



Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a cincea)

14 noiembrie 2013 *

„Recurs — Marcă comunitară — Procedură de opoziție — Marcă figurativă care reprezintă un cap de lup — Opoziție formulată de titularul mărcilor figurative internaționale și naționale care cuprind elementele verbale «WOLF Jardin» și «Outils WOLF» — Motive relative de refuz — Atingere adusă caracterului distinctiv al mărcii anterioare — Regulamentul (CE) nr. 207/2009 — Articolul 8 alineatul (5) — Schimbarea comportamentului economic al consumatorului mediu — Sarcina probei”

În cauza C-383/12 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, introdus la 8 august 2012,

Environmental Manufacturing LLP, cu sediul în Stowmarket (Regatul Unit), reprezentată de M. Atkins, solicitor, de K. Shadbolt, advocate, și de S. Malynicz, barrister,

recurentă,

celelalte părți din procedură fiind:

Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI), reprezentat de A. Folliard-Monguiral, în calitate de agent,

pârât în primă instanță,

Société Elmar Wolf, cu sediul în Wissembourg (Franța), reprezentată de N. Boespflug, avocat,

intervenientă în primă instanță,

CURTEA (Camera a cincea),

compusă din domnul T. von Danwitz, președinte de cameră, și domnii E. Juhász (raportor), A. Rosas, D. Šváby și C. Vajda, judecători,

avocat general: doamna J. Kokott,

grefier: domnul M. Aleksejev, administrator,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 29 mai 2013,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

* Limba de procedură: engleza.

Hotărâre

- 1 Prin recursul formulat, Environmental Manufacturing LLP (denumită în continuare „Environmental Manufacturing”) solicită anularea Hotărârii Tribunalului Uniunii Europene din 22 mai 2012, Environmental Manufacturing/OAPI – Wolf (Reprezentarea unui cap de lup) (T-570/10, denumită în continuare „hotărârea atacată”), prin care s-a respins acțiunea sa în anularea Deciziei Camerei a doua de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 6 octombrie 2010 (cauza R 425/2010-2), privind o procedură de opoziție (denumită în continuare „decizia în litigiu”).

Cadrul juridic

- 2 Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1), care a intrat în vigoare la 13 aprilie 2009, a efectuat o codificare a Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 40, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146) și l-a abrogat.
- 3 Sub titlul „Motive relative de refuz”, articolul 8 alineatul (1) litera (b) și alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009 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 [în percepția publicului de] pe teritoriul în care este protejată marca anterioară; riscul de confuzie include riscul de asociere cu marca anterioară.

[...]

(5) La opoziția titularului unei mărci anterioare în înțelesul alineatului (2), se respinge înregistrarea mărcii solicitate, de asemenea, în cazul în care este identică sau similară cu marca anterioară și în cazul în care este destinată să fie înregistrată pentru produse sau servicii care nu sunt similare celor pentru care este înregistrată marca anterioară, atunci când, în cazul unei mărci comunitare anterioare, aceasta este de notorietate în cadrul Comunității și, în cazul unei mărci naționale anterioare, este de notorietate în respectivul stat membru și în cazul în care utilizarea fără un motiv întemeiat a mărcii solicitate ar genera un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii anterioare sau în cazul în care ar aduce atingere acestora.”

- 4 Articolul 8 alineatul (1) litera (b) și alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94 era redactat în aceiași termeni ca dispozițiile corespunzătoare din Regulamentul nr. 207/2009.

Istoricul cauzei

- 5 La 9 martie 2006, predecesorul legal al Environmental Manufacturing a prezentat o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la OAPI pentru un semn figurativ care reprezintă un cap de lup, în scopul comercializării unor produse din clasa 7 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 care corespund următoarei descrieri: „Mașini pentru prelucrarea profesională și industrială a deșeurilor de lemn și a deșeurilor vegetale; mașini profesionale și industriale de mărunțit lemnul și de rumeguș”.

