CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL
JÁN MAZÁK
prezentate la 3 februarie 2009 [1]

1. Prin intermediul recursului introdus, Aceites del Sur-Coosur SA, fostă Aceites del Sur SA („recurenta”) solicită Curții să respingă Hotărârea pronunțată de Tribunal în cauza Koipe/OAPI și Aceites del Sur (La Española) [2]. Decizia Camerei a patra de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 11 mai 2004 [3] a fost modificată de Tribunal, care a considerat că recursul introdus la Camera de recurs de Aceites Carbonell, în prezent Koipe Corporación SL („Koipe”), era întemeiat și, în consecință, opoziția acesteia trebuia admisă.

I — Cadrul juridic

2. Articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară [4] prevede:

„(1) La opoziția titularului unei mărci anterioare, se respinge înregistrarea mărcii solicitate atunci când:

[…]

(b) din cauza identității sau asemănării sale cu marca anterioară și din cauza identității sau asemănării produselor sau serviciilor pe care le desemnează cele două mărci, există un risc de confuzie pe teritoriul în care este protejată marca anterioară; riscul de confuzie presupune riscul de asociere cu marca anterioară.”

1 — Limba originală: engleza.

2 — Hotărârea din 12 septembrie 2007, Koipe/OAPI-Aceites del Sur (La Española), T-363/04, Rep., p. II-3355 (denumită în continuare „hotărârea atacată”).

3 — Cauza R 1109/2000-4 (denumită în continuare „decizia contestată”).

4 — JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146.

3. Articolul 8 alineatul (2) din Regulamentul nr. 40/94 prevede:

„În înțelesul alineatului (1), «mărci anterioare» înseamnă:

(a) mărci a căror dată de depunere este anterioară cererii de înregistrare a mărcii comunitare, ținând cont, dacă este cazul, de dreptul la prioritate invocat în sprijinul acestor mărci și care aparțin următoarelor categorii:

(i) mărci comunitare;

(ii) mărci înregistrate într-un stat membru sau, în ceea ce privește Belgia, Luxemburg și Țările de Jos, la Oficiul mărcilor din Benelux

[…]”

II — Istoricul cauzei

4. La 23 aprilie 1996, recurenta a depus la OAPI o cerere de înregistrare a unei mărci figurative (denumită în continuare „marca solicitată” sau „marca La Española”) reprodusă mai jos:



5. La 23 noiembrie 1998, cererea de înregistrare a mărcii a fost publicată în *Buletinul Mărcilor Comunitare* nr. 89/98. La 23 februarie 1999, Koipe a formulat o opoziție la înregistrarea mărcii solicitate pentru toate produsele pe care aceasta le desemna. Koipe și-a întemeiat cererea pe riscul de confuzie, astfel cum este prevăzut la articolul 8 alineatul (1) litera (b), la articolul 8 alineatul (2) litera (c) și la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94, între marca solicitată și marca figurativă

anterioară ce aparținea Koipe, Carbonell, (denumită în continuare „marca anterioară" sau „marca Carbonell"), reprodusă mai jos:



6. Divizia de opoziție a OAPI a reținut că Koipe a dovedit în mod suficient existența numai a trei mărci spaniole și a unei mărci comunitare în ceea ce privește „uleiul de măsline" (denumite în continuare „mărcile spaniole anterioare")[5]. Divizia de opoziție a respins opoziția formulată de Koipe prin Decizia nr. 2084/2000 din 21 septembrie 2000.

7. La 19 ianuarie 2001, Koipe a introdus recurs la OAPI împotriva deciziei diviziei de opoziție. La 11 mai 2004, Camera a patra de recurs a OAPI a respins recursul adoptând decizia contestată și, în conformitate cu abordarea reflectată în decizia diviziei de opoziție, a confirmat că impresia vizuală produsă de respectivele semne era în mod global diferită. Aceasta a observat că elementele figurative compuse în esență din imaginea unei persoane șezând într-o livadă de măslini aveau doar un caracter distinctiv scăzut în privința uleiului de măsline, ceea ce a avut drept consecință acordarea unei importanțe primordiale elementelor verbale „La Española" și „Carbonell". În ceea ce privește compararea acestor semne pe plan fonetic și conceptual, Camera a patra de recurs a constatat că societatea Koipe nu a negat lipsa totală a unei coincidențe între elementele verbale, nici nivelul redus al legăturii conceptuale dintre semnele în conflict. În sfârșit, aceasta a recunoscut că divizia de opoziție ar fi trebuit să se pronunțe cu privire la notorietatea mărcilor spaniole anterioare. Totuși, camera a considerat că această apreciere, precum și examinarea documentației prezentate camerei de recurs pentru a demonstra notorietatea respectivă nu erau strict necesare, întrucât în niciun caz nu era îndeplinită una dintre condițiile prealabile pentru aprecierea unui risc de confuzie cu o marcă renumită sau notorie, și anume existența unei similitudini între semne.

