

HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera a șasea)

15 septembrie 2011 *

În cauza T-427/09,

centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG, cu sediul în Blaubeuren (Germania), reprezentată de O. Löffel, avocat,

reclamantă,

împotriva

Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de domnul G. Schneider și doamna R. Manea, în calitate de agenți,

pârât,

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

Centrotherm Systemtechnik GmbH, cu sediul în Brilon (Germania), reprezentată de J. Albrecht și de U. Vormbrock, avocați,

* Limba de procedură: germana.

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei a patra de recurs a OAPI din 25 august 2009 (cauza R 6/2008-4) privind o procedură de decădere din drepturile asupra mărcii între centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG și Centrotherm Systemtechnik GmbH

TRIBUNALUL (Camera a șasea),

compus din domnii E. Moavero Milanesi, președinte, N. Wahl (raportor) și S. Soldevila Fragoso, judecători,

grefier: doamna T. Weiler, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 22 octombrie 2009,

având în vedere memoriile în răspuns al OAPI și al intervenientei, depuse la grefa Tribunalului la 26 ianuarie 2010,

având în vedere solicitările părților privind desfășurarea unei ședințe,

având în vedere Ordonanța din 30 martie 2011 privind conexarea cauzelor T-427/09 și T-434/09 pentru buna desfășurare a procedurii orale,

în urma ședinței din 5 mai 2011,

pronunță prezenta

Hotărâre

Istoricul cauzei

- 1 La 7 septembrie 1999, intervenienta, Centrotherm Systemtechnik GmbH, 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 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 s-a solicitat este semnul verbal CENTROTHERM.
- 3 Produsele și serviciile pentru care s-a solicitat înregistrarea fac parte din clasele 11, 17, 19 și 42 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor, din 15 iunie 1957, cu revizuirile și cu modificările ulterioare, și corespund, pentru fiecare dintre aceste clase, următoarelor descrieri:
 - clasa 11: „Conducte de eșapament pentru încălzire, țevi pentru conducerea gazelor spre coș, conducte pentru cazane de încălzire; aplice pentru lămpile cu gaz;

piese mecanice pentru instalații de încălzire, de aer condiționat, de producere a aburilor, de uscare și de ventilare; aparate pentru filtrarea aerului și piese pentru acestea; piese mecanice pentru instalații de gaz; robinete pentru țevărie; exhaustoare pentru coșuri”;

- clasa 17: „Racorduri pentru țevi, manșoane pentru țevi, armături pentru conducte, țevi, articolele menționate anterior nemetalice; garnituri, materiale de rostuit; materiale de etanșare, materiale de umplutură, materiale izolante; materiale plastice prelucrate parțial; articole din materiale plastice cuprinse în clasa 17”;

- clasa 19: „Materiale de construcții; țevi, canalizare, în special pentru construcții; canalizare pentru apă, țevi de derivație; armături pentru construcții; piese pentru acoperirea zidurilor, panouri pentru construcții, panouri; prelungitoare pentru coșuri de fum; țevi pentru coșuri de fum, apărătoare metalice pentru coșuri de fum, olane metalice pentru coșuri de fum, polițe de șemineu, articolele menționate nemetalice”;

- clasa 42: „Consiliere în domeniul construcțiilor, planificare în domeniul construcțiilor, planificarea tehnică a proiectelor; lucrări de inginerie (expertize tehnice)”.

- 4 La 19 ianuarie 2001, marca CENTROTHERM a fost înregistrată ca marcă comunitară pentru produsele și serviciile vizate la punctul 3 de mai sus.

- 5 La 7 februarie 2007, reclamanta, centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG, a depus la OAPI, în temeiul articolului 15 și al articolului 50 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 [devenite articolul 15 și articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009], o cerere de decădere din drepturile asupra mărcii CENTROTHERM pentru toate produsele și serviciile înregistrate.

