat la punctul 26 de mai sus, decizia amintită se înscrie, în ceea ce privește cele trei produse, în situația prevăzută la punctul 28 de mai sus. În consecință, trebuie să se considere că această decizie nu a fost pronunțată în favoarea reclamantei și că aceasta din urmă o poate ataca, așadar, în fața Tribunalului.

38 Astfel, deși este cert că, potrivit punctului 1 din dispozitivul deciziei atacate, divizia de opoziție este chemată să procedeze la o nouă examinare a riscului de confuzie dintre marca solicitată și cea anterioară, nu este mai puțin adevărat că, având în

vedere punctul 2 din dispozitivul acestei decizii, această nouă examinare nu ar trebui să includă chestiunea specifică și prealabilă a utilizării serioase a mărcii anterioare, soluționată definitiv de camera de recurs.

39 În al doilea rând, trebuie să se examineze admisibilitatea, contestată de OAPI, a celui de al doilea și a celui de al treilea capăt de cerere al reclamantei având ca obiect, pe de o parte, anularea deciziei diviziei de opoziție, în măsura în care aceasta admite opoziția, și, pe de altă parte, respingerea opoziției. OAPI susține că aceste capete de cerere sunt inadmisibile, întrucât prin acestea se urmărește, în realitate, ca Tribunalul să îi adreseze o somație, aspect care nu ține de competența acestuia.

40 Această argumentație nu poate fi admisă. Contrar celor susținute de OAPI, aceste capete de cerere vizează, în realitate, pronunțarea de către Tribunal a deciziei pe care, în opinia reclamantei, camera de recurs ar fi trebuit să o pronunțe atunci când a fost sesizată cu calea de atac. Astfel, din articolul 64 alineatul (1) a doua teză din Regulamentul nr. 207/2009 rezultă că această cameră de recurs poate anula decizia organului OAPI care a pronunțat decizia atacată și poate să exercite competențele acestui organ, în speță, să se pronunțe asupra opoziției și să o respingă. În consecință, aceste măsuri figurează printre cele care pot fi adoptate de Tribunal în temeiul competenței de modificare consacrate la articolul 65 alineatul (3) din Regulamentul nr. 207/2009 [Hotărârea Tribunalului din 8 iulie 2004, MFE Marienfelde/OAPI – Vétoquinol (HIPOVITON), T-334/01, Rec., p. II-2787, punctul 19, Hotărârea din 12 septembrie 2007, Koipe/OAPI – Aceites del Sur (La Española), T-363/04, Rep., p. II-3355, punctele 29 și 30, și Hotărârea din 11 februarie 2009, Bayern Innovativ/OAPI – Life Sciences Partners Perstock (LifeScience), T-413/07, nepublicată în Repertoriu, punctele 15 și 16].

41 Al doilea și al treilea capăt de cerere sunt, așadar, admisibile.

42 Totuși, al treilea capăt de cerere, prin care se urmărește respingerea opoziției de către Tribunal, trebuie interpretat în lumina argumentației prezentate de reclamantă în cadrul primului motiv, conform căreia intervenienta a limitat în mod clar în actul de opoziție întinderea acesteia numai la trei produse, fapt care nu a fost subliniat de camera de recurs.

43 Prin urmare, trebuie să se concluzioneze că al treilea capăt de cerere privește numai cele trei produse. În ceea ce privește celelalte produse, anularea deciziei atacate, astfel cum a solicitat reclamanta în primul său capăt de cerere, ar permite deciziei diviziei de opoziție, care a considerat că marca solicitată putea fi înregistrată pentru aceste alte produse, să își producă din nou toate efectele și ar fi, în consecință, suficientă ea însăși pentru a satisface pe deplin pretențiile reclamantei, în măsura în care ele privesc aceste produse.

44 Din toate considerațiile care precedă rezultă că acțiunea este admisibilă, atât în măsura în care prin primul capăt de cerere se urmărește anularea deciziei atacate în ansamblu, cât și în măsura în care prin al doilea și prin al treilea capăt de cerere se urmărește, în esență, respingerea opoziției în ceea ce privește cele trei produse.

Cu privire la fond

45 În susținerea acțiunii, reclamanta invocă patru motive, întemeiate, în primul rând, pe încălcarea principiului disponibilității consacrat la articolul 76 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, în al doilea rând, pe încălcarea principiului interdicției *reformatio in peius* de către camera de recurs a deciziei organului inferior al OAPI atacate în fața acesteia, în al treilea rând, pe încălcarea dreptului la apărare consacrat la articolul 37 alineatul (3) și la articolul 75 a doua teză din Regulamentul nr. 207/2009 și, în al patrulea rând, pe încălcarea articolului 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) și

a articolului 42 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 207/2009, precum și a normei 22 alineatul (2) din Regulamentul nr. 2868/95.

Cu privire la primul și la al doilea motiv, întemeiate pe încălcarea principiului disponibilității consacrat la articolul 76 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009 și, respectiv, a principiului interdicției *reformatio in peius* de către camera de recurs a deciziei organului inferior al OAPI atacate în fața sa

46 Primul și al doilea motiv trebuie examinate împreună.

47 Prin intermediul primului motiv, reclamanta susține că, în mod eronat, camera de recurs a considerat că opoziția viza toate produsele acoperite de marca solicitată. Intervenienta ar fi limitat în mod clar în actul de opoziție întinderea acesteia numai la trei produse. Faptul că produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea mărcii nu includeau „încălțăminte de snow-board" ar fi, în această privință, irelevant. Divizia de opoziție ar fi trebuit să respingă opoziția în legătură cu aceste produse ca inadmisibilă. Acest lucru nu ar justifica, în schimb, extinderea opoziției la ansamblul produselor vizate de marca solicitată, astfel cum ar fi procedat camera de recurs.

48 În cadrul argumentației sale privind al doilea motiv, reclamanta amintește că divizia de opoziție s-a limitat să examineze riscul de confuzie dintre mărcile în litigiu în raport cu trei produse. În măsura în care a trimis cauza în fața diviziei de opoziție în vederea examinării riscului de confuzie în raport cu toate produsele vizate în cererea de înregistrare formulată de reclamantă, camera de recurs ar fi pus reclamanta într-o situație mai puțin favorabilă decât cea în care se afla anterior formulării căii de atac.

Camera de recurs ar fi efectuat o *reformatio in peius* a deciziei organului inferior, interzisă de articolul 59 din Regulamentul nr. 207/2009.

49 În răspuns, atât la primul, cât și la al doilea motiv, OAPI subliniază că trebuie să se admită acțiunea, în măsura în care privește punctul 1 din dispozitivul deciziei atacate. Divizia de opoziție ar fi considerat în mod corect că opoziția se limita numai la trei produse. Pentru motive inexplicabile, camera de recurs nu ar observat această limitare.