III — Procedura în fața Tribunalului și hotărârea atacată

8. La 31 august 2004, Koipe a introdus la Tribunal o acțiune în anularea deciziei atacate. În susținerea cererii sale, Koipe a invocat (i) încălcarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și (ii) încălcarea obligației de a examina dovezile privind reputația mărcii anterioare.

5 — Pentru a dovedi existența mărcii anterioare, Koipe a invocat șase înregistrări spaniole, înregistrarea comunitară nr. 338 681, două înregistrări internaționale, precum și înregistrări naționale irlandeză, daneză, suedeză și britanică.

9. În primul rând, Tribunalul a remarcat că exista un diferend între părți în legătură cu înregistrările care trebuiau luate în considerare pentru a stabili existența dreptului de opoziție invocat de Koipe. OAPI și recurenta au susținut că, deoarece data la care cererea de înregistrare a mărcii comunitare nr. 338 681 („marca comunitară aparținând Koipe") a fost depusă de Koipe este ulterioară datei la care a fost depusă cererea de înregistrare a mărcii comunitare solicitate, camera de recurs nu trebuia să o ia în considerare. Totuși, Tribunalul a considerat că respectiva problemă nu este relevantă și a reținut că „[…] decizia atacată este esențialmente întemeiată pe lipsa similitudinii dintre elementul figurativ al mărcii Carbonell și cel al mărcii solicitate. Or, elementul figurativ al mărcii Carbonell este identic în toate înregistrările invocate de [Koipe], atât în cele luate în considerare de camera de recurs, cât și în cele pe care aceasta le-a înlăturat" [6].

10. În continuare, Tribunalul a examinat primul motiv al Koipe, în care aceasta invoca faptul că decizia contestată încalcă articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, întrucât nu a luat în considerare că mărcile în conflict erau în mod global similare la prima vedere și, prin urmare, puteau să creeze confuzie pe piață, și faptul că produsele desemnate de marca ce face obiectul cererii de înregistrare sunt identice cu produsele desemnate de marca anterioară.

6 — A se vedea punctul 48 din hotărârea atacată.

11. În consecință, la punctele 75-78 din hotărârea atacată, Tribunalul a statuat că, în decizia contestată, camera de recurs s-a limitat la a arăta că, pentru a-și susține concluzia privind caracterul distinctiv scăzut al elementelor figurative ale mărcilor în conflict, reprezentarea în cauză, constituită în esență din imaginea unei persoane șezând într-o livadă de măslini, nu este neobișnuită în domeniul uleiului de măsline. Elementele figurative sunt constituite în esență din imaginea unei persoane șezând într-o livadă de măslini. Cu toate acestea, Tribunalul a considerat că nicio precizare nu a fost făcută de camera de recurs referitor la motivele pentru care a concluzionat în sensul că elementele figurative prezentau un caracter distinctiv scăzut și că aceasta nu a citat nicio marcă, în afara celor în conflict, care cuprindea un element figurativ similar celui utilizat de acestea din urmă. La punctul 87 din hotărârea atacată, Tribunalul a reținut că în mod greșit a concluzionat camera de recurs că elementele figurative ale mărcilor în conflict prezentau un caracter distinctiv scăzut.

12. În plus, Tribunalul a statuat că în mod eronat a considerat camera de recurs că, în speță, compararea elementelor verbale ale mărcilor în conflict dobândea o importanță primordială având în vedere caracterul distinctiv scăzut al elementelor figurative ale respectivelor mărci, chiar dacă elementul verbal al mărcii La Española nu are în sine decât un caracter distinctiv scăzut [7].

7 — A se vedea punctele 88 și 89 din hotărârea atacată. La punctele 92 și 93 din hotărârea atacată, Tribunalul a afirmat că „OAPI însuși a avut o poziție contrară celei [susținute] în cadrul prezentei proceduri", întrucât, în alte proceduri de opoziție, a statuat că „expresia «la española» avea doar un caracter distinctiv scăzut, deoarece constituie o denumire curentă în sectorul alimentar și implică o referire la originea geografică a produselor".