- 6 Cererea de decădere a fost notificată la 15 februarie 2007 intervenientei, care a fost invitată să prezinte eventuale observații și dovezi ale utilizării serioase a mărcii în litigiu într-un termen de trei luni.

- 7 În observațiile din 11 mai 2007, intervenienta a contestat cererea de decădere și, pentru dovedirea utilizării serioase a mărcii sale, a prezentat următoarele elemente:
 - 14 fotografii numerice;

 - 4 facturi;

 - o declarație intitulată „eidesstattliche Versicherung” (declarație pe proprie răspundere) întocmită de domnul W., în calitate de administrator al intervenientei.

- 8 Intervenienta a declarat că deține numeroase alte copii de facturi pe care renunța să le prezinte, pentru moment, din motive de confidențialitate. Afirmând că poate prezenta alte documente, aceasta a rugat divizia de anulare a OAPI să adopte o măsură procedurală în consecință, în cazul în care ar dori ca alte dovezi și documente individuale să fie depuse la dosar.

- 9 La 30 octombrie 2007, divizia de anulare a pronunțat decăderea din drepturile asupra mărcii CENTROTHERM, constatând că elementele furnizate de intervenientă nu erau suficiente pentru a demonstra utilizarea serioasă a mărcii menționate.

- 10 La 14 decembrie 2007, intervenienta a formulat o cale de atac împotriva acestei decizii, pe care Camera a patra de recurs a OAPI a admis-o în parte prin Decizia din 25 august 2009 (denumită în continuare „decizia atacată”).

- 11 Camera de recurs a anulat decizia diviziei de anulare și a respins cererea de decădere pentru produsele „conducte de eșapament pentru încălzire, țevi pentru conducerea gazelor spre coș, conducte pentru cazane de încălzire; aplice pentru lămpile de gaz; piese mecanice pentru instalații de încălzire; piese mecanice pentru instalații de gaz; robinete pentru țevărie; exhaustoare pentru coșuri”, aparținând clasei 11, „racorduri pentru țevi, manșoane pentru conducte, armături pentru conducte, țevi, articolele menționate anterior nemetalice”, aparținând clasei 17, și „țevi, canalizare, în special pentru construcții; țevi de derivație; țevi pentru coșuri de fum”, aparținând clasei 19. Camera de recurs a respins calea de atac cu privire la restul motivelor.
- 12 În special, camera de recurs a considerat că a fost adusă dovada utilizării serioase a mărcii CENTROTHERM pentru produsele menționate la punctul 11 de mai sus în perioada de cinci ani care a precedat data introducerii cererii de decădere, 7 februarie 2007 (în continuare, „perioada relevantă”), în măsura în care fotografiile furnizate de intervenientă demonstau natura utilizării mărcii, iar facturile prezentate atestau comercializarea produselor menționate sub marca în litigiu.

Concluziile părților

- 13 Reclamanta solicită Tribunalului:

- anularea deciziei atacate în măsura în care a respins cererea de decădere din drepturile asupra mărcii CENTROTHERM;

- obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.

14 OAPI și intervenienta solicită Tribunalului:

- respingerea acțiunii;

- obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

În drept*Argumentele părților*

- 15 În susținerea acțiunii, reclamanta invocă un motiv unic, întemeiat pe aprecierea eronată a elementelor de probă. Considerând că dovezile prezentate de intervenientă erau suficiente pentru a dovedi utilizarea serioasă a mărcii în litigiu, camera de recurs ar fi încălcat articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009, precum și norma 40 alineatul (5) și norma 22 alineatele (2) și (3) 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.
- 16 În opinia reclamantei, aprecierea reținută de camera de recurs nu respectă cerințele impuse de dispozițiile relevante și de jurisprudență, respectiv dovedirea naturii, a locului, a timpului și a importanței utilizării unei mărci. În esență, reclamanta afirmă că fotografiile nu sunt date, că facturile nu menționează marca în litigiu, ci denumirea socială a intervenientei, că declarația pe proprie răspundere a administratorului

intervenientei este lipsită de valoare probatorie și că, examinate împreună, aceste diferite elemente nu permit să se stabilească că produsele vizualizate în fotografii au fost într-adevăr introduse pe piață în perioada relevantă.