- 6 În urma publicării cererii în *Buletinul mărcilor comunitare* nr. 38/2006 din 18 septembrie 2006, Société Elmar Wolf (denumită în continuare „Elmar Wolf”) a formulat opoziție la înregistrarea mărcii solicitate pentru produsele menționate.
- 7 Opoziția s-a întemeiat pe mai multe mărci figurative franceze și internaționale anterioare. Motivele invocate în susținerea opoziției erau cele prevăzute la articolul 8 alineatul (1) litera (b) și alineatul (5) din Regulamentul nr. 40/94.
- 8 La 24 septembrie 2007, predecesorul legal al Environmental Manufacturing i-a cedat acesteia cererea de înregistrare. La 2 octombrie 2007, Environmental Manufacturing a solicitat, conform articolului 43 din Regulamentul nr. 40/94 (devenit articolul 42 din Regulamentul nr. 207/2009), ca Elmar Wolf să prezinte probe privind utilizarea mărcilor anterioare. În consecință, Elmar Wolf a prezentat documente în acest scop.
- 9 La 25 ianuarie 2010, divizia de opoziție a OAPI a respins opoziția întemeiată pe articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009 pentru motivul că nu exista niciun risc de confuzie între mărcile în cauză. Divizia de opoziție a respins de asemenea opoziția întemeiată pe articolul 8 alineatul (5) din acest regulament pentru motivul că Elmar Wolf nu a făcut dovada existenței vreunei atingeri aduse renumelui mărcilor anterioare sau a vreunui folos necuvenit obținut din acestea.
- 10 La 23 martie 2010, Elmar Wolf a formulat o cale de atac împotriva deciziei respective, care a fost anulată prin decizia în litigiu. În ceea ce privește articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009, Camera a doua de recurs a considerat că mărcile anterioare beneficiau de un renume important în trei state membre. În continuare, camera de recurs a considerat că exista un anumit grad de similitudine între mărcile în cauză și că publicul relevant ar putea stabili o legătură între semne, având în vedere caracterul distinctiv și renumele mărcilor anterioare, precum și similitudinea dintre produsele vizate de mărcile în cauză. În sfârșit, camera de recurs a concluzionat, referindu-se la argumentele invocate de Elmar Wolf, că marca solicitată ar putea dilua imaginea unică a mărcilor anterioare și ar putea obține foloase necuvenite din caracterul distinctiv sau din renumele acestora.

Acțiunea în fața Tribunalului și hotărârea atacată

- 11 Environmental Manufacturing a formulat o acțiune în anularea deciziei în litigiu în fața Tribunalului. În susținerea acțiunii, aceasta a invocat două motive, întemeiate, pe de o parte, pe o încălcare a articolului 42 alineatele (2) și (3) din Regulamentul nr. 207/2009 și, pe de altă parte, pe o încălcare a articolului 8 alineatul (5) din acest regulament.
- 12 La punctele 16-24 din hotărârea atacată, Tribunalul a înlăturat primul motiv ca nefondat.
- 13 În ceea ce privește cel de al doilea motiv, Tribunalul a concluzionat, la punctul 47 din hotărârea atacată, că în mod întemeiat a apreciat camera de recurs că publicul relevant putea stabili o legătură între semnele reprezentate de cele două mărci în conflict.
- 14 În continuare, la punctele 48 și 49 din hotărârea atacată, Tribunalul a precizat, în ceea ce privește riscul diluării, că, potrivit Environmental Manufacturing, titularul mărcii anterioare trebuie să susțină și să demonstreze că utilizarea mărcii ulterioare va avea un impact asupra comportamentului consumatorilor produselor desemnate de marca anterioară sau că există un risc serios ca acest fapt să se producă în viitor. Tribunalul a arătat de asemenea că Environmental Manufacturing susține că respectiva cameră de recurs a omis să examineze acest impact în speță, că Elmar Wolf ar fi trebuit să prezinte argumente care să explice concret modul în care diluarea i-ar aduce atingere și că simpla menționare a unei diluări nu ar fi suficientă pentru a justifica aplicarea articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009.