50 Intervenienta confirmă, în același context, că opoziția viza numai cele trei produse. Ea adaugă că, spre deosebire de cele afirmate de reclamantă, divizia de opoziție nu a considerat în mod corect opoziția ca fiind inadmisibilă în legătură cu „încălțămintea de snow-board", în măsura în care cererea de înregistrare formulată de reclamantă privea toate tipurile de articole de încălțăminte, inclusiv încălțămintea de snowboard. Diferitele tipuri de încălțăminte menționate pe lista produselor din clasa 25, care fac obiectul cererii de înregistrare (a se vedea punctul 3 de mai sus), ar fi precedate de expresia „în special", ceea ce ar demonstra că ele erau menționate doar cu titlu de exemplu. Directivele referitoare la procedura de opoziție desfășurată în fața OAPI ar recunoaște posibilitatea de a viza, printr-o opoziție, produse specifice incluse într-un termen mai larg ce figurează în cererea de înregistrare.

51 Tribunal subliniază, cu titlu introductiv, că deși OAPI nu dispune de calitatea procesuală activă necesară pentru introducerea unei acțiuni împotriva unei decizii a unei camere de recurs, totuși, acesta nu poate fi obligat să apere în mod sistematic orice decizie atacată a unei camere de recurs sau să solicite în mod obligatoriu respingerea oricărei acțiuni îndreptate împotriva unei astfel de decizii. Așadar, nimic nu se opune ca OAPI să achieseze la o concluzie a reclamantei, precum în speță, în ceea ce privește primul capăt de cerere al reclamantei [a se vedea Hotărârea Tribunalului din 14 decembrie 2006, Mast-Jägermeister/OAPI – Licorera Zacapaneca (VENADO cu cadru și altele), T-81/03, T-82/03 și T-103/03, Rec., p. II-5409, punctele 26 și 27 și jurisprudența citată].

52 În continuare, trebuie să se constate că, în pofida titlului său, al doilea motiv ridică problema specifică a competenței unei camere de recurs a OAPI de a examina o opoziție la o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare pentru anumite produse sau servicii, în condițiile în care această cameră este sesizată numai cu o cale de atac formulată de solicitantul mărcii care contestă decizia diviziei de opoziție care a admis opoziția în legătură cu alte produse sau servicii vizate în aceeași cerere. Examinarea acestei probleme trebuie, în mod logic, să o preceadă pe cea privind contestarea, prin intermediul primului motiv, a afirmației cuprinse în decizia atacată, conform căreia intervenienta nu a limitat lista produselor vizate de opoziție.

53 În temeiul articolului 64 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, în urma examenului de fond asupra căii de atac, camera de recurs se pronunță asupra acesteia și poate, procedând astfel, „să exercite competențele organului care a pronunțat decizia atacată", adică, în situația de față, să se pronunțe asupra opoziției, prin respingerea acesteia sau prin declararea temeiniciei sale, prin confirmarea sau infirmarea, în acest mod, a deciziei atacate. Astfel cum a statuat Curtea în Hotărârea din 13 martie 2007, OAPI/Kaul (C-29/05 P, Rep., p. I-2213, punctul 57), din această dispoziție rezultă că, prin intermediul căii de atac cu care este sesizată, camera de recurs este chemată să efectueze o nouă examinare completă a fondului opoziției atât în drept, cât și în fapt.

54 Or, atunci când calea de atac în fața camerei de recurs privește numai o parte din produsele sau serviciile vizate în cererea de înregistrare sau de opoziție, această cale de atac autorizează camera de recurs să efectueze o nouă examinare a fondului opoziției, însă numai în legătură cu produsele sau serviciile respective, întrucât cererea de înregistrare și opoziția nu au fost formulate în fața sa în legătură cu celelalte produse sau servicii vizate.

55 Această situație se regăsește în speță. Reclamanta a introdus o cale de atac în fața camerei de recurs împotriva deciziei diviziei de opoziție exclusiv în măsura în care aceasta a admis opoziția și a respins cererea de înregistrare a trei produse. De altfel, ea nu putea să introducă o cale de atac împotriva aceleiași decizii în legătura cu partea în care s-a decis că înregistrarea cererii solicitate putea să aibă loc pentru restul

produselor menționate în cerere. Astfel, din articolul 59 prima teză din Regulamentul nr. 207/2009, conform căruia „[o]rice parte la o procedură care a condus la o decizie poate introduce o cale de atac împotriva respectivei decizii, atât timp cât aceasta din urmă nu a fost pronunțată în favoarea sa", rezultă că din moment ce decizia organului inferior al OAPI a fost pronunțată în favoarea unei părți, aceasta nu dispune de calitatea de a introduce o cale de atac în fața camerei de recurs [Ordonanța Tribunalului din 11 mai 2006, TeleTech Holdings/OAPI – Teletech International (TELETECH INTERNATIONAL), T-194/05, Rec., p. II-1367, punctul 22].

56 În consecință și astfel cum susține, în esență, reclamanta, prin intermediul celui de al doilea motiv, în măsura în care a anulat punctul 2 din dispozitivul deciziei de opoziție în legătură cu celelalte produse, camera de recurs și-a depășit limitele competenței, astfel cum este definită la articolul 64 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009. Al doilea motiv este, așadar, întemeiat.

57 În orice caz, părțile nu contestă și, de altfel, lectura actului de opoziție care figurează în dosarul procedurii desfășurate în fața OAPI, transmis Tribunalului în temeiul articolului 133 alineatul (3) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, confirmă că, contrar celor reținute în decizia atacată, opoziția se limita în mod clar numai la trei produse. Rezultă că primul motiv este de asemenea întemeiat.

58 În aceste condiții, nu este necesară examinarea celui de al treilea motiv. Din moment ce camera de recurs nu avea, în orice caz, dreptul să examineze cererea de înregistrare în legătură cu celelalte produse, nu este necesară pronunțarea cu privire la problema dacă această cameră ar fi trebuit să informeze reclamanta asupra intenției sale de a efectua o astfel de examinare și să îi dea acesteia ocazia să își prezinte observațiile. În schimb, al patrulea motiv trebuie examinat, întrucât privește cele trei produse, și anume un aspect al deciziei atacate diferit de cel vizat de primele trei motive.

Cu privire la al patrulea motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) și a articolului 42 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 207/2009, precum și a normei 22 alineatul (2) din Regulamentul nr. 2868/95

59 Prin intermediul celui de al patrulea motiv, reclamanta susține că intervenienta nu a făcut dovada utilizării serioase a mărcii anterioare. În opinia sa, în măsura în care camera de recurs a ajuns la concluzia contrară, aceasta a încălcat articolul 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) și articolul 42 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 207/2009, precum și norma 22 alineatul (2) din Regulamentul nr. 2868/95.