- 17 OAPI contestă argumentele reclamantei și susține că, deși elementele depuse la dosar nu constituie, examinate în mod individual, dovezi adecvate ale utilizării serioase, împreună, ele corespund, fără a subzista vreo îndoială, unei utilizări a mărcii în litigiu care merită să fie calificată drept utilizare serioasă.
- 18 Intervenienta contestă, la rândul său, argumentele reclamantei. Cu toate că admite că fotografiile depuse la dosar au fost făcute după perioada relevantă, ea consideră că este excesiv să i se ceară titularului unei mărci să prezinte fotografii ale produselor comercializate în urmă cu mai multe luni sau chiar cu mai mulți ani și care, în plus, să indice date la care au fost făcute în perioada relevantă. Acest lucru ar presupune astfel ca titularul mărcii să facă cu regularitate, în scop preventiv, fotografii ale tuturor produselor sale și să le arhiveze pentru a le putea prezenta în cazul unei proceduri de decădere. Potrivit intervenientei, o astfel de cerință nu este realistă.
- 19 În plus, intervenienta subliniază caracteristicile pieței în cauză. În această privință, ea arată că produsele și serviciile protejate de marca sa nu sunt comercializate direct consumatorului final, ci întreprinderilor de construcție. Acestea nu sunt comercializate, în esență, în comerțul cu amănuntul sau pe internet, ci sunt oferite și furnizate direct clienților comerciali. Acest lucru ar însemna că produsele vizate de marca CENTROTHERM ar face în mai mică măsură obiectul publicității în ziare, în reviste, la radio, la televiziune sau pe internet decât în târguri specializate și în prospecte, în scrisori comerciale și în facturi ale intervenientei. Principala exploatare a mărcii ar

consta mai ales în aplicarea mărcii pe produse și pe ambalajele acestora, mai precis pe cutiile din carton și pe paletă.

- 20 Potrivit intervenientei, pe piața menționată nu se obișnuiește să se utilizeze și să se promoveze un număr mare de mărci de fabricație. Astfel, în opinia acesteia, în timp ce cumpărătorii produselor de consum au acces, în general, la un mare număr de produse de aceeași natură, oferite de un mare număr de furnizori diferiți, și trebuie să se orienteze în funcție de mărci, cumpărătorii produselor relevante în prezenta cauză cumpără în general de la un singur furnizor, de-a lungul unor perioade îndelungate, o paletă întreagă de produse și de accesorii și serviciile aferente. Potrivit intervenientei, acesta este motivul pentru care, în general, denumirea sau emblema sunt suficiente pentru a distinge, asemenea unei mărci, o paletă întreagă de produse.

Aprecierea Tribunalului

- 21 Cu titlu introductiv, trebuie amintite procedura și obiectivul sancțiunii decăderii, precum și principiile care încadrează administrarea probelor în procedura de decădere.
- 22 Din articolul 15 alineatul (1) primul paragraf și din articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009 rezultă că titularul unei mărci comunitare este declarat decăzut din drepturi, ca urmare a unei cereri prezentate la OAPI, în cazul în care, pe o perioadă neîntreruptă de cinci ani, marca nu a făcut obiectul unei utilizări serioase în Uniunea Europeană pentru produsele și serviciile pentru care este înregistrată și în cazul în care nu există motive întemeiate pentru neutilizare.

