HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a cincea)

4 martie 2010*

În cauza T-24/08,

Weldebräu GmbH & Co. KG, cu sediul în Plankstadt (Germania), reprezentată de W. Göpfert, avocat,

reclamantă,

împotriva

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

pârât,

* Limba de procedură: engleza.

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

Kofola Holding a.s., cu sediul în Ostrava (Republica Cehă), reprezentată de S. Hejdová și de R. Charvát, avocați,

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a OAPI din 15 noiembrie 2007 (cauza R 1096/2006-4), privind o procedură de opoziție între Weldebräu GmbH & Co. KG și Kofola Holding a.s.,

TRIBUNALUL (Camera a cincea),

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

grefier: domnul N. Rosner, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 16 ianuarie 2008,

având în vedere memoriul în răspuns al OAPI depus la grefa Tribunalului la 13 mai 2008,

având în vedere memoriul în răspuns al intervenientei depus la grefa Tribunalului la 14 mai 2008,

în urma ședinței din 29 octombrie 2009,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

1 La 23 septembrie 2003, intervenienta, Kofola Holding a.s., a formulat o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), în temeiul Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146), cu modificările ulterioare [înlocuit de 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 tridimensional care corespunde descrierii „o sticlă de formă cilindrică cu gât îngust și elicoidal, purtând inscripția «snipp» pe partea cilindrică a acesteia” și reprodusă mai jos:



3 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea sunt din clasele 30, 32 și 33 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare, și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

— clasa 30: „Cafea, ceai, cacao, cafea artificială, siropuri, siropuri vegetale, cofetărie, băuturi pe bază de ciocolată, băuturi pe bază de cacao, băuturi pe bază de cafea, băuturi pe bază de ceai verde, arome pentru băuturi, altele decât uleiuri esențiale, sirop de melasă”;

— clasa 32: „Băuturi nealcoolice, băuturi nealcoolice pe bază de fructe, extracte din fructe (nealcoolice), nectaruri de fructe, sucuri din fructe, apă minerală, băuturi efervescente, esențe pentru fabricarea băuturilor, siropuri, bere”;

— clasa 33: „Băuturi alcoolice”.

4 Cererea de înregistrare a unei mărci comunitare a fost publicată în *Buletinul mărcilor comunitare* nr. 2004/033 din 16 august 2004.

5 La 16 noiembrie 2004, reclamanta, Weldebräu GmbH & Co. KG, a formulat opoziție împotriva înregistrării mărcii solicitate pentru produsele menționate la punctul 3 de mai sus, în temeiul articolului 42 din Regulamentul nr. 40/94 (devenit articolul 41 din Regulamentul nr. 207/2009).

6 Opoziția s-a întemeiat pe marca comunitară tridimensională anterioară constând în forma unei sticle, înregistrată la 16 noiembrie 2000 sub numărul 690 016 și reprodusă mai jos:



7 Produsele acoperite de marca anterioară sunt din clasele 21, 32 și 33 și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarei descrieri:

— clasa 21: „Recipiente din sticlă, sticle, stacană și căni (din metale nepreționase)”;

— clasa 32: „Bere, ape minerale și gazoase, băuturi și sucuri din fructe; siropuri și alte produse pentru prepararea băuturilor, ale, porter”;

— clasa 33: „Băuturi alcoolice (cu excepția berii), lichioruri, băuturi spirtoase, vinuri.”

8 Motivul invocat în sprijinul opoziției a fost cel menționat la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009].

9 La 26 iunie 2006, divizia de opoziție a respins opoziția.

10 La 14 august 2006, reclamanta a formulat recurs la OAPI împotriva deciziei diviziei de opoziție, în temeiul articolelor 57-62 din Regulamentul nr. 40/94 (devenite articolele 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009).