60 Argumentația invocată de reclamantă este formată din două aspecte. Prin intermediul primului aspect, reclamanta contestă aprecierea pe care camera de recurs a făcut-o elementelor de probă privind utilizarea serioasă a mărcii anterioare prezentate de intervenientă.

61 Prin intermediul celui de al doilea aspect, reclamanta susține că, având în vedere caracterul insuficient al elementelor de probă privind utilizarea serioasă a mărcii anterioare, camera de recurs ar fi trebuit să examineze aspectul dacă se putea ține seama, în cadrul acestei probe, de utilizarea primei mărci figurative a intervenientei. Reclamanta apreciază că luarea în considerare a utilizării acestei din urmă mărci este contrară jurisprudenței și practicii decizionale a OAPI.

62 Trebuie respins de la început cel de al doilea aspect ca inoperant. Astfel, după cum reiese din cuprinsul punctului 28 din decizia atacată (a se vedea de asemenea punctul 20 de mai sus), considerând că elementele de probă prezentate de intervenientă îi permiteau să concluzioneze că utilizarea serioasă a mărcii anterioare în forma în care a fost înregistrată fusese dovedită, camera de recurs a decis să nu țină seama, la aprecierea acestei probleme, de utilizarea primei mărci figurative a intervenientei.

63 Rezultă că, în cazul în care, astfel cum susține reclamanta prin intermediul primului aspect al prezentului motiv, camera de recurs a considerat în mod greșit că elementele de probă privind utilizarea serioasă a mărcii anterioare erau suficiente, decizia atacată trebuia anulată, fără a ține seama de eventuala utilizare a primei mărci figurative a intervenientei. Întrucât acest ultim aspect nu a fost examinat pe fond de camera de recurs, nu este de competența Tribunalului să îl examineze pentru prima dată în cadrul controlului său privind legalitatea deciziei atacate [a se vedea în acest sens Hotărârea Curții din 5 iulie 2011, Edwin/OAPI, C-263/09 P, Rep., p. I-5853, punctele 72 și 73, și Hotărârea Tribunalului din 12 mai 2010, Beifa Group/OAPI – Schwan-Stabilo Schwanhäußer (Instrument de scris), T-148/08, Rep., p. I-1681, punctul 124 și jurisprudența citată].

64 În cadrul primului aspect al celui de al patrulea motiv, reclamanta invocă o serie de argumente pentru a demonstra caracterul eronat al concluziei camerei de recurs potrivit căreia utilizarea serioasă a mărcii anterioare a fost dovedită.

65 În primul rând, reclamanta amintește că facturile prezentate de intervenientă nu purtau marca anterioară, ci prima marcă figurativă. Aceasta își exprimă îndoielile cu privire la aspectul că diferențierea produselor menționate pe o factură potrivit mărcii care le desemnează ar fi fost imposibilă, astfel cum a subliniat, în esență, camera de recurs la punctul 24 din decizia atacată. În orice caz, ea consideră că dovada utilizării serioase a mărcii anterioare impune prezentarea unor facturi în care se menționează această marcă.

66 În al doilea rând, celelalte elemente de probă privind utilizarea serioasă a mărcii anterioare, prezentate de intervenientă, nu ar preciza dacă privesc produse desemnate de această marcă. Catalogul de produse menționat la punctul 25 din decizia atacată nu ar fi suficient în această privință, întrucât, pe de o parte, ar conține mai multe produse care poartă numai prima sau cea de a doua marcă figurativă a intervenientei și, pe de altă parte, ar privi exclusiv sezonul 2006-2007 și s-ar raporta doar la piața spaniolă.

67 În al treilea rând, vânzările de articole desemnate de marca anterioară menționate la punctul 25 din decizia atacată ar privi cantități minime care, potrivit jurisprudenței și practicii decizionale a OAPI, nu ar fi suficiente pentru a face dovada utilizării serioase a unei mărci înregistrate pentru produse destinate vânzării publicului larg, precum marca anterioară.

68 OAPI și intervenienta consideră că, în mod întemeiat, camera de recurs a concluzionat că utilizarea serioasă a mărcii anterioare a fost dovedită.

69 În opinia OAPI, camera de recurs s-a întemeiat în mod corect pe facturile prezentate de intervenientă în ceea ce privește dovada locului, a duratei și a importanței utilizării mărcii anterioare. Contrar afirmațiilor reclamantei, nu ar fi necesar ca această marcă să fie menționată și pe facturile ca atare, elementul determinant fiind aplicarea mărcii pe produsele înseși.

70 În ceea ce privește examinarea naturii utilizării mărcii menționate, camera de recurs s-ar fi întemeiat în mod corect pe cataloagele prezentate de intervenientă care ar permite să se stabilească, cu ajutorul numerelor de cod ale articolelor în cauză, o legătură între produse și facturile intervenientei. Pe de altă parte, nu se poate susține că produsele care poartă numai marca anterioară ar fi fost preluate în cataloagele menționate cu unicul scop al unei utilizări cu caracter simbolic a acestei mărci.

71 În aceea ce privește argumentul invocat de reclamantă întemeiat pe cantitatea pretins minimă a vânzărilor menționate la punctul 25 din decizia atacată, OAPI susține că camera de recurs nu a calculat cifra de afaceri realizată de fiecare articol desemnat de marca anterioară, ci a subliniat numai cu titlu de exemplu câteva părți din facturile prezentate de intervenientă. Ar exista alte exemple de vânzări de produse care poartă

această marcă, însă, în orice caz, un rezumat pur cantitativ al cifrelor de afaceri realizate de aceste produse nu ar fi necesar, întrucât, conform jurisprudenței, nu ar fi posibil să se definească un grad minim de utilizare.

72 Intervenienta susține că este incorectă afirmația reclamantei conform căreia facturile luate în considerare de camera de recurs nu ar dovedi vânzarea a 21 de articole, astfel cum demonstrează mai multe exemple de vânzări ale unor produse desemnate de marca anterioară enumerate în facturile respective. Pe de altă parte, camera de recurs ar fi subliniat în mod corect că nu ar fi rezonabil să i se solicite intervenientei să identifice fiecare produs menționat în facturile în cauză.

73 Facturile în discuție ar fi fost prezentate cu titlu ilustrativ și nu ar privi totalitatea vânzărilor realizate de intervenientă în Spania și în Italia în perioada relevantă. Volumele impresionante ale vânzărilor respective ar reieși din declarația sub jurământ a lui M. G., menționată la punctul 10 de mai sus.

74 Pe de altă parte, argumentația reclamantei, întemeiată pe volumul pretins scăzut de vânzări de produse care poartă marca anterioară, nu ar recunoaște că OAPI trebuie să efectueze o apreciere globală a tuturor dovezilor privind utilizarea serioasă. O astfel de apreciere nu ar lăsa nicio îndoială în ceea ce privește utilizarea serioasă a mărcii anterioare din speță. În orice caz, în lumina criteriilor reținute în jurisprudență, volumul vânzărilor la care face referire reclamanta nu pare a fi insuficient.