13. În ceea ce privește similitudinea mărcilor și riscul de confuzie, la punctul 103 din hotărârea atacată, Tribunalul a reținut că „totalitatea elementelor comune celor două mărci în conflict produce o impresie vizuală globală de o similitudine ridicată, întrucât marca La Española reproduce cu o mare precizie esența mesajului și impresia vizuală transmise de marca Carbonell: femeia îmbrăcată în rochie tradițională, șezând într-un anumit mod, lângă o ramură de măslin, pe fundalul unei livezi de măslini, ansamblul având un aranjament aproape identic al spațiilor, al culorilor și al locurilor în care sunt scrise denumirile mărcilor și al modului în care este realizată această scriere". Tribunalul a considerat că, în mod inevitabil, această impresie globală similară creează pentru consumator un risc de confuzie între mărcile în conflict și că acest risc de confuzie nu este diminuat de existența unui element verbal diferit, deoarece elementul verbal al mărcii solicitate prezintă un caracter distinctiv foarte scăzut, având în vedere că face referire la originea geografică a produsului [8].

14. Prin urmare, Tribunalul a statuat că în mod eronat a concluzionat camera de recurs că este exclusă orice posibilitate de confuzie între mărcile în conflict. Dimpotrivă, din toate constatările Tribunalului rezultă că există un risc real de confuzie între respectivele mărci [9]. În consecință, Tribunalul a admis primul motiv al acțiunii invocând încălcarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 și a considerat că decizia în litigiu trebuie modificată fără să fie necesară examinarea celui de al doilea motiv [10].

IV — Recursul

15. Recurenta invocă două motive în susținerea recursului formulat. Primul motiv de recurs și primul aspect al celui de al doilea motiv ar trebui analizate împreună.

A — *Primul motiv și primul aspect al celui de al doilea motiv*

16. Prin intermediul *primului motiv de recurs*, *recurenta* susține că Tribunalul a considerat în mod eronat că, pentru aprecierea temeiniciei opoziției formulate de Koipe, nu este relevant să se stabilească ce mărci trebuie luate în considerare. Hotărârea atacată ar fi trebuit să excludă marca comunitară aparținând Koipe în temeiul faptului că nu este o marcă anterioară în sensul articolului 8 alineatul (2) litera (a) punctul (i) din Regulamentul nr. 40/94. Prin urmare, singurele mărci relevante erau mărcile spaniole anterioare. În consecință, întrebarea dacă există un risc de confuzie între marca solicitată și mărcile spaniole anterioare trebuie apreciată exclusiv prin referire la

8 — A se vedea punctele 104 și 105 din hotărârea atacată.
9 — A se vedea punctul 112 din hotărârea atacată.
10 — A se vedea punctele 113 și 114 din hotărârea atacată.

publicul din Spania, și anume locul unde sunt protejate mărcile anterioare aparținând Koipe, iar nu prin referire la publicul de pe întreg teritoriul comunitar.

17. *Koipe* și *OAPI* susțin, în esență, că recurenta acordă o importanță disproporționată modului de redactare a punctelor 47 și 48 din hotărârea atacată. Acestea susțin în esență că analiza de către Tribunal a existenței unui risc de confuzie între mărcile în conflict a fost efectuată, în fiecare etapă, numai în raport cu teritoriul spaniol și cu piața din Spania.

18. Prin intermediul *primului aspect al celui de al doilea motiv, recurenta* susține că, prin neidentificarea corectă a mărcilor anterioare, Tribunalul a delimitat în mod incorect publicul relevant și teritoriul relevant în vederea evaluării riscului de confuzie.

19. *Koipe* și *OAPI* susțin în esență că, în contextul evaluării unui risc de confuzie între mărcile în conflict, în mod corect Tribunalul a limitat la Spania analiza publicului relevant și a teritoriului relevant.

1. Apreciere

20. Opinăm că recurenta susține în mod corect că Tribunalul a săvârșit o eroare prin faptul că nu a delimitat în mod expres mărcile anterioare care trebuie luate în considerare în prezenta cauză. Mai exact, Tribunalul nu a exclus în mod expres marca comunitară aparținând Koipe dintre mărcile care trebuiau avute în vedere, în temeiul faptului că respectiva marcă nu era o marcă anterioară în sensul articolului 8 din Regulamentul nr. 40/94 [11].

21. Cu toate acestea, respectiva eroare nu pare să fi avut vreo influență decisivă asupra clasificării publicului vizat sau, de altfel, asupra soluției hotărârii atacate [12]. Într-adevăr, rezultă din hotărârea atacată că Tribunalul nu s-a referit la niciun alt public sau teritoriu în afara publicului spaniol și a teritoriului spaniol.

22. Rezultă că primul motiv și primul aspect al celui de al doilea motiv ar trebui respinse ca neîntemeiate.

11 — Întrucât este ulterioară cererii din 23 aprilie 1996 privind înregistrarea mărcii solicitate.

12 — A se vedea, în acest sens, Hotărârea din 30 septembrie 2003, Biret și Cie/Consiliul, C-94/02 P, Rec., p. I-10565, punctul 63.