15 La punctele 50-54 din hotărârea atacată, Tribunalul a constatat:

„50 [M]otivul de refuz întemeiat pe riscul diluării, astfel cum este prevăzut la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009, contribuie, împreună cu celelalte motive relative de refuz prevăzute la articolul menționat, la protecția funcției principale a mărcii, și anume funcția acesteia de indicare a originii. În ceea ce privește riscul diluării, această funcție este compromisă atunci când este diminuată capacitatea mărcii anterioare de a identifica produsele sau serviciile pentru care este înregistrată și utilizată ca provenind de la titularul mărcii respective, utilizarea mărcii ulterioare determinând o dispersie a identității mărcii anterioare și a influenței acesteia asupra percepției publicului. Ne regăsim în această situație în special atunci când marca anterioară, care determina o asociere imediată cu produsele sau cu serviciile pentru care este înregistrată, nu mai este în măsură să determine o astfel de asociere (Hotărârea [din 27 noiembrie 2008,] Intel Corporation, [C-252/07, Rep., p. I-8823,] punctul 29).

51 Reiese din Hotărârea Intel Corporation[, citată anterior,] că revine titularului mărcii anterioare care se prevalează de protecția conferită de articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009 sarcina de a dovedi că utilizarea mărcii ulterioare ar aduce atingere caracterului distinctiv al mărcii sale anterioare. În acest scop, titularul mărcii anterioare nu este obligat să demonstreze existența unei atingeri efective și actuale aduse mărcii sale. Astfel, atunci când este previzibil că o astfel de atingere va rezulta din utilizarea pe care titularul mărcii ulterioare o poate da mărcii sale, titularul mărcii anterioare nu poate fi obligat să aștepte realizarea efectivă a atingerii pentru a solicita interzicerea utilizării respective. Titularul mărcii anterioare trebuie totuși să stabilească existența unor elemente care permit stabilirea unui risc serios ca o astfel de atingere să se producă în viitor (Hotărârea Intel Corporation, [citată anterior,] punctele 37, 38 și 71).

52 În acest scop, titularul mărcii anterioare trebuie să aducă elemente care să permită să se constate *prima facie* un risc viitor neipotetic de producere a unui prejudiciu [...]. Se poate ajunge la o astfel de concluzie în special pe calea deducțiilor logice care rezultă din analiza probabilităților și ținând seama de practicile obișnuite din sectorul comercial relevant, precum și de orice altă circumstanță a cauzei [...].

53 Nu se poate însă impune ca, în plus față de aceste elemente, titularul mărcii anterioare să demonstreze un efect suplimentar al apariției mărcii ulterioare asupra comportamentului economic al consumatorului mediu al produselor sau serviciilor pentru care este înregistrată marca anterioară. Astfel, o asemenea condiție nu figurează nici la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009, nici în Hotărârea Intel Corporation[, citată anterior].

54 În ceea ce privește punctul 77 din Hotărârea Intel Corporation[, citată anterior], reiese din alegerea termenului «rezultă» și din structura punctului 81 din aceeași hotărâre că modificarea comportamentului economic al consumatorului, la care se referă [Environmental Manufacturing] în susținerea criticii sale, este stabilită în cazul în care titularul mărcii anterioare a reușit să demonstreze, conform punctului 76 din hotărârea menționată, că este diminuată capacitatea acestei mărci de a identifica produsele sau serviciile pentru care este înregistrată și utilizată ca provenind de la titularul mărcii respective, utilizarea mărcii ulterioare determinând o dispersie a identității mărcii anterioare și a influenței acesteia asupra percepției publicului.”

16 La punctele 56-65 din hotărârea atacată, Tribunalul a examinat dacă, în speță, camera de recurs a aplicat în mod corect articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009 și principiile sus-menționate.

- 17 La punctul 66 din hotărârea atacată, Tribunalul a concluzionat, pe de o parte, că în mod întemeiat a apreciat camera de recurs că utilizarea mărcii a cărei înregistrare se solicita era de natură să aducă atingere caracterului distinctiv al mărcilor anterioare și, pe de altă parte, că nu poate fi primit argumentul Environmental Manufacturing întemeiat pe necesitatea demonstrării efectelor economice ale asocierii dintre mărcile în conflict.
- 18 La punctul 67 din hotărârea atacată, Tribunalul a arătat că, „[în] măsura în care camera de recurs a aplicat astfel în mod corect articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009 în considerarea riscului de diluare generat de marca solicitată, nu mai este necesar să se examineze riscul [ca Environmental Manufacturing să obțină un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcilor anterioare (de parazitism)], pe care decizia [în litigiu] se întemeiază de asemenea”.
- 19 În aceste condiții, Tribunalul a înlăturat al doilea motiv ca nefondat și a respins acțiunea în totalitate.