75 Tribunalul amintește că, în temeiul articolului 42 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 207/2009, autorul unei cereri de înregistrare a unei mărci comunitare vizate printr-o opoziție poate impune dovedirea faptului că marca anterioară invocată în

sprijinul acestei opoziții și care a făcut obiectul unei înregistrări internaționale, având efect în unul sau în mai multe state membre, a făcut obiectul unei utilizări serioase în statele membre respective într-o perioadă de cinci ani anterioară publicării cererii.

76 În plus, conform normei 22 alineatul (3) din Regulamentul nr. 2868/95, cu modificările ulterioare, dovada utilizării trebuie să cuprindă indicații privind locul, durata, importanța și natura utilizării mărcii anterioare.

77 Potrivit unei jurisprudențe constante, rezultă din dispozițiile menționate mai sus, precum și din considerentul (10) al Regulamentului nr. 207/2009 că *ratio legis* a exigenței, potrivit căreia marca anterioară trebuie să fi făcut obiectul unei utilizări serioase pentru a fi opozabilă unei cereri de înregistrare a mărcii comunitare, constă în limitarea conflictelor dintre două mărci, în măsura în care nu există un motiv economic întemeiat, decurgând dintr-o funcție efectivă a mărcii pe piață. În schimb, dispozițiile menționate nu urmăresc nici să evalueze reușita comercială, nici să controleze strategia economică a unei întreprinderi sau să rezerve protecția mărcilor numai în favoarea exploatărilor comerciale importante din punct de vedere cantitativ [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 8 iulie 2004, Sunrider/OAPI – Espadafor Caba (VITAFRUIT), T-203/02, Rec., p. II-2811, punctele 36-38 și jurisprudența citată].

78 O marcă face obiectul unei utilizări serioase atunci când este utilizată în conformitate cu funcția sa esențială, care este aceea de a garanta identitatea originii produselor sau a serviciilor pentru care a fost înregistrată în scopul de a crea sau de a păstra un debușeu pentru aceste produse și servicii, cu excluderea utilizărilor cu caracter simbolic având ca unic obiect menținerea drepturilor conferite de marcă (a se vedea, prin analogie, Hotărârea Curții din 11 martie 2003, Ansul, C-40/01, Rec., p. I-2439, punctul 43). În plus, condiția utilizării serioase a mărcii impune ca aceasta, astfel cum este protejată pe teritoriul relevant, să fie utilizată în mod public și spre exterior (Hotărârea VITAFRUIT, punctul 77 de mai sus, punctul 39; a se vedea, în acest sens și prin analogie, și Hotărârea Ansul, citată anterior, punctul 37).

79 Aprecierea caracterului serios al utilizării mărcii trebuie să se întemeieze pe toate faptele și împrejurările capabile să demonstreze exploatarea comercială reală a acesteia, în special utilizările considerate justificate în sectorul economic vizat pentru menținerea sau pentru crearea de cote de piață pentru produsele sau serviciile protejate prin marcă, natura acestor produse sau a acestor servicii, caracteristicile pieței, întinderea și frecvența utilizării mărcii (Hotărârea VITAFRUIT, punctul 77 de mai sus, punctul 40; a se vedea, prin analogie, și Hotărârea Ansul, punctul 78 de mai sus, punctul 43).

80 În ceea de privește importanța utilizării mărcii anterioare, trebuie să se ia în considerare în special volumul comercial al totalității actelor de utilizare, pe de o parte, și perioada în care au fost îndeplinite actele de utilizare, precum și frecvența acestor acte, pe de altă parte (Hotărârile VITAFRUIT, punctul 77 de mai sus, punctul 41, și HIPOVITON, punctul 40 de mai sus, punctul 35).

81 Pentru a examina caracterul serios al utilizării unei mărci anterioare, trebuie să se efectueze o apreciere globală ținând seama de toți factorii pertinenți din speță. Această apreciere implică o anumită interdependență a factorilor luați în considerare. Astfel, un volum scăzut de produse comercializate sub marca menționată poate fi compensat printr-o intensitate accentuată sau o mare constanță în timp a utilizării acestei mărci și invers (Hotărârile VITAFRUIT, punctul 77 de mai sus, punctul 42, și HIPOVITON, punctul 40 de mai sus, punctul 36).

82 Cifra de afaceri realizată, precum și cantitatea de vânzări de produse sub marca anterioară nu pot fi apreciate în absolut, ci doar în raport cu alți factori pertinenți, precum volumul activității comerciale, capacitățile de producție sau de comercializare ori gradul de diversificare al întreprinderii care exploatează marca, precum și caracteristicile produselor sau ale serviciilor pe piața respectivă. Din acest motiv, nu este necesar ca utilizarea mărcii anterioare să fie mereu importantă din punct de vedere cantitativ pentru a fi calificată drept serioasă (Hotărârile VITAFRUIT, punctul 77 de mai sus, punctul 42, și HIPOVITON, punctul 40 de mai sus, punctul 36). Așadar, chiar și o utilizare minimă poate fi suficientă pentru a fi calificată drept serioasă, cu condiția ca aceasta să fie considerată justificată în sectorul economic vizat pentru

menținerea sau pentru crearea cotelor de piață pentru produsele sau pentru serviciile protejate prin marcă. În consecință, nu este posibil să se determine *a priori*, în mod abstract, care este pragul cantitativ care trebuie reținut pentru a stabili dacă utilizarea are sau nu are un caracter serios, astfel încât nu poate fi instituită o normă *de minimis*, care nu ar permite OAPI sau, în cazul unei acțiuni, Tribunalului să aprecieze toate împrejurările litigiului cu care este sesizat (Hotărârea Curții din 11 mai 2006, Sunrider/OAPI, C-416/04 P, Rec., p. I-4237, punctul 72).

83 După cum reiese din articolul 15 alineatul (1) primul paragraf din Regulamentul nr. 207/2009, fac obiectul sancțiunilor prevăzute de acesta numai mărcile a căror utilizare serioasă a fost suspendată pentru un termen neîntrerupt de cinci ani. Prin urmare, pentru a nu cădea sub incidența sancțiunilor menționate, este suficient ca o marcă să fi făcut obiectul unei utilizări serioase pentru o parte din perioada relevantă (Hotărârile VITAFRUIT, punctul 77 de mai sus, punctul 45, și HIPOVITON, punctul 40 de mai sus, punctul 40).