B — *Al doilea aspect al celui de al doilea motiv de recurs*

23. Prin intermediul *celui de al doilea aspect al celui de al doilea motiv, recurenta* susține că, în pofida faptului că, potrivit jurisprudenței, „riscul de confuzie trebuie […] apreciat în mod global, luând în considerare toți factorii relevanți pentru împrejurările cauzei” [13], în hotărârea atacată, Tribunalul nu a luat în considerare doi factori extrem de importanți și de pertinenți, și anume: (i) coexistența anterioară a mărcilor pe o perioadă îndelungată și (ii) notorietatea mărcii solicitate și a mărcilor spaniole anterioare.

24. În al doilea rând, recurenta consideră că hotărârea atacată a examinat mărcile în conflict nu în temeiul criteriului unei „evaluări globale” sau al unei „impresii de ansamblu”, ci potrivit unei abordări separate, succesive și analitice a elementelor constitutive ale mărcilor compuse, încălcând astfel chiar articolul 8 alineatul (1) litera (b) și jurisprudența de interpretare a acestuia. Astfel, prin acordarea unei importanțe decisive elementelor figurative și prin negarea oricărei importanțe a elementelor verbale ale mărcii, Tribunalul a denaturat faptele și elementele de probă din dosar.

25. În al treilea rând, potrivit recurentei și OAPI, Tribunalul nu a evaluat în mod corect publicul relevant, întrucât a stabilit că profilul consumatorului mediu din Spania de ulei de măsline se apropie mai mult de modelul consumatorului mediu utilizat în jurisprudența germană, și anume „un consumator neglijent și nechibzuit”, decât de modelul consumatorului european definit de jurisprudența comunitară, și anume „consumatorul normal informat și suficient de atent și de avizat” [14]. În plus, hotărârea atacată prezumă un nivel mai scăzut de atenție din partea consumatorilor în ceea ce privește mărcile de ulei de măsline, în loc să prezume nivelul de atenție acordat în mod normal uleiului de măsline de către consumatorul mediu spaniol care este normal informat și suficient de atent și de avizat.

26. Cu toate acestea, *Koipe* susține că Tribunalul a aplicat criteriul evaluării globale într-un mod adecvat, întrucât a evaluat în mod corect existența unui risc de confuzie, luând în considerare toți factorii relevanți ai cauzei, inclusiv faptul că deși mărcile au coexistat pe piața din Spania, acestea nu au coexistat în mod amiabil. Într-adevăr, potrivit jurisprudenței în materie, nu toate elementele constitutive ale unei mărci au aceeași valoare sau importanță. În consecință, decizia Tribunalului de a considera elementul figurativ ca fiind decisiv, concluzionând că exista un risc de confuzie între mărcile în conflict, ținând totuși seama de elementul verbal, nu încalcă jurisprudența comunitară în materia mărcilor. Tribunalul nu s-a îndepărtat de la criteriile stabilite privind evaluarea unui

13 — A se vedea Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL, C-251/95, Rec., p. I-6191, punctul 22, și Hotărârea din 12 ianuarie 2006, Ruiz-Picasso și alții/OAPI, C-361/04 P, Rec., p. I-643, punctul 18.

14 — Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Rec., p. I-3819, punctul 26.

asemenea risc. În ceea ce privește argumentele recurentei privind clasificarea considerată incorectă a consumatorului spaniol de ulei de măsline, Koipe susține că acestea sunt doar afirmații privind faptele, inadmisibile în etapa recursului.

27. *OAPI* este de părere că, în primul rând, omisiunea Tribunalului de a lua în considerare coexistența mărcilor pe teritoriul relevant și notorietatea mărcii solicitate în Spania nu a avut o influență decisivă asupra rezultatului hotărârii atacate. În al doilea rând, OAPI susține că Tribunalul a comparat semnele în conflict numai pe baza elementelor figurative, având în vedere caracterul nesemnificativ al celorlalți factori, dar lasă decizia cu privire la acest aspect la discreția Curții, indicând doar două posibile soluții ale recursului.

Apreciere

28. În ceea ce privește argumentul recurentei privind problema coexistenței mărcilor în conflict, rezultă în mod evident din documentele prezentate Curții că o asemenea coexistență a acelor mărci nu a fost în niciun caz „amiabilă". Rezultă că titularii mărcii Carbonell au formulat numeroase acțiuni în instanță, adresate, printre altele, instanțelor spaniole, împotriva mărcii La Española, prin care solicitau anularea sau refuzul înregistrării mărcii respective [15].

29. Rezultă din documentele și din observațiile prezentate Curții că, în esență, instanțele spaniole s-au pronunțat constant în favoarea argumentației recurentei și că acestea au permis, așadar, o situație în care mărcile în conflict aveau în mod efectiv dreptul să coexiste pe piața spaniolă [16]. În opinia noastră, chiar dacă se prezumă că s-a stabilit coexistența mărcilor pe piața spaniolă, recurenta nu a dovedit în mod corespunzător că o asemenea coexistență s-a bazat pe lipsa unui risc de confuzie [17].