Concluziile părților

- 20 Prin recursul formulat, Environmental Manufacturing solicită Curții anularea hotărârii atacate, pronunțarea unei hotărâri definitive în cauză și obligarea OAPI, precum și a Elmar Wolf la plata cheltuielilor de judecată.
- 21 OAPI solicită Curții respingerea recursului și obligarea Environmental Manufacturing la plata cheltuielilor de judecată.
- 22 Elmar Wolf solicită Curții, cu titlu principal, respingerea recursului și, cu titlu subsidiar, trimiterea cauzei spre rejudecare Tribunalului, precum și obligarea Environmental Manufacturing la suportarea propriilor cheltuieli de judecată și la plata celor efectuate de Elmar Wolf.

Cu privire la recurs

- 23 În susținerea recursului, Environmental Manufacturing invocă un singur motiv, întemeiat pe o încălcare a articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009.

Argumentele părților

- 24 Environmental Manufacturing arată că, în urma Hotărârii Intel Corporation, citată anterior, dovada că prin utilizarea mărcii ulterioare se aduce sau s-ar aduce atingere caracterului distinctiv al mărcii anterioare presupune demonstrarea unei modificări a comportamentului economic al consumatorului mediu al produselor pentru care marca anterioară este înregistrată ca urmare a utilizării mărcii ulterioare sau demonstrarea existenței unui risc serios ca o astfel de modificare să se producă în viitor. Astfel, pentru a se putea demonstra diluarea mărcii anterioare, ar trebui prezentată o probă de acest fel.
- 25 Environmental Manufacturing reproșează Tribunalului că nu a solicitat prezentarea acestei probe, concluzionând că este suficient să fie diminuată aptitudinea mărcii anterioare de a identifica produsele pentru care este înregistrată și utilizată ca provenind de la titularul mărcii respective, utilizarea mărcii ulterioare determinând o dispersie a identității mărcii anterioare și a influenței acesteia asupra percepției publicului.
- 26 Environmental Manufacturing apreciază că analiza efectuată de Tribunal nu a ținut seama de jurisprudența Curții, potrivit căreia efectul asupra comportamentului economic al consumatorilor presupune un efect asupra comportamentului comercial al acestora. Environmental Manufacturing invocă faptul că un asemenea efect potențial sau real trebuie examinat în cadrul unei acțiuni

formulate în temeiul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009 și că, dat fiind că acest aspect nu a fost nici examinat, nici dovedit, Tribunalul ar fi trebuit să respingă argumentul potrivit căruia a avut loc o diluare în sensul acestei dispoziții.