- 23 Norma 40 alineatul (5) din Regulamentul nr. 2868/95 prevede că, în cazul unei cereri de decădere, OAPI acordă titularului mărcii comunitare un termen în care să prezinte dovada utilizării mărcii. În cazul în care dovada nu este furnizată în termenul stabilit, marca comunitară este revocată. În temeiul normei 22 alineatul (3) din Regulamentul nr. 2868/95, care este aplicabil cererilor de decădere în temeiul normei 40 alineatul (5) din același regulament, dovada utilizării mărcii trebuie să conștie în indicații cu privire la locul, la timpul, la măsura și la natura folosirii mărcii.
- 24 *Ratio legis* a cerinței potrivit căreia o marcă trebuie să fi făcut obiectul unei utilizări serioase pentru a fi protejată în temeiul dreptului Uniunii constă în faptul că registrul OAPI nu poate fi asimilat cu un depozit strategic și static care conferă unui deținător inactiv un monopol legal pe o perioadă nedeterminată. Dimpotrivă și în conformitate cu considerentul (10) al Regulamentului nr. 207/2009, registrul în cauză ar trebui să reflecte cu fidelitate indicațiile pe care întreprinderile le utilizează în mod efectiv pe piață pentru a-și deosebi produsele și serviciile în viața economică (a se vedea, în acest sens și prin analogie, Ordonanța Curții din 27 ianuarie 2004, La Mer Technology, C-259/02, Rec., p. I-1159, punctele 18-22).
- 25 Potrivit jurisprudenței, 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 deosebit pentru aceste produse și servicii, cu excluderea utilizărilor cu caracter simbolic având ca unic obiect menținerea drepturilor conferite de marcă. 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 [a se vedea Hotărârea Tribunalului din 27 septembrie 2007, La Mer Technology/OAPI – Laboratoires Goëmar (LA MER), T-418/03, nepublicată în Repertoriu, punctul 54 și jurisprudența citată].
- 26 Cu toate că noțiunea de utilizare serioasă se opune, așadar, oricărei utilizări minime și insuficiente pentru a considera că o marcă este utilizată în mod real și efectiv pe o anumită piață, nu este mai puțin adevărat că cerința unei utilizări serioase nu

urmărește 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 [Hotărârea Tribunalului din 23 februarie 2006, *Il Ponte Finanziaria/OAPI – Marine Enterprise Projects (BAINBRIDGE)*, T-194/03, Rec., p. II-445, punctul 32].

27 Mai precis, pentru a examina, într-un caz de speță, caracterul serios al utilizării mărcii în cauză, trebuie să se efectueze o apreciere globală a elementelor depuse la dosar, ținând seama de toți factorii pertinenți din speță. O astfel de apreciere 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 (a se vedea Hotărârea LA MER, citată anterior, punctele 53-55 și jurisprudența citată).

28 În ceea ce privește importanța utilizării mărcii în cauză, trebuie să se ia în considerare, în special, volumul comercial al ansamblului 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 (a se vedea Hotărârea LA MER, citată anterior, punctul 56 și jurisprudența citată). 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 anumită constanță în timp a utilizării acestei mărci și invers (a se vedea Hotărârea LA MER, citată anterior, punctul 57 și jurisprudența citată).

29 Cu toate acestea, cu cât volumul comercial al exploatării mărcii este mai limitat, cu atât este necesar ca deținătorul mărcii să aducă indicații suplimentare care să permită înlăturarea eventualelor îndoieli cu privire la caracterul serios al utilizării mărcii

respective [Hotărârea Tribunalului din 18 ianuarie 2011, Advance Magazine Publishers/OAPI – Capela & Irmãos (VOGUE), T-382/08, nepublicată în Repertoriu, punctul 31].