11 Prin Decizia din 15 noiembrie 2007 (denumită în continuare „decizia atacată”), Camera a patra de recurs a OAPI a respins recursul, apreciind, în esență, că, ținând cont de caracterul distinctiv mediu al mărcii anterioare și de diferențele importante dintre semnele în conflict, nu exista niciun risc de confuzie în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94 coroborat cu articolul 8 alineatul (2) literele (a) și (i) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 8 alineatul (2) literele (a) și (i) din Regulamentul nr. 207/2009] între mărcile în conflict în percepția consumatorului mediu din Uniunea Europeană.

Concluziile părților

12 Reclamanta solicită Tribunalului:

— anularea deciziei atacate;

— obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

13 OAPI solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

14 Intervenienta solicită Tribunalului:

— respingerea acțiunii;

— obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept

15 În susținerea acțiunii, reclamanta invocă un singur motiv, întemeiat pe încălcarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94. Aceasta apreciază că în mod greșit camera de recurs a înlăturat existența unui risc de confuzie, în sensul acestei dispoziții, între mărcile în conflict. OAPI și intervenienta susțin că este corectă constatarea camerei de recurs referitoare la lipsa unui astfel de risc.

16 Potrivit articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, la opoziția titularului unei mărci anterioare, se respinge înregistrarea mărcii solicitate atunci când, din cauza identității sau asemănării sale cu o marcă anterioară și din cauza identității sau asemănării produselor sau 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; riscul de confuzie presupune riscul de asociere cu marca anterioară.

17 Potrivit unei jurisprudențe constante, constituie risc de confuzie riscul ca publicul să creadă că produsele sau serviciile în cauză provin de la aceeași întreprindere sau, eventual, de la întreprinderi legate din punct de vedere economic. Potrivit aceleiași jurisprudențe, riscul de confuzie trebuie apreciat în mod global, în funcție de percepția pe care o are publicul relevant asupra semnelor și produselor în discuție, și ținând seama de toți factorii pertinenți din cauză, în special de interdependența dintre similitudinea semnelor și cea a produselor sau a serviciilor desemnate [a se vedea Hotărârea din 9 iulie 2003, Laboratorios RTB/OAPI – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec., p. II-2821, punctele 30-33 și jurisprudența citată].

18 În lumina acestor considerații trebuie examinat dacă în mod întemeiat a apreciat camera de recurs că nu exista niciun risc de confuzie între marca anterioară și marca solicitată.

19 În cauză, nu se contestă faptul că publicul pertinent este compus din consumatorii medii din Uniunea Europeană care sunt normal informați și suficient de atenți și de avizați.

20 Este de asemenea cert că, astfel cum a subliniat în mod întemeiat camera de recurs la punctul 26 din decizia atacată, produsele desemnate de marca solicitată care fac parte din clasele 32 și 33 sunt identice cu cele desemnate de marca anterioară care fac parte din aceleași clase și că produsele din clasa 30 vizate de marca solicitată sunt foarte asemănătoare cu produsele din clasele 32 și 33 acoperite de marca anterioară.

Cu privire la compararea semnelor în conflict

21 Potrivit unei jurisprudențe constante, aprecierea globală a riscului de confuzie trebuie să se întemeieze, în ceea ce privește similitudinea vizuală, fonetică sau conceptuală dintre mărcile în cauză, pe impresia de ansamblu produsă de acestea, ținând cont în special de elementele lor distinctive și dominante. Percepția asupra mărcilor pe care o are consumatorul mediu al produselor sau serviciilor în cauză are un rol determinant în aprecierea globală a riscului amintit. În această privință, consumatorul mediu percepe o marcă în mod normal ca pe un tot și nu face o examinare a diferitelor detalii ale acesteia [a se vedea Hotărârea Curții din 12 iunie 2007, OAPI/Shaker, C-334/05, Rep., p. I-4529, punctul 35 și jurisprudența citată, și Hotărârea Curții din 20 septembrie 2007, Nestlé/OAPI, C-193/06 P, nepublicată în Repertoriu, punctul 34, Hotărârea Tribunalului din 30 iunie 2004, BMI Bertollo/OAPI – Diesel (DIESELIT), T-186/02, Rec., p. II-1887, punctul 38].