84 În sfârșit, utilizarea serioasă a unei mărci nu poate fi demonstrată prin probabilități sau prin prezumții, ci trebuie să se întemeieze pe elemente concrete și obiective care dovedesc o utilizare efectivă și suficientă a mărcii pe piața relevantă [Hotărârea Tribunalului din 12 decembrie 2002, Kabushiki Kaisha Fernandes/OAPI – Harrison (HIWATT), T-39/01, Rec., p. II-5233, punctul 47, și Hotărârea Tribunalului din 6 octombrie 2004, Vitakraft-Werke Wührmann/OAPI – Krafft (VITAKRAFT), T-356/02, Rec., p. II-3445, punctul 28].

85 În lumina acestor considerații trebuie examinat aspectul dacă, în speță, camera de recurs a apreciat în mod întemeiat că elementele de probă prezentate de intervenientă demonstrau o utilizare serioasă a mărcii anterioare.

86 În această privință, trebuie să se constate, mai întâi, că, întrucât cererea de marcă comunitară prezentată de reclamantă a fost publicată la 30 ianuarie 2006 (a se vedea punctul 4 de mai sus), perioada relevantă de cinci ani menționată la articolul 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 este cea cuprinsă între 30 ianuarie 2001 și 30 ianuarie 2006, astfel cum a subliniat în mod întemeiat camera de recurs la punctul 22 din decizia atacată.

87 În continuare, trebuie subliniat că, deși camera de recurs a considerat, la fel ca divizia de opoziție, că utilizarea serioasă a mărcii anterioare în perioada menționată mai sus fusese dovedită, aceasta a fundamentat concluzia respectivă pe motive substanțial diferite de cele prezentate în decizia diviziei de opoziție.

88 Astfel, după cum reiese din decizia sa, rezumată la punctele 12 și 13 de mai sus, divizia de opoziție s-a întemeiat, pe de o parte, nu numai pe facturile intervenientei, ci și pe statisticile prezentate de aceasta, precum și pe declarația sub jurământ a lui M. G. Pe de altă parte, în ceea ce privește facturile în cauză, divizia de opoziție s-a întemeiat exclusiv pe prezența în antetul lor a primei mărci figurative, fapt pe care l-a considerat ca fiind o dovadă suficientă și adecvată a utilizării mărcii anterioare, identică cu elementul verbal al acestei mărci figurative. Decizia diviziei de opoziție creează totuși impresia că ar fi ignorat faptul că prima marcă figurativă nu era o simplă juxtapunere a mărcii anterioare și a unui element figurativ, ci constituia o marcă distinctă înregistrată. Astfel, divizia de opoziție nu a luat poziție în ceea ce privește problema dacă utilizarea serioasă a unei mărci figurative care include un element verbal putea să servească de asemenea pentru a dovedi utilizarea serioasă a unei mărci verbale distincte formate exclusiv din elementul verbal respectiv.

89 Camera de recurs s-a referit, la rândul său, numai la două categorii de elemente de probă prezentate de intervenientă, și anume facturile și cataloagele (a se vedea punctele 24 și 25 din decizia atacată). În plus, aceasta a considerat că utilizarea serioasă a mărcii anterioare, astfel cum a fost înregistrată, fusese dovedită și că, prin urmare,

nu era necesar să se ia în considerare, în această privință, eventuala utilizare serioasă a primei mărci figurative, astfel cum rezultă din cuprinsul punctului 28 din decizia atacată.

90 În special, la punctul 24 din decizia atacată, camera de recurs a considerat că facturile prezentate de intervenientă pentru anii 2002-2006 ar face dovada privind „cifrele de vânzări realizate în acești ani în Spania și în Italia, respectiv a locului, a datei și a importanței utilizării". La punctul 25 din aceeași decizie, camera de recurs a menționat cataloagele intervenientei pe care le-a considerat elemente de probă privind natura utilizării mărcii anterioare în măsura în care aceasta „apare izolată, în calitate de element pur și simplu verbal, aplicat pe schiuri, pe bețele de schi și pe un mare număr de alte articole de îmbrăcăminte de sport care sunt ilustrate în cadrul acestor cataloage".

91 Camera de recurs a constatat, în plus, că produsele ilustrate în cataloage erau „menționate de asemenea în facturile depuse la dosar" și a făcut referire, cu titlu de „exemplu" la două facturi referitoare la vânzarea către un client din Spania a cinci produse diferite. Aceasta a admis că catalogul de schiuri redactat în limba spaniolă privea exclusiv piața spaniolă, însă a adăugat că dintr-o comparație cu facturile adresate distribuitorului italian al intervenientei rezulta că produsele enumerate în acest catalog erau comercializate și în Italia. În această privință, ea a menționat, cu titlu de „exemplu", o factură din 18 noiembrie 2005 referitoare la vânzarea unui produs care poartă marca anterioară.

92 Astfel cum s-a subliniat la punctul 53 de mai sus, prin intermediul căii de atac cu care este sesizată, camera de recurs este chemată să efectueze o nouă examinare completă a fondului opoziției, atât în drept, cât și în fapt. În urma acestei examinări, ea poate, printre altele, să confirme decizia diviziei de opoziție pe baza unor motive diferite de cele reținute de aceasta din urmă. În această ipoteză, în cazul formulării unei acțiuni în fața Tribunalului împotriva deciziei camerei de recurs, trebuie să se controleze

legalitatea motivelor reținute în această decizie, iar nu cea a motivelor conținute în decizia diviziei de opoziție.

93 Într-adevăr, s-a statuat în repetate rânduri că atunci când camera de recurs confirmă în totalitate decizia organului inferior al OAPI, această decizie, precum și motivarea sa fac parte din contextul în care a fost adoptată decizia camerei de recurs, context cunoscut de părți și care permite instanței să își exercite de deplin controlul legalității în ceea ce privește temeinicia aprecierii camerei de recurs [Hotărârea Tribunalului din 9 iulie 2008, Reber/OAPI – Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (Mozart), T-304/06, Rep., p. II-1927, punctul 47, și Hotărârea din 24 septembrie 2008, HUP Uslugi Polska/OAPI – Manpower (I.T.@MANPOWER), T-248/05, nepublicată în Repertoriu, punctul 48]. Totuși, această considerație nu permite luarea în considerare a motivării deciziei organului inferior atunci când camera de recurs, ajungând la aceeași concluzie precum cea a organului inferior, nu și-a însușit motivarea deciziei acestui organ și nici măcar nu a făcut referire la aceasta în propria decizie [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 30 iunie 2010, Matratzen Concord/OAPI – Barranco Schnitzler (MATRATZEN CONCORD), T-351/08, nepublicată în Repertoriu, punctul 26].

94 Întrucât această situație se regăsește în speță, trebuie să se efectueze controlul considerentelor prezentate de camera de recurs în decizia atacată pentru a justifica concluzia sa potrivit căreia utilizarea serioasă a mărcii anterioare a fost dovedită, fără a lua în considerare motivarea care figurează în decizia diviziei de opoziție.