- 30 În plus, 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 să dovedească o utilizare efectivă și suficientă a mărcii pe piața relevantă (Hotărârea LA MER, citată anterior, punctul 59 și jurisprudența citată).
- 31 În lumina acestor considerații, trebuie apreciat dacă respectiva cameră de recurs a apreciat în mod corect că elementele de probă furnizate de intervenientă demonstrează o utilizare serioasă a mărcii CENTROTHERM pentru produsele citate la punctul 11 de mai sus. În opinia reclamantei, concluzia camerei de recurs nu este suficient de întemeiată.
- 32 În speță, elementele de probă furnizate de intervenientă diviziei de anulare pentru a demonstra utilizarea serioasă a mărcii sunt declarația pe proprie răspundere a administratorului intervenientei, 4 facturi și 14 fotografii numerice.
- 33 Cu titlu introductiv, trebuie constatat că din raționamentul camerei de recurs nu rezultă că concluzia referitoare la dovada unei utilizări serioase pentru produsele citate la punctul 11 de mai sus se întemeiază pe declarația pe proprie răspundere a administratorului intervenientei. Astfel, după cum rezultă din cuprinsul punctelor 26-30 din decizia atacată, ceea ce a determinat camera de recurs să constate că a fost dovedită utilizarea serioasă a mărcii CENTROTHERM este interacțiunea dintre valoarea probatorie a fotografiilor și aceea a celor 4 facturi. Trimiterile la declarația menționată,

efectuate la punctele 27 și 31 din decizia atacată, nu urmăresc decât să evidențieze carențele acesteia și lipsa de elemente suplimentare care să îi confirme conținutul.

34 Rezultă că trebuie analizat dacă aprecierea globală a fotografiilor și a celor 4 facturi permite să se conchidă că marca în litigiu a făcut obiectul unei utilizări serioase în conformitate cu principiile desprinse de jurisprudența citată la punctele 25-29 de mai sus.

35 În această privință, trebuie precizat că, în ceea ce privește cele 4 facturi, 3 dintre ele sunt datate iulie 2006 și privesc Danemarca, Ungaria și Slovacia, iar una dintre ele este datată ianuarie 2007 și privește Germania. Cuvântul „centrotherm” apare în antetul facturilor menționate, însoțit de logoul intervenientei, care îndeplinește funcția de denumire socială, și de adresa poștală a acesteia.

36 Aceste facturi atestă că multiple produse din domeniul instalațiilor sanitare (țevi, manșoane, ansambluri pentru racordarea cazanelor de încălzire, coturi de revizie, învelitori pentru sisteme de eșapament) au fost vândute de intervenientă la patru clienți pentru o sumă care corespunde, incluzând factura din 2007, unui procentaj de mai puțin de 0,03 % din cifra de afaceri pe care administratorul intervenientei a declarat că a realizat-o în 2006 cu vânzarea de produse sub marca CENTROTHERM.

37 Rezultă că, în fața OAPI, intervenienta a adus dovezi privind vânzări relativ slabe în raport cu suma indicată în declarația administratorului acesteia. Prin urmare, chiar în ipoteza în care camera de recurs ar fi luat în considerare declarația respectivă, ar trebui să se constate că în dosar nu există suficiente elemente în susținerea conținutului

acesteia în ceea ce privește valoarea vânzărilor. În plus, referitor la aspectul temporal al utilizării mărcii, factorii menționați privesc o perioadă foarte scurtă sau chiar punctuală, și anume datele de 12, 18 și 21 iulie 2006 și 9 ianuarie 2007.

38 În ceea ce privește fotografiile depuse, trebuie constatat că marca CENTROHERM se distinge cu claritate numai în 7 din cele 14 fotografii, și anume:

— imprimată pe două țevi;

— imprimată pe două obiecte care par să fie părți ale țevilor;

— ca autocolant aplicat pe un obiect care pare să fie un palet și pe două cutii din carton.

39 În alte 4 fotografii, nu se poate distinge nicio urmă din marca în litigiu.

40 În ultimele 3 fotografii, se pot discerne urme ale mărcii CENTROHERM, și anume:

— literele „centroth” pe gura unei țevi;

— logoul societății intervenientei, precum și un text ilizibil în proximitatea acestui logo, corespunzând probabil conținutului antetului facturilor depuse, pe o țevă și pe un obiect care pare să fie gura unei țevi.