30. În al doilea rând, în ceea ce privește problema notorietății, este suficient să se amintească faptul că, în principiu, notorietatea mărcii anterioare, iar nu notorietatea a mărcii solicitate, este cea care trebuie luată în considerare pentru a stabili dacă similitudinea dintre produsele sau serviciile desemnate de

15 — Pe baza similitudinii reprezentării figurative a mărcilor în conflict.

16 — Într-o serie de hotărâri, Tribunalul a statuat că nu se poate exclude în totalitate ca o coexistență a mărcilor pe piață să poată diminua eventual riscul de confuzie. A se vedea Hotărârea din 11 mai 2005, Grupo Sada/OAPI-Sadia (GRUPO SADA), T-31/03, Rec., p. I-10001, punctul 86, Hotărârea din 25 octombrie 2006, Castell del Remei/OAPI-Bodegas Roda (ODA), T-13/05, Rec., p. II-85, și Hotărârea din 11 decembrie 2007, Portela & Companhia/OAPI-Torrens Cuadrado și Sanz (Bial), T-10/06, Rep., p. II-166.

17 — Prin urmare, nu s-a statuat că publicul relevant cunoaște faptul că mărcile în conflict aparțin unor întreprinderi diferite.

cele două mărci este suficientă pentru a genera un risc de confuzie [18].

31. În opinia noastră, în cadrul hotărârii atacate, Tribunalul a omis să aprecieze relevanța coexistenței mărcilor și a notorietății mărcii solicitate în privința riscului de confuzie. Cu toate acestea, prin prisma considerațiilor noastre din cadrul punctelor 29 și 30 de mai sus, omisiunea Tribunalului nu justifică respingerea hotărârii atacate. Având în vedere faptul că nu s-a dovedit că coexistența mărcilor în conflict s-a bazat pe lipsa unui risc de confuzie și că, în principiu, notorietatea sau lipsa notorietății mărcii Carbonell, iar nu cea a mărcii La Española, trebuie examinată pentru aprecierea riscului de confuzie, rezultatul hotărârii atacate nu a fost afectat de omisiunea Tribunalului.

32. Opinăm că aspectul crucial al prezentului recurs constă în interpretarea și în aplicarea, considerate incorecte, ale articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 40/94 (în special cu privire la diferențele pe plan vizual între elementele verbale ale denumirilor mărcilor în cauză) de către Tribunal.

33. În legătură cu acest aspect, considerăm că se cuvine să citățm practica jurisprudențială uzuală, astfel cum a fost rezumată cu atenție de Curte în cauza OAPI/Shaker [19], în care Curtea a statuat că „trebuie amintit că, în conformitate cu [articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 40/94], la opoziția titularului unei mărci anterioare, se respinge înregistrarea mărcii solicitate atunci când, din cauza identității sau a asemănării sale cu marca anterioară și din cauza identității sau a asemănării produselor sau a serviciilor pe care le desemnează cele două mărci, există un risc de confuzie în percepția publicului de pe teritoriul în care este protejată marca anterioară. Un astfel de risc de confuzie presupune riscul de asociere cu marca anterioară.”

34. În aceeași hotărâre, Curtea a statuat că „[referitor la] acest aspect, legiuitorul a precizat, în al șaptelea considerent al Regulamentului nr. 40/94, că aprecierea riscului de confuzie depinde de numeroși factori și în special de cunoașterea mărcii pe piață, de asocierea care poate fi făcută între semnul folosit sau înregistrat, de gradul de similitudine între marcă și semn, precum și între produsele sau serviciile desemnate” [20].

35. Potrivit unei jurisprudențe constante, reiese că, „în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, constituie risc de confuzie riscul că publicul poate să creadă că produsele sau serviciile în cauză

18 — A se vedea în acest sens Hotărârea din 29 septembrie 1998, Canon, C-39/97, Rec., p. I-5507, punctul 24.

19 — Hotărârea din 12 iunie 2007, OAPI/Shaker, C-334/05 P, Rep., p. I-4529, punctul 31. A se vedea de asemenea Hotărârea din 20 septembrie 2007, Nestlé/OAPI, C-193/06 P, punctul 31.

20 — Hotărârea OAPI/Shaker, citată la nota de subsol 19, punctul 32.

provin de la aceeași întreprindere sau, eventual, de la întreprinderi legate din punct de vedere economic” [21].

36. În plus, existența unui risc de confuzie în percepția publicului trebuie apreciată în mod global, ținând seama de toți factorii relevanți ai cauzei [22].

