

Cuestión prejudicial

¿Deben interpretarse los artículos 10, apartado 1, y 12, apartado 2, de la Directiva 89/104/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, Primera Directiva relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO L 40, p. 1) ⁽¹⁾, en el sentido de que una marca es objeto de un uso efectivo si es utilizada para designar mercancías (en el caso de autos, bebidas no alcohólicas) que el titular de la marca entrega gratuitamente a los compradores de otras mercancías (en el caso de autos, productos textiles) por él comercializadas tras la celebración del contrato de compraventa?

⁽¹⁾ DO L 40, p. 1.

Recurso de casación interpuesto el 16 de noviembre de 2007 por Philip Morris Products SA contra la sentencia dictada por el Tribunal de Primera Instancia (Sala Segunda) el 12 de septiembre de 2007 en el asunto T-140/06, Philip Morris Products/OAMI

(Asunto C-497/07 P)

(2008/C 22/52)

Lengua de procedimiento: francés

Partes

Recurrente: Philip Morris Products SA (representantes: T. van Innis y C.S. Moreau, abogados)

Otra parte en el procedimiento: Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos)

Pretensiones de la parte recurrente

- Que se anule la sentencia impugnada.
- Que se condene en costas a la Oficina.

Motivos y principales alegaciones

En su recurso de casación, la recurrente alega que el Tribunal de Primera Instancia infringió los artículos 4 y 7, apartado 1, letra b), del Reglamento (CE) n° 40/94, del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria ⁽¹⁾. A este respecto, reprocha al Tribunal de Primera Instancia, en primer lugar, que basara su apreciación en un prejuicio contra la categoría de marcas a la que pertenece la marca solicitada. En efecto, según la recurrente, al juzgar que los consumidores no suelen presumir el origen de los productos basándose en su forma o en la de su envase, el Tribunal de Primera Instancia realizó una afirmación fáctica que carece totalmente de base científica y desnaturaliza la percepción humana de los signos, en general, y de las formas, en particular.

En segundo lugar, la recurrente reprocha al Tribunal de Primera Instancia que realizara un análisis jurídico erróneo de la percepción de la marca por parte del público destinatario. La

recurrente sostiene que este error reside, por una parte, en el hecho de que el Tribunal de Primera Instancia sólo tuvo en cuenta el uso de la marca a través de su incorporación a un paquete de cigarrillos, cuando la forma de un envase para un producto determinado puede ofrecerse a la percepción del público en multitud de otras expresiones, como las representaciones gráficas o en tres dimensiones de la marca en los materiales promocionales. El error de apreciación cometido se refiere, por otra parte, al hecho de que, según la demandante, el Tribunal de Primera Instancia redujo el concepto de marca a la parte de ésta que es perceptible por un comprador potencial en el instante inmediatamente anterior a la compra, mientras que el público destinatario de una marca está constituido por todos aquellos que pueden hallarse frente a ella en el curso del uso normal de dicha marca, que encuentra su expresión tanto durante la promoción del producto antes de su adquisición como durante el uso o el consumo del producto una vez adquirido.

En tercer lugar, la recurrente invoca una contradicción en los motivos de la sentencia impugnada.

⁽¹⁾ DO 1994, L 11, p. 1.

Recurso de casación interpuesto el 16 de noviembre de 2007 por Aceites del Sur-Coosur, S.A., anteriormente Aceites del Sur, S.A. contra la sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Primera) dictada el 12 de septiembre de 2007 en el asunto T-363/04, Koipe Corporación, S.L./Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos)

(Asunto C-498/07 P)

(2008/C 22/53)

Lengua de procedimiento: español

Partes

Recurrente: Aceites del Sur-Coosur, S.A., anteriormente Aceites del Sur, S.A. (representante: J.-M. Otero Lastres, abogado)

Otras partes en el procedimiento: Koipe Corporación, S.L. y Oficina de Armonización del Mercado Interior (Marcas, Dibujos y Modelos)

Pretensiones

- Que se tenga por interpuesto en tiempo y forma recurso de casación contra la sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Primera) de 12 de septiembre de 2007 en el asunto T-363/04 por vulneración del Derecho Comunitario;
- Que, de acuerdo con el artículo 61 del Estatuto del Tribunal de Justicia y del 113 del Reglamento de Procedimiento, se sirva estimar el recurso y, en consecuencia, anular totalmente la citada resolución del Tribunal de Primera Instancia;