95 În această privință, trebuie subliniat că dosarul OAPI conține efectiv un număr mare de facturi care dovedesc vânzarea de către intervenientă a anumitor produse unei societăți din Italia și altei societăți din Spania care, conform explicațiilor furnizate de intervenientă în fața OAPI, sunt distribuitorii produselor acesteia în aceste două țări. Facturile în cauză conțin în antet prima marcă figurativă a intervenientei. Pe unele dintre facturi, această marcă este prezentată alături de un alt semn figurativ care conține elementul verbal „marker". Pe fiecare factură, produsele vândute sunt identificate printr-un cod, precum și prin denumirea modelului, fără a se menționa

natura produsului despre care este vorba și nici marca anterioară. Cantitățile și valoarea totală a produselor vizate de fiecare factură par a fi semnificative, mai multe facturi referindu-se la vânzări cu o valoare care se ridică la sute de mii de euro. Perioada în care s-au efectuat vânzările în discuție este cuprinsă între 19 februarie 2002 și 14 decembrie 2006 pentru vânzările în Italia și între 11 decembrie 2002 și 18 august 2006 pentru vânzările în Spania și cuprind, așadar, în ambele cazuri, o mare parte a perioadei relevante, menționată la punctul 86 de mai sus.

96 Faptul că marca anterioară nu este menționată pe facturile în cauză nu poate demonstra, *per se*, lipsa lor de pertinență pentru dovedirea utilizării serioase a mărcii respective [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 27 septembrie 2007, La Mer Technology/OAPI – Laboratoires Goëmar (LA MER), T-418/03, nepublicată în Repertoriu, punctul 65]. Această situație se regăsește cu atât mai mult în speță, întrucât aceste facturi nu erau destinate consumatorilor finali ai produselor acoperite de marca anterioară, în speță publicul larg, ci distribuitorilor intervenientei.

97 Cu toate acestea, pentru ca aceste facturi să fi putut constitui elemente de probă relevante privind utilizarea mărcii anterioare în raport cu produsele menționate la punctul 6 de mai sus, era necesar să se verifice dacă acestea priveau efectiv astfel de produse și, în caz afirmativ, dacă produsele menționate purtau marca anterioară sau, cel puțin, dacă aceasta din urmă era utilizată conform funcției sale esențiale, în mod public și spre exterior, în legătură cu vânzarea produselor respective consumatorilor.

98 Prezentarea de către intervenientă, în vederea acestei verificări, a cifrelor de vânzări separate referitoare numai la produsele care poartă marca anterioară, considerată de camera de recurs ca fiind foarte laborioasă și, în final, imposibilă, nu era indispensabilă. Ar fi fost suficient să se identifice pe facturi, dacă era cazul prin referire la alte elemente de probă, produse din categoriile menționate la punctul 6 de mai sus și care poartă marca anterioară, într-o cantitate care să permită excluderea oricărei

posibilități de utilizare cu caracter pur simbolic a mărcii respective și, în consecință, care să fie suficientă pentru a dovedi utilizarea sa serioasă.

99 Cele două cataloage prezentate de intervenientă constituiau elemente de probă care pot servi acestui scop, astfel cum a arătat camera de recurs la punctul 25 din decizia atacată. Primul dintre aceste cataloage este redactat în limba spaniolă și prezintă mai multe modele de schiuri comercializate de intervenientă. Acesta conține, pentru fiecare model, o fotografie a produsului, denumirea sa, precum și diverse alte informații relevante care includ, printre altele, codul utilizat de intervenientă pentru identificarea produsului. Al doilea catalog este redactat în limba italiană și în limba engleză și include indicații similare pentru îmbrăcămintea de sport comercializată de intervenientă.

100 Astfel cum a subliniat camera de recurs la punctul 25 din decizia atacată, un mare număr dintre produsele ilustrate în aceste două cataloage purta marca anterioară. În mai multe cazuri, această marcă apare alături de prima marcă figurativă sau de a doua marcă figurativă a intervenientei. Totuși, astfel cum a subliniat, în esență, camera de recurs la punctul 26 din decizia atacată, acest lucru este lipsit de relevanță în ceea ce privește problema dacă intervenienta făcuse dovada utilizării serioase a mărcii anterioare. Astfel, nu există nicio normă în materia mărcii comunitare care să oblige persoana care a formulat opoziția să dovedească utilizarea mărcii anterioare în mod izolat, în mod independent de orice altă marcă [a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 8 decembrie 2005, Castellblanch/OAPI – Champagne Roederer (CRISTAL CASTELLBLANCH), T-29/04, Rec., p. II-5309, punctele 33 și 34].

101 Cataloagele în cauză nu constituie, așadar, numai elemente de probă privind natura utilizării mărcii anterioare efectuate de reclamantă. Din moment ce conțineau, printre altele, numerele de cod ale produselor care erau prezentate în cataloagele respective, ele permiteau să se verifice dacă aceste produse erau menționate de asemenea în facturile prezentate de intervenientă.

102 În vederea efectuării unei astfel de verificări, prin utilizarea expresiei „de exemplu”, camera de recurs s-a referit, cu titlu indicativ, la punctul 25 din decizia atacată, la șase produse diferite menționate în trei „facturi” datate 18 noiembrie 2005, 21 decembrie 2005 și 12 ianuarie 2006. Din lectura cataloagelor intervenientei rezultă că toate aceste șase produse sunt schiuri (și anume „Aparate de gimnastică și de sport” din clasa 28) și poartă efectiv marca anterioară.

103 În mod mai general, din coroborarea celor trei documente menționate la punctul 25 din decizia atacată și a catalogului de schiuri al intervenientei se poate deduce că factura din 18 noiembrie 2005 menționează, în total, 6 perechi de schiuri de diferite tipuri care poartă marca anterioară. Factura din 21 decembrie 2005 menționează, în total, 10 perechi de schiuri de diferite tipuri care, astfel cum confirmă lectura catalogului, purtau toate marca anterioară. „Factura din 12 ianuarie 2006 întocmită în numele clientului spaniol” menționează 43 de perechi de schiuri de diferite tipuri care purtau de asemenea marca anterioară. Totuși, după cum precizează chiar titlul său, acest din urmă document nu este o factură, ci un bun de livrare care nu menționează niciun preț al articolelor la care face referire. În cadrul ședinței, reprezentantul intervenientei a precizat, ca răspuns la o întrebare adresată de Tribunal, că nu era vorba despre un document contabil.