37. Mai mult, aprecierea globală a riscului de confuzie trebuie să se întemeieze, în ceea ce privește similitudinea vizuală, auditivă sau conceptuală a mărcilor în cauză, pe impresia de ansamblu produsă de acestea, ținând cont în special de elementele lor distinctive și dominante. Percepția pe care consumatorul mediu al produselor sau al serviciilor în cauză o are asupra mărcilor joacă un rol determinant în aprecierea globală a riscului amintit. În această privință, consumatorul mediu percepe o marcă în mod normal ca un tot și nu face o examinare a diferitelor detalii ale acesteia [23].

38. În sfârșit, Curtea a statuat că, „pentru a se aprecia gradul de similitudine existent între mărcile vizate, trebuie să se determine gradul lor de similitudine vizuală, auditivă și conceptuală și, eventual, să se evalueze importanța care trebuie acordată acestor elemente diferite, ținând cont de categoria de produse sau de servicii în cauză și de condițiile în care sunt comercializate” [24].

39. În ceea ce privește hotărârea atacată, la punctul 87, Tribunalul a conchis în primul rând că, contrar celor reținute în decizia contestată, trebuia să se acorde o mai mare importanță elementelor figurative ale mărcilor în conflict și a statuat că aceste mărci nu aveau un caracter distinctiv scăzut.

40. În al doilea rând, la punctele 88-93 din hotărârea atacată și, de asemenea, contrar celor reținute în decizia contestată, Tribunalul a atribuit o importanță mai scăzută elementului verbal al mărcii La Española și a statuat că acesta nu avea caracter dominant.

41. În continuare, Tribunalul a examinat similitudinea mărcilor în conflict și riscul de confuzie.

21 — A se vedea Hotărârea OAPI/Shaker, citată la nota de subsol 19, punctul 33, și Hotărârea Nestlé/OAPI, citată la nota de subsol 19, punctul 32 și jurisprudența citată.

22 — A se vedea Hotărârea OAPI/Shaker, citată la nota de subsol 19, punctul 34, și Hotărârea Nestlé/OAPI, citată la nota de subsol 19, punctul 33.

23 — A se vedea Hotărârea OAPI/Shaker, citată la nota de subsol 19, punctul 35, și Hotărârea Nestlé/OAPI, citată la nota de subsol 19, punctul 34.

24 — A se vedea Hotărârea OAPI/Shaker, citată la nota de subsol 19, punctul 36.

42. La punctul 98 din hotărârea atacată, Tribunalul a reamintit jurisprudența sa, potrivit căreia două mărci sunt similare atunci când, din punctul de vedere al publicului relevant, acestea sunt cel puțin parțial identice cu privire la unul sau la mai multe aspecte relevante [25]. La punctele 100-103 din hotărârea atacată, Tribunalul a efectuat o comparație din punct de vedere vizual a mărcilor în conflict.

43. În această privință, ar reieși că Tribunalul a examinat din punct de vedere vizual anumite aspecte ale prezentării denumirii mărcilor în cauză [26]. Tribunalul a afirmat că „denumirea mărcii figurează într-un chenar alb pe fond roșu situat în partea de jos a etichetei" și că „denumirea mărcii este scrisă cu litere albe de aceeași mărime pe fondul roșu al chenarului". Cu toate acestea, am dori să subliniem că Tribunalul nu a examinat și nu a comparat conținutul elementelor verbale ale denumirilor mărcilor în sine.

44. Mai mult, la punctul 103 din hotărârea atacată, Tribunalul a făcut din nou trimitere la denumirile mărcilor, dar numai cu referire la „locurile unde sunt înscrise denumirilor mărcilor și [...] modul în care este efectuată această înscriere". Încă o dată, Tribunalul a omis să examineze conținutul cuvintelor și diferențele pe plan vizual între cele două cuvinte.

45. Abia la punctul 105 din hotărârea atacată, Tribunalul s-a referit în mod efectiv la diferitele elemente verbale ale denumirilor mărcilor, dar a afirmat realmente că, întrucât „La Española" avea un caracter distinctiv foarte scăzut [27], această diferență nu diminuează riscul de confuzie. Cu toate acestea, Tribunalul nu a efectuat nicio comparație pe plan vizual a cuvintelor „La Española" și „Carbonell".

46. În sfârșit, la punctul 109 din hotărârea atacată, Tribunalul a statuat că diferențele fonetice între mărcile în conflict erau nerelevante pentru distingerea produselor.

47. Având în vedere cele de mai sus, considerăm că recurenta a afirmat în mod incorect

25 — Evocând Hotărârea din 23 octombrie 2002, Matratzen Concord/OAPI – Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Rec., p. II-4335, punctul 30, și Hotărârea din 7 septembrie 2006, L & D/OAPI+Sämann (Aire Limpio), T-168/04, Rec., p. II-2699, punctul 91.