22 În speță, sunt în conflict două semne tridimensionale care reprezintă sticle ce constau dintr-un corp de sticlă de formă cilindrică și un gât de formă elicoidală. În plus, semnul solicitat conține elementul „snipp” gravat pe partea inferioară a corpului sticlei, cu litere de dimensiuni mici de aceeași culoare cu sticla.

23 Astfel cum rezultă din constatările efectuate la punctul 28 din decizia atacată și necontestate de părți, nu se poate realiza nicio comparare fonetică în măsura în care marca anterioară nu conține niciun element verbal, iar elementul verbal „snipp”, de dimensiune redusă, gravat pe partea inferioară a semnului solicitat nu este susceptibil să aibă vreun efect asupra impresiei de ansamblu produse de marcă. O comparare conceptuală este de asemenea imposibilă, întrucât mărcile în conflict sunt lipsite de orice semnificație. Rezultă că mărcile în conflict nu pot fi comparate decât pe plan vizual.

24 La punctul 31 din decizia atacată, camera de recurs a apreciat că o comparare vizuală globală a celor două semne indică mai multe diferențe semnificative, întemeindu-se în special pe faptul că proporțiile dintre lungimea și lățimea sticlelor diferă, că semnul solicitat conține un element verbal care lipsește la semnul anterior și că formele gâturilor sticlelor prezintă deosebiri semnificative.

25 În această privință, deși nu se poate exclude faptul că elementul verbal „snipp” al mărcii solicitate, gravat cu aceeași culoare precum sticla, este greu perceptibil și că, prin urmare, nu poate avea vreun efect asupra impresiei de ansamblu produse de marcă și deși nu se poate ignora faptul că gâturile sticlelor semnelor în conflict sunt amândouă de formă elicoidală, distingându-se, așadar, de gâturile tradiționale, nu este mai puțin adevărat că din impresia vizuală de ansamblu rezultă mai multe diferențe semnificative între semnele în conflict, astfel cum în mod întemeiat a concluzionat camera de recurs.

26 Pe de o parte, în percepția consumatorilor medii, normal informați și suficient de atenți și de avizați, semnul anterior apare mai lung, mai fin și, prin urmare, mai delicat decât semnul solicitat, care are o siluetă mai mică, groasă și voluminoasă, care degajă o impresie de masivitate. În plus, forma corpului sticlei semnului solicitat este neregulată din cauza părții curbate, pe când cea a semnului anterior este dreaptă. Pe de altă parte, trebuie subliniat că gâturile, deși ambele sunt elicoidale, au spirale diferite. În timp ce gâtul semnului anterior este mai fin și compus numai din două spirale, cel al semnului solicitat este mai gros și este compus din cel puțin patru spirale.

27 Prin urmare, camera de recurs nu a săvârșit o eroare atunci când a constatat, la punctul 31 din decizia atacată, că faptul că gâtul celor două sticle poate fi descris ca fiind „de formă elicoidală" are o relevanță redusă, având în vedere diferențele mari existente între formele celor două gâturi.

28 Această apreciere nu poate fi contestată prin argumentele reclamantei întemeiate pe jurisprudența unor instanțe naționale și pe practica OAPI. Astfel, pe de o parte, jurisprudența instanțelor statelor membre nu constituie decât un element care, fără a fi determinant, poate fi doar luat în considerare în vederea înregistrării unei mărci comunitare [Hotărârea Tribunalului din 5 martie 2003, Unilever/OAPI (Tabletă ovoidă), T-194/01, Rec., p. II-383, punctul 68]. Pe de altă parte, în ceea ce privește practica decizională a OAPI, deciziile privind înregistrarea unui semn ca marcă comunitară adoptate de camerele de recurs în temeiul Regulamentului nr. 40/94 sunt emise în exercitarea unei competențe reglementate, iar nu a unei puteri discreționare. Prin urmare, legalitatea deciziilor camerelor de recurs trebuie apreciată numai în temeiul acestui regulament, astfel cum a fost interpretat de instanța comunitară, iar nu pe baza unei practici decizionale anterioare a camerelor de recurs [Hotărârea Curții din 26 aprilie 2007, Alcon/OAPI, C-412/05 P, Rep., p. I-3569, punctul 65, și Hotărârea Tribunalului din 24 noiembrie 2005, Sadas/OAPI – LTJ Difussion (ARTHUR ȘI FELICIE), T-364/04, Rec., p. II-4891, punctul 71].