104 În plus, printre numeroasele facturi prezentate de intervenientă există una, datată 20 decembrie 2005, care este adresată distribuitorului său italian. Aceasta conține 27 de pagini, privește produse în valoare totală de 54 938,98 euro și menționează pe primele două pagini mai multe perechi de schiuri de diferite tipuri care, astfel cum se poate confirma cu ajutorul catalogului de schiuri, purtau marca anterioară. Totuși, cu excepția unei perechi de schiuri vândute la prețul de 88 de euro, pentru toate celelalte perechi, prețul de vânzare menționat est de 0 euro. Ca răspuns la o altă întrebare adresată de Tribunal în cursul ședinței, reprezentantul intervenientei a declarat că nu cunoștea detaliile facturii în cauză, însă a adăugat că, atunci când noi modele de schiuri erau puse la dispoziția unui distribuitor pentru a efectua teste se obișnuia să se menționeze pe factura aferentă un preț egal cu zero. S-a luat act de aceste declarații în procesul-verbal de ședință.

105 O altă factură, adresată distribuitorului italian al intervenientei și datată 12 ianuarie 2006, privește vânzarea de produse cu o valoare totală de 408 625,40 euro. Un mare număr de produse menționate sunt schiuri care poartă marca anterioară. În special, factura menționează vânzarea a 600 de unități de schiuri, model „Racetiger GS Racing Tit Moti 06/07", având numărul de cod 106001, cu o valoare totală de 124 200 de euro, precum și a 350 de unități de schiuri, model „Racetiger SL Racing Motion 06/07" având numărul de cod 106011, având o valoare totală de 72 450 de euro. Aceste două modele figurează în catalogul de schiuri al intervenientei și se poate, astfel, confirma că purtau marca anterioară.

106 O a treia factură, datată 27 ianuarie 2006 și adresată distribuitorului spaniol al intervenientei, cu o valoare totală de 13 631,90 euro, privește vânzări de schiuri de diferite modele menționate în catalogul de schiuri al intervenientei și care poartă marca anterioară în cantități ce variază de la 1 la 4 perechi pentru fiecare model.

107 Cu toate acestea, cu excepția celor trei documente menționate la punctul 25 din decizia atacată, a celor trei facturi menționate la punctele 104-106 de mai sus și a unor facturi ulterioare perioadei relevante, astfel cum sunt definite la punctul 86 de mai sus, restul facturilor prezentate de intervenientă, mai precis marea majoritate a acestora, privesc produse care nu pot fi identificate în cataloagele depuse la dosarul intervenientei, întrucât conțin numere de cod care nu sunt menționate în aceste cataloage.

108 Fiind invitat să își prezinte, în cursul ședinței, observațiile privind identificarea produselor în cauză vizate de numerele de cod menționate în majoritatea facturilor prezentate de intervenientă, reprezentantul acesteia a subliniat, în esență, că numerele de cod utilizate de reclamantă evoluau adesea de la un sezon la altul pentru motive logistice. Or, această explicație, oricât de plauzibilă ar părea, nu rezolvă problema

identificării produselor desemnate pe facturi prin numere de cod care nu figurează în cataloagele intervenientei.

109 Astfel, în lipsa unor precizări suplimentare, nicio factură nu permitea să se concluzioneze că intervenienta vânduse în perioada relevantă „Saci de sport" din clasa 18 și „Articole de îmbrăcăminte" din clasa 25 care poartă marca anterioară. Cu siguranță, este adevărat că din cele două cataloage prezentate de intervenientă cel referitor la schiuri arată mai multe tipuri de saci care poartă marca anterioară, iar celălalt conține alte articole de îmbrăcăminte de sport care poartă această marcă. Totuși, niciunul dintre aceste articole nu figurează pe facturile care datează din perioada relevantă prezentate de intervenientă. OAPI invocă, în memoriul în răspuns, un singur exemplu al unei astfel de mențiuni, însă acesta privește o factură din 18 august 2006, adică ulterioară perioadei relevante. În plus, trebuie subliniat că cataloagele intervenientei nu pot fi considerate, ele însele, elemente de probă suficiente privind utilizarea mărcii anterioare, întrucât din dosar nu reiese nicidecum care a fost modul lor de difuzare.

110 În ceea ce privește „Aparatele de gimnastică și de sport" din clasa 28, într-adevăr, astfel cum s-a subliniat la punctele 102-105 de mai sus, există anumite facturi care dovedesc vânzări de schiuri care constituie produse din această categorie, iar părțile au opinii contrare în privința problemei dacă cantitățile vizate de aceste vânzări erau sau nu erau suficiente pentru a justifica o utilizare serioasă a mărcii anterioare.

111 Or, această problemă nu poate fi soluționată de Tribunal. Astfel, trebuie să se constate că camera de recurs nu a considerat că vânzările menționate la punctul 25 din decizia atacată dovedeau, ele însele, utilizarea serioasă a mărcii anterioare. Dimpotrivă, din termenii utilizați la acest punct rezultă că aceste vânzări au fost enumerate cu titlu pur exemplificativ. Cu alte cuvinte, camera de recurs a considerat, în mod implicit, însă clar, că celelalte facturi prezentate de intervenientă se refereau de asemenea, cel puțin parțial, la vânzări de produse vizate de marca anterioară și care poartă această marcă. Pe această bază, camera de recurs a concluzionat că fusese dovedită utilizarea

serioasă a mărcii menționate. Revine, așadar, Tribunalului, în cadrul controlului de legalitate a deciziei camerei de recurs, obligația să examineze aspectul dacă din dosarul depus la camera de recurs se putea ajunge o astfel de concluzie.

112 Această situație nu se regăsește în speță. Astfel, după cum s-a menționat deja la punctul 107 de mai sus, produsele vizate de marea majoritate a facturilor prezentate de intervenientă nu puteau fi identificate în mod clar. Contrar a ceea ce sugerează termenii utilizați de camera de recurs la punctul 25 din decizia atacată, cele trei documente care sunt menționate în aceasta nu erau exemple tipice, alese la întâmplare, ci făceau parte dintr-un grup restrâns de documente, toate datând dintr-o perioadă puțin mai mare de două luni, în speță perioada 18 noiembrie 2005-27 ianuarie 2006, și care erau singurele în privința cărora se putea confirma că se refereau la produse vizate de marca anterioară și care purtau această marcă.

113 Rezultă că elementele de probă privind utilizarea serioasă a mărcii anterioare luate în considerare de camera de recurs, și anume facturile și cataloagele depuse la dosar de intervenientă, nu erau suficiente pentru a susține concluzia reținută în decizia atacată conform căreia marca anterioară făcuse obiectul unei utilizări serioase pentru produsele din clasele 18, 25 și 28 vizate de aceasta în toată perioada la care fac referire facturile menționate. În cel mai bun caz, aceste elemente constituiau indicii care permit să se considere că este probabilă ipoteza unei astfel de utilizări. Or, conform jurisprudenței citate la punctul 84 de mai sus, o simplă ipoteză, oricât de verosimilă ar putea să pară, nu este suficientă în vederea aplicării articolului 42 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 207/2009 care impune dovada unei astfel de utilizări.