26 — A se vedea punctul 100 din hotărârea atacată.

27 — În măsura în care se referă la originea geografică a produselor.

că, în cadrul aprecierii globale a mărcilor în conflict, Tribunalul a omis să examineze elementele verbale ale acestor mărci. Este evident că Tribunalul a efectuat o anumită evaluare a denumirilor mărcilor.

48. Cu toate acestea, recurenta susține de asemenea că, în analiza cu privire la riscul de confuzie pe care a efectuat-o, Tribunalul a denaturat faptele și probele din dosarul care i-a fost prezentat.

49. În această privință, potrivit articolului 225 alineatul (1) CE și potrivit articolului 58 alineatul (1) din Statutul Curții de Justiție, recursul se limitează la aspecte de drept. Prin urmare, Tribunalul este singurul competent să constate faptele pertinente, precum și să aprecieze elementele de probă. Aprecierea acestor fapte și elemente de probă nu constituie, așadar, cu excepția cazului denaturării acestora, o chestiune de drept supusă ca atare controlului Curții în cadrul unui recurs [28]. O asemenea denaturare trebuie să rezulte în mod evident din documentele aflate la dosarul prezentat Curții, fără să fie necesar să se efectueze o nouă apreciere a faptelor și a probelor [29].

50. Deși, la prima vedere, ar părea că Tribunalul a efectuat o analiză globală a riscului de confuzie între mărcile în conflict, suntem de părere că Tribunalul a luat în considerare în mod efectiv numai denumirea mărcii „La Española” [30] în cadrul respectivei aprecieri. Cu toate acestea, pe lângă recunoașterea, la punctul 105, că elementul verbal este diferit, hotărârea atacată nu conține nicio apreciere expresă privind caracterul distinctiv sau lipsa acestuia referitoare la denumirea mărcii „Carbonell”. Prin urmare, considerăm că Tribunalul nu a comparat în mod adecvat conținutul elementelor verbale ale denumirilor mărcilor „Carbonell” și „La Española”.

51. Rezultă din lectura punctelor 94-112 din hotărârea atacată referitoare la analiza similitudinii mărcilor și la riscul de confuzie că, pentru aprecierea elementelor verbale ale mărcilor în conflict, Tribunalul a ignorat

28 — A se vedea în special Hotărârea din 19 septembrie 2002, DKV/OAPI, C-104/00 P, Rec., p. I-7561, punctul 22, Hotărârea din 12 ianuarie 2006, Deutsche SiSi-Werke/OAPI, C-173/04 P, Rec., p. I-551, punctul 35, și Hotărârea din 22 iunie 2006, Storck/OAPI, C-25/05 P, Rec., p. I-5719, punctul 40.

29 — A se vedea Hotărârea din 28 mai 1998, New Holland Ford/Comisia, C-8/95 P, Rec., p. I-3175, punctul 72, Hotărârea din 6 aprilie 2006, General Motors/Comisia, C-551/03 P, Rec., p. I-3173, punctul 54, și Hotărârea din 21 septembrie 2006, JCB Service/Comisia, C-167/04 P, Rec., p. I-8935, punctul 108.

30 — Mai exact, la punctul 92 din hotărârea atacată, Tribunalul a considerat că „La Española” are numai un caracter distinctiv foarte scăzut.

conținutul elementului verbal al denumirii mărcii „Carbonell” și a efectuat o comparație parțială, așadar, incorectă a celor două denumiri ale mărcilor în conflict [31]. Considerăm că această omisiune a condus la o denaturare a faptelor și a probelor din dosar.

52. În același timp, omisiunea Tribunalului menționată mai sus a condus, în opinia noastră, la o eroare de drept cu privire la interpretarea și la aplicarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 40/94.

53. Adăugăm în această privință faptul că, deși Tribunalul a considerat conținutul elementelor verbale ale denumirilor mărcilor „Carbonell” și „La Española” ca fiind nedominant și/sau de importanță mai redusă, acesta era totuși obligat, cu condiția să nu fi considerat acele elemente neglijabile [32], să compare conținutul elementelor verbale ale denumirilor mărcilor [33]. Cu privire la acest aspect, în cauza Medion [34], de exemplu, Curtea a considerat că un risc de confuzie era generat de o componentă nedominantă.

54. Mai mult, Tribunalul nu a furnizat niciun motiv expres referitor la motivul pentru care nu a comparat în mod direct conținutul elementelor verbale ale denumirilor mărcilor (cu alte cuvinte, denumirile mărcilor „Carbonell” și „La Española”) în contextul comparației pe plan vizual a mărcilor în conflict.