- 27 OAPI admite că proba atingerii aduse caracterului distinctiv al mărcii anterioare, în sensul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009, impune dovedirea unei schimbări reale sau eventuale a comportamentului economic al consumatorului mediu al produselor pentru care mărcile anterioare sunt înregistrate. Acesta arată însă că schimbarea comportamentului economic al consumatorului mediu și dispersia identității mărcii anterioare constituie condiții care nu sunt nici independente, nici cumulative și că ele fac parte, în realitate, din una și aceeași cerință.
- 28 OAPI apreciază că cerința ca utilizarea mărcii ulterioare să determine o dispersie a identității mărcii anterioare și a influenței acesteia asupra percepției publicului, reluată la punctele 29 și 76 din Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, este doar o expresie a schimbării comportamentului economic al consumatorului mediu. OAPI susține că o astfel de schimbare se va produce atunci când, în percepția acestui consumator, valoarea economică a mărcii de renume va avea de suferit ca urmare a utilizării unui semn ulterior. Pentru ca comportamentul consumatorului să fie afectat, ar fi suficient ca acest consumator să considere marca de renume mai puțin atractivă, mai puțin prestigioasă sau mai puțin exclusivă ca urmare a utilizării semnelor ulterioare contestate.
- 29 OAPI susține că hotărârea atacată se întemeiază pe premisa corectă potrivit căreia „o modificare a comportamentului economic al consumatorului mediu al produselor pentru care marca anterioară este înregistrată” presupune demonstrarea, precum în speță, a faptului că „utilizarea mărcii ulterioare determină o dispersie a identității mărcii anterioare și a influenței acesteia asupra percepției publicului”. Această afirmație ar constitui doar o explicație a premisei menționate.
- 30 OAPI este de părere că dispersia identității și a influenței asupra percepției publicului înseamnă că valoarea economică a mărcii de renume suferă un impact negativ și că, prin urmare, percepția publicului și „comportamentul economic” al acestuia ar reprezenta cele două fețe ale aceleiași monede. OAPI adaugă că concluzia care figurează la punctul 62 din hotărârea atacată este expresia modificării probabile a comportamentului economic al consumatorului produselor desemnate de mărcile anterioare care poate fi așteptată ca urmare a utilizării simultane a semnelor contestate.
- 31 Elmar Wolf amintește că, în considerentele (36) și (38) ale deciziei în litigiu, camera de recurs a stabilit că utilizarea mărcii a cărei înregistrare se solicită este susceptibilă să prezinte un risc de diluare, precum și să genereze foloase necuvenite din marca anterioară. Elmar Wolf arată că, întrucât a constatat, la punctul 66 din hotărârea atacată, că marca a cărei înregistrare se solicită este de natură să aducă atingere caracterului distinctiv al mărcilor anterioare, Tribunalul nu a examinat, din rațiuni de economie a procedurii, foloasele necuvenite obținute din acest caracter distinctiv.
- 32 În ceea ce privește respectarea pretinsului criteriu suplimentar și distinct dezvoltat în Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, Elmar Wolf arată că Tribunalul a arătat în mod corect că argumentul întemeiat pe necesitatea demonstrării efectelor economice ale asocierii dintre mărcile în conflict nu poate fi primit.
- 33 Elmar Wolf consideră că circumstanțele pe care se întemeiază analiza Curții în Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, privesc situația în care produsele sau serviciile desemnate de marca anterioară nu sunt similare cu produsele sau serviciile pe care le desemnează marca ulterioară, în timp ce prezenta cauză privește produse identice sau, cel puțin, similare. Astfel, criteriile dezvoltate de Curte în Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, nu sunt aplicabile în speță.