114 Așadar, camera de recurs trebuia să aprofundeze analiza dosarului și să ia în considerare și celelalte elemente de probă prezentate de intervenientă, printre altele, declarația sub jurământ a lui M. G., a cărei valoare probantă trebuia stabilită. Dacă era cazul, această cameră putea, în aplicarea articolului 42 alineatul (1) din Regulamentul

nr. 207/2009, să invite părțile să prezinte observații suplimentare sau chiar să adopte măsuri de administrare a probelor (a se vedea în acest sens Hotărârea HIPOVITON, punctul 40 de mai sus, punctele 57 și 58).

115 Prin urmare, trebuie să se concluzioneze că, în temeiul tuturor considerațiilor care precedă, cel de al patrulea motiv este de asemenea întemeiat și trebuie admis.

Cu privire la cererea de modificare

116 Astfel cum s-a subliniat la punctul 40 de mai sus, prin intermediul celui de al doilea și al celui de al treilea capăt de cerere, reclamanta solicită modificarea deciziei atacate. Trebuie, așadar, să se examineze dacă primul, al doilea și al patrulea motiv, în privința cărora s-a subliniat deja că ar trebui admise în cadrul cererii de anulare a deciziei atacate, justifică o astfel de modificare.

117 În primul rând, trebuie amintit că, în cadrul argumentației sale privind primul motiv (a se vedea punctul 47 de mai sus), reclamanta susține că era corectă constatarea din decizia atacată, conform căreia „încălțămintea de snow-board" nu făcea obiectul cererii de înregistrare, însă consecința care trebuia dedusă din aceasta trebuia să fie respingerea opoziției, în măsura în care aceasta privea încălțămintea respectivă.

118 Această parte a argumentației invocate de reclamantă urmărește, în esență, modificarea deciziei atacate astfel încât punctul 1 din dispozitivul deciziei diviziei de opoziție să fie anulat, iar opoziția să fie respinsă în măsura în care privește „încălțămintea de snow-board".

119 Această cerere nu este întemeiată și trebuie respinsă. Astfel cum susține în mod întemeiat intervenienta, toate produsele vizate de opoziție erau acoperite de cererea de înregistrare formulată de reclamantă. În ceea ce privește produsele din clasa 25, conținutul acestei cereri (a se vedea punctul 4 de mai sus) menționează, mai întâi, „articole de încălțăminte” și, în continuare, diferite tipuri de încălțăminte precedate de expresia „în special”. Or, conform jurisprudenței, această expresie, utilizată într-o descriere a produselor, are o simplă valoare de exemplu [Hotărârea Tribunalului din 12 noiembrie 2008, Scil proteins/OAPI – Indena (affilene), T-87/07, nepublicată în Repertoriu, punctul 38; a se vedea în acest sens Hotărârea Tribunalului din 9 aprilie 2003, Durferrit/OAPI – Kolene (NU-TRIDE), T-224/01, Rec., p. II-1589, punctul 41]. Fiind utilizată într-o listă de produse, ea are drept obiectiv diferențierea produselor care prezintă un interes specific pentru titularul unei mărci, fără a exclude totuși niciun produs de pe listă (a se vedea în acest sens Hotărârea affilene, citată anterior, punctul 39). Rezultă că reclamanta a solicitat înregistrarea mărcii sale pentru „articole de încălțăminte” în general și, prin urmare, și pentru „încălțămintea de schi, încălțămintea de snow-board și încălțămintea de sport” care fac obiectul opoziției.

120 În plus, trebuie amintit că conținutul cererii de înregistrare vizează de asemenea, în ceea ce privește produsele din clasa 25, „încălțămintea de sport” care constituie o categorie mai generală care include „încălțămintea de snow-board”.

121 În al doilea rând, în măsura în care prin cererea de modificare se urmărește ca Tribunalul însuși să constate că utilizarea serioasă a mărcii anterioare nu a fost dovedită și să respingă, pentru acest motiv, opoziția, trebuie subliniat, într-adevăr, că problema utilizării serioase a mărcii anterioare a fost examinată pe fond de OAPI, însă în mod incomplet, astfel cum s-a subliniat la punctele 113 și 114 de mai sus. Examinarea acestei probleme de către Tribunal ar presupune, în esență, exercitarea unor competențe administrative și de investigare proprii OAPI și ar fi, astfel, contrară echilibrului instituțional din care se inspiră principiul repartizării competențelor între OAPI și Tribunal. În aceste circumstanțe, Tribunalul consideră că nu trebuie să se admită cererea reclamantei menționată mai sus [Hotărârea Tribunalului din 14 mai 2009, Fiorucci/OAPI – Edwin (ELIO FIORUCCI), T-165/06, Rep., p. II-1375, punctul 67; a se vedea de asemenea, în acest sens, Hotărârea Tribunalului din 4 octombrie

2006, Freixenet/OAPI (Forma unei sticle negre mate sablate), T-188/04, nepublicată în Recueil, punctul 47].

122 Se impune, așadar, anularea deciziei atacate și respingerea acțiunii în rest.

Cu privire la cheltuielile de judecată

123 Potrivit articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată. Cu toate acestea, în temeiul articolului 87 alineatul (3) primul paragraf din Regulamentul de procedură, Tribunalul poate să repartizeze cheltuielile de judecată pentru motive excepționale.

124 În speță, OAPI a solicitat să se dispună ca fiecare parte să suporte propriile cheltuieli de judecată și, pe de altă parte, a susținut cererea de anulare a deciziei atacate, cu excepția dispozițiilor care se referă la dovada utilizării serioase a mărcii anterioare (a se vedea punctul 49 de mai sus). Cu toate acestea, această împrejurare nu constituie un motiv excepțional, în sensul articolului 87 alineatul (3) primul paragraf din Regulamentul de procedură, care justifică o repartizare a cheltuielilor de judecată și nu se opune obligării OAPI să suporte cheltuielile efectuate de reclamantă, în conformitate cu concluziile formulate de aceasta din urmă, în măsura în care decizia atacată emană de la o cameră de recurs a OAPI (a se vedea în acest sens Hotărârea VENADO cu cadru și altele, punctul 51 de mai sus, punctul 115 și jurisprudența citată). Prin urmare, OAPI trebuie să fie obligată să suporte propriile cheltuieli de judecată, precum și pe cele efectuate de reclamantă.

125 Întrucât intervenienta a căzut în pretenții în ceea ce privește concluziile sale, aceasta suportă propriile cheltuieli de judecată.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a treia)

declară și hotărăște:

1) **Anulează Decizia Camerei întâi de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 30 septembrie 2009 (cauza R 1387/2008-1).**

2) **Respinge în rest acțiunea.**

3) **OAPI suportă propriile cheltuieli de judecată, precum și pe cele efectuate de Völkl GmbH & Co. KG.**

4) **Marker Völkl International GmbH suportă propriile cheltuieli de judecată.**

Czúcz Labucka Gratsias

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 14 decembrie 2011.

Semnături