- 41 Niciuna dintre aceste fotografii nu este datată, însă, astfel cum s-a arătat la punctul 18 de mai sus, intervenienta a admis în cursul ședinței că fotografiile au fost făcute după perioada relevantă. În plus, fotografiile menționate nu permit să se identifice produsele ambalate pe palet și în cele două cutii din carton pe care sunt aplicate autocolantele CENTROTERM. În timp ce două dintre autocolante poartă o indicație referitoare la instalații sanitare, nici fotografiile, nici facturile nu furnizează elemente din care să se poată deduce ce conțineau realmente aceste ambalaje.
- 42 Pe de altă parte, niciunul dintre numerele de articole care sunt identificabile în fotografii nu corespund numerelor de articole preluate în facturile furnizate de intervenientă. Rezultă că nu se poate conchide, pe baza fotografiilor și a facturilor depuse, că produsele și ambalajele vizualizate în fotografiile depuse au fost într-adevăr comercializate de intervenientă în perioada relevantă.
- 43 Astfel, trebuie constatat că o apreciere globală a elementelor, astfel cum au fost prezentate la punctele 35-42 de mai sus, nu permite să se conchidă, fără a recurge la probabilități sau la prezumții, că marca în litigiu a făcut obiectul unei utilizări serioase în perioada relevantă pentru produsele citate la punctul 11 de mai sus.
- 44 Rezultă că respectiva cameră de recurs a săvârșit o eroare atunci când a apreciat că dovada utilizării serioase a mărcii CENTROTERM a fost furnizată de intervenientă pentru produsele menționate.

- 45 Argumentele intervenientei, expuse la punctele 18-20 de mai sus, potrivit cărora, în esență, specificitatea pieței ar face dificilă reunirea probelor, nu ar putea repune în discuție această concluzie.
- 46 Astfel, modalitățile și mijloacele de probă ale utilizării serioase ale unei mărci nu sunt limitate. Concluzia Tribunalului, potrivit căreia utilizarea serioasă nu a fost dovedită în speță, nu se datorează cerinței unui nivel probatoriu excesiv de ridicat, ci faptului că intervenienta a ales să restrângă prezentarea de probe (a se vedea punctul 8 de mai sus). Divizia de anulare a primit fotografii de slabă calitate care vizau obiecte ale căror numere de articol nu corespundeau articolelor care, potrivit pușinelor facturi prezentate, au fost vândute. În plus, facturile menționate acoperă o perioadă scurtă și atestă vânzări de o valoare minimă în raport cu ceea ce intervenienta pretinde că a realizat. Mai trebuie constatat că intervenienta a confirmat în cursul ședinței că nu exista nicio legătură directă între facturile și fotografiile pe care le-a prezentat la OAPI. Acțiunea este, așadar, admisă.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 47 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. În prezenta cauză, întrucât OAPI a căzut în pretenții, se impune obligarea acestuia la plata cheltuielilor de judecată efectuate de reclamantă în procedura în fața Tribunalului, conform concluziilor acesteia din urmă. Întrucât intervenienta a căzut în pretenții, aceasta suportă propriile cheltuieli de judecată.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera a șasea)

declară și hotărăște:

- 1) **Anulează Decizia Camerei a patra de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 25 august 2009 (cauza R 6/2008-4) în măsura în care a anulat în parte decizia diviziei de anulare din 30 octombrie 2007.**
- 2) **OAPI suportă, pe lângă propriile cheltuieli de judecată, și cheltuielile de judecată efectuate de centrotherm Clean Solutions GmbH & Co. KG.**
- 3) **Centrotherm Systemtechnik GmbH suportă propriile cheltuieli de judecată.**

Moavero Milanesei

Wahl

Soldevila Fragoso

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 15 septembrie 2011.

Semnături