Aprecierea Curții

- 34 Potrivit jurisprudenței Curții, dovada că prin utilizarea mărcii ulterioare se aduce sau s-ar aduce atingere caracterului distinctiv al mărcii anterioare presupune demonstrarea unei modificări a comportamentului economic al consumatorului mediu al produselor sau al serviciilor pentru care este înregistrată marca anterioară ca urmare a utilizării mărcii ulterioare sau demonstrarea existenței unui risc serios ca o astfel de modificare să se producă în viitor (Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, punctele 77 și 81, precum și punctul 6 al dispozitivului).
- 35 Desigur, punctul 77 din Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, începe cu termenii „[r]ezultă că”, iar acest punct urmează imediat după examinarea problemei diminuării capacității de identificare și a dispersiei identității mărcii anterioare și, astfel, s-ar putea considera că el are doar un rol pur explicativ al punctului care îl precedă. Același text, reprodus la punctul 81 și în dispozitivul hotărârii respective, este însă autonom. Faptul că figurează în dispozitivul acestei hotărâri subliniază importanța sa.
- 36 Modul de redactare a jurisprudenței citate anterior este explicit. Rezultă că, în lipsa prezentării dovezii că această condiție este îndeplinită, atingerea sau riscul atingerii aduse caracterului distinctiv al mărcii anterioare prevăzute la articolul 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009 nu pot fi constatate.
- 37 Noțiunea „modificare a comportamentului economic al consumatorului mediu” impune o condiție de natură obiectivă. Această modificare nu poate fi dedusă doar din elemente subiective precum simpla percepție a consumatorilor. Simplul fapt că aceștia remarcă prezența unui semn nou similar unui semn anterior nu este suficient în sine pentru stabilirea existenței unei atingeri sau a unui risc de atingere aduse caracterului distinctiv al mărcii anterioare în sensul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009, în măsura în care această similitudine nu creează confuzie în percepția lor.
- 38 Or, la punctul 53 din hotărârea atacată, Tribunalul a înlăturat examinarea condiției impuse prin Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, și, în consecință, a săvârșit o eroare de drept.
- 39 Tribunalul a constatat, la punctul 62 din hotărârea atacată, că „faptul că anumiți concurenți utilizează semne care prezintă o anumită similitudine pentru produse identice sau similare compromite asocierea imediată pe care publicul relevant o face între semnele și produsele în cauză, ceea ce este de natură să aducă atingere capacității mărcii anterioare de a identifica produsele pentru care este înregistrată ca provenind de la titularul mărcii respective”.
- 40 Cu toate acestea, în Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, Curtea a exprimat în mod clar necesitatea impunerii unui standard de probă mai ridicat pentru a se putea constata atingerea sau riscul atingerii aduse caracterului distinctiv al mărcii anterioare, în sensul articolului 8 alineatul (5) din Regulamentul nr. 207/2009.
- 41 Acceptarea criteriului propus de Tribunal ar putea să conducă, pe de altă parte, la o situație în care anumiți operatori economici să își însușească în mod necuvenit anumite semne, ceea ce ar putea să aducă atingere concurenței.
- 42 Desigur, Regulamentul nr. 207/2009 și jurisprudența Curții nu impun prezentarea de dovezi ale unei atingeri reale, ci admit în egală măsură riscul serios al unei astfel de atingeri, permițând utilizarea deducțiilor logice.
- 43 Asemenea deducții nu trebuie să rezulte însă din simple supoziții ci, astfel cum a arătat însuși Tribunalul la punctul 52 din hotărârea atacată, citând o hotărâre anterioară a sa, aceste deducții se întemeiază pe „analiza probabilităților și ținând seama de practicile obișnuite din sectorul comercial relevant, precum și de orice altă circumstanță a cauzei”.

- 44 Totuși, Tribunalul nu a cenzurat lipsa unei astfel de analize, încălcând jurisprudența citată în propria hotărâre.
- 45 În ceea ce privește argumentul avansat de Elmar Wolf, potrivit căruia criteriul dezvoltat de Curte în Hotărârea Intel Corporation, citată anterior, privește produse sau servicii care nu sunt similare produselor și serviciilor desemnate de o marcă ulterioară și, în consecință, nu ar fi aplicabil în speță, este suficient să se arate că, având în vedere formularea sa generală, jurisprudența care figurează la punctele 77 și 81, precum și la punctul 6 al dispozitivului acestei hotărâri nu poate fi interpretată în sensul că se limitează la împrejurări de fapt care implică produse sau servicii care nu sunt similare produselor sau serviciilor desemnate de o marcă ulterioară.
- 46 În aceste condiții, trebuie să se constate că recursul este fondat.
- 47 În consecință, se impune anularea hotărârii atacate.
- 48 Potrivit articolului 61 primul paragraf din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, în cazul în care Curtea anulează decizia Tribunalului, aceasta poate fie să soluționeze ea însăși în mod definitiv litigiul atunci când acesta este în stare de judecată, fie să trimită cauza Tribunalului pentru a se pronunța asupra acesteia.
- 49 În prezenta cauză nu sunt îndeplinite condițiile pentru ca Curtea să poată să soluționeze ea însăși în mod definitiv litigiul.
- 50 În consecință, se impune trimiterea cauzei spre rejudecare Tribunalului și soluționarea cererii privind cheltuielile de judecată odată cu fondul.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a cincea) declară și hotărăște:

- 1) **Anulează Hotărârea Tribunalului Uniunii Europene din 22 mai 2012, Environmental Manufacturing/OAPI – Wolf (Reprezentarea unui cap de lup) (T-570/10).**
- 2) **Trimite cauza spre rejudecare Tribunalului Uniunii Europene.**
- 3) **Cererea privind cheltuielile de judecată se soluționează odată cu fondul.**

Semnături