55. În plus, suntem de acord de asemenea cu recurenta și cu OAPI că – în pofida faptului că a citat, la punctul 107 din hotărârea atacată, jurisprudența adecvată privind criteriul consumatorului mediu „normal informat, suficient de atent și de avizat” care trebuie aplicat în contextul unei aprecieri globale – Tribunalul de Primă Instanță a aplicat de fapt

31 — În opinia noastră, caracterul distinctiv scăzut al termenilor „la española” nu este suficient în mod evident pentru a justifica o lipsă a comparației a acestei denumiri cu marca anterioară „Carbonell” din punct de vedere vizual.

32 — A se vedea, în acest sens, Hotărârea OAPI/Shaker, citată la nota de subsol 19, punctele 41 și 42. În cadrul acestor puncte, Curtea a statuat, printre altele, că, în contextul examinării existenței unui risc de confuzie, aprecierea similitudinii dintre două mărci trebuie efectuată prin examinarea în ansamblu a fiecăreia dintre mărcile în conflict. Doar dacă toate celelalte componente ale mărcii sunt neglijabile, aprecierea similitudinii poate fi efectuată exclusiv pe baza elementului dominant.

33 — A se vedea în acest sens punctul 45 de mai sus cu privire la „La Española”.

34 — Hotărârea din 6 octombrie 2005, Medion, C-120/04, Rec., p. I-8551, punctul 32 și următoarele.

un criteriu care seamănă mai mult cu cel al unui consumator excesiv de neglijent.

56. În opinia noastră, aprecierea de către Tribunal a consumatorului relevant [35] nu este conformă jurisprudenței care stabilește că un consumator mediu este „normal informat, suficient de atent și de avizat".

57. Considerăm că era ilogic ca Tribunalul să afirme că un consumator mediu „normal informat, suficient de atent și de avizat" nu ar observa adevăratul conținut al elementelor verbale ale denumirilor mărcilor în conflict, cu atât mai mult cu cât mărimea acestora și importanța în cadrul semnelor în conflict nu sunt neglijabile.

58. În sfârșit, în ceea ce privește argumentul procedural al OAPI, potrivit căruia Tribunalul nu are competența să pronunțe o hotărâre contrară deciziei contestate a unui organ comunitar și potrivit căruia Tribunalul poate doar să anuleze o asemenea decizie, este suficient să se amintească faptul că, potrivit articolului 63 alineatul (3) din Regulamentul nr. 40/94 și articolului 135 din Regulamentul de procedură al Tribunalului, acesta din urmă poate să modifice decizia camerei de recurs și, în temeiul articolului 63 alineatul (6) din același regulament, OAPI are obligația de a lua toate măsurile necesare pentru executarea hotărârii Curții de Justiție [36].

59. În conformitate cu cele ce precedă, considerăm că Tribunalul a denaturat faptele și probele din dosarul care i-a fost prezentat și a încălcat articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul (CE) nr. 40/94 și, în consecință, hotărârea atacată trebuie anulată.

60. În prezenta cauză, considerăm că, în conformitate cu a doua teză a articolului 61 alineatul (1) al doilea paragraf din Statutul Curții de Justiție, Curtea ar trebui să trimită cauza spre rejudecare Tribunalului, astfel încât acesta să efectueze o evaluare a faptelor (o nouă comparație a mărcilor în conflict), procedând la o evaluare globală a semnelor în cauză.

35 — Mai exact, la punctul 109 din hotărârea atacată, Tribunalul a statuat că „uleiul de măsline cel mai adesea este cumpărat din supermaketuri sau din unități în care produsele sunt aliniate pe rafturi […] [și, prin urmare,] consumatorul se ghidează mai mult după o impresie decât după o comparare directă a diferitelor mărci și adesea nu citește toate indicațiile prevăzute pe fiecare recipient de ulei de măsline. În cele mai multe cazuri, acesta se limitează să aleagă o sticlă a cărei etichetă îi produce impactul vizual al mărcii pe care o caută. [În consecință,] elementul figurativ al mărcilor în conflict este cel care dobândește o importanță sporită […]"

36 — A se vedea, de exemplu, Hotărârea din 18 octombrie 2007, AMS/OAPI-American Medical Systems (AMS Advanced Medical Services), T-425/03, Rep., p. II-4265, punctul 15 și jurisprudența citată.

V — Concluzie

61. În consecință, în opinia noastră, Curtea ar trebui:

1) să anuleze hotărârea pronunțată în cauza Koipe/OAPI-Aceites del Sur (La Española), T-363/04;

2) să retrimită cauza Tribunalului de Primă Instanță al Comunităților Europene spre rejudecare;

3) să soluționeze cererea privind cheltuielile de judecată odată cu fondul.