29 Având în vedere considerațiile care precedă, camera de recurs a indicat în mod întemeiat existența unor diferențe semnificative între semne. Prin urmare, trebuie să se concluzioneze că nu există decât o similitudine vizuală foarte scăzută între semnele în conflict.

Cu privire la riscul de confuzie

30 Aprecierea globală a riscului de confuzie implică o anumită interdependență între factorii luați în considerare și, în special, între similitudinea mărcilor și cea a produselor sau serviciilor desemnate. Astfel, un grad scăzut de similitudine între produsele sau serviciile acoperite poate fi compensat printr-un grad ridicat de similitudine între mărci și invers [Hotărârea Curții din 23 septembrie 1998, Canon, C-39/97, Rec., p. I-5507, punctul 17, și Hotărârea Tribunalului din 14 decembrie 2006, Mast-Jägermeister/OAPI – Licorera Zacapaneca (VENADO avec cadre e.a.), T-81/03, T-82/03 și T-103/03, Rec., p. II-5409, punctul 74].

31 În speță, camera de recurs a apreciat, la punctul 24 din decizia atacată, că marca anterioară avea caracter distinctiv mediu. Reclamanta nu contestă această considerație, deși invocă faptul că această marcă posedă cel puțin un astfel de caracter datorită înfățișării sale unice și neobișnuite, consacrate în special prin diverse premii obținute pentru particularitatea sticlei. Pe de altă parte, este important de remarcat, asemenea camerei de recurs, că reclamanta nu a formulat niciun argument prin care să se demonstreze că marca sa ar fi dobândit caracter distinctiv printr-o utilizare intensă sau prin renumele său.

32 În măsura în care între semnele în conflict există diferențe semnificative, iar reclamanta nu a demonstrat de ce ar avea marca anterioară un caracter distinctiv ridicat, simplul fapt că cele două sticle sunt prevăzute cu un gât de formă elicoidală nu permite constatarea existenței unui risc de confuzie între mărcile în conflict, în pofida identității produselor în cauză.

33 Această concluzie nu poate fi repusă în discuție de argumentul reclamantei potrivit căruia impresia tactilă a mărcilor în conflict are un rol semnificativ în speță. În sfârșit, astfel cum menționează în mod întemeiat OAPI, din modalitățile de vânzare

a sticlelor – și anume, prezența lor ca produse etichetate în raioanele alimentare din marile magazine sau comandarea lor într-un bar sau într-un restaurant – rezultă că un consumator se va concentra în prealabil și în principal asupra elementelor verbale și figurative de pe etichetele acestora, cum ar fi denumirea mărcii, logoul și/sau alte elemente figurative care indică proveniența produsului.

34 În lumina acestor considerații, este necesar să se respingă singurul motiv invocat și, prin urmare, acțiunea în întregime.

Cu privire la cheltuielile de judecată

35 Potrivit articolului 87 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.

36 Întrucât reclamanta a căzut în pretenții, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată, conform concluziilor OAPI și ale intervenientei.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a cincea)

declară și hotărăște:

1) Respinge acțiunea.

2) Obligă Weldebräu GmbH & Co. KG la plata cheltuielilor de judecată.

Vilaras Prek Ciucă

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 4 martie 2010.

Semnături