



## Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA TRIBUNALULUI (Camera întâi)

13 februarie 2014\*

„Marcă comunitară — Procedură de decădere — Marca comunitară verbală HUSKY — Utilizare serioasă a mărcii — Decădere parțială — Prorogare a unui termen — Norma 71 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 2868/95 — Traducere în limba de procedură”

În cauza T-287/13,

**Husky CZ s.r.o.**, cu sediul în Praga (Republica Cehă), reprezentată de L. Lorenc, avocat,

reclamantă,

împotriva

**Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI)**, reprezentat de P. Geroulakos și I. Harrington, în calitate de agenți,

pârât,

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

**Husky of Tostock Ltd**, cu sediul în Woodbridge (Regatul Unit),

având ca obiect o acțiune formulată împotriva Deciziei Camerei întâi de recurs a OAPI din 14 martie 2013 (cauza R 748/2012-1), privind o procedură de decădere între Husky CZ s.r.o. și Husky of Tostock Ltd,

TRIBUNALUL (Camera întâi),

compus din domnul H. Kanninen (raportor), președinte, doamna I. Pelikánová și domnul E. Buttigieg, judecători,

grefier: doamna J. Weychert, administrator,

având în vedere cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 24 mai 2013,

având în vedere memoriul în răspuns depus la grefa Tribunalului la 1 august 2013,

în urma ședinței din 1 iulie 2014,

pronunță prezenta

\* Limba de procedură: engleza.

## Hotărâre

### Istoricul cauzei

- 1 La 1 aprilie 1996, Husky of Tostock Ltd (denumită în continuare „titulara mărcii”) 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 a fost solicitată este semnul verbal HUSKY.
- 3 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasele 3, 9, 14, 16, 18 și 25 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 3: „Înălbitori și alte preparate pentru spălare; preparate pentru curățare, lustruire, degresare și preparate abrazive; săpunuri, parfumerie, uleiuri esențiale, cosmetice, loțiuni pentru păr, preparate și produse de toaletă de uz nemedical, pastă de dinți”;
  - clasa 9: „Ochelari; ochelari de soare; ochelari de protecție contra luminii orbitoare, apărătoare, caschete; binocluri; tocuri pentru ochelari; lămâșoare pentru ochelari; cronografe; busolă; recipiente pentru lentile de contact; rame pentru ochelari; oculare; aparate și instrumente optice; telescoape”;
  - clasa 14: „Bijuterii, pietre prețioase; ceasuri și instrumente de măsurare a timpului”;
  - clasa 16: „Hârtie, carton și produse din aceste materiale neincluse în alte clase; tipărituri; articole de legătorie; fotografii; papetărie; materiale pentru artiști; pensule; mașini de scris și articole de birou (cu excepția mobilierului); material didactic sau pentru învățământ (cu excepția aparatelor); materiale plastice pentru ambalaj (neincluse în alte clase); caractere tipografice; forme de tipar”;
  - clasa 18: „Piele și imitații de piele, produse din aceste materiale neincluse în alte clase; piei de animale; genți, geamantane și valize; umbrele și bastoane; bice și articole de șelărie”;
  - clasa 25: „Cămăși, pantaloni scurți, fuste, bluze, pantaloni, veste, mantouri, hanorace, pălării, cravate, desuuri; lenjerie, galanterie, pijamale, cămăși de noapte, neglijouri, capoate, bluze cu guler, cardigane, pulovere, pulovere groase, bluze, costume de baie; rochii, combinezoane, îmbrăcăminte sport, cizme, pantofi, sandale, papuci, pălării, caschete, fulare, capoate, cape, șorțuri, blue-jeans, șosete, jambiere, ținute de dansatoare, brațări, funde pentru păr, mănuși; mănuși cu un deget, curele; articole pentru acoperirea capului și încălțăminte.”
- 4 La 30 noiembrie 1998, marca solicitată a fost înregistrată sub nr. 152546.
- 5 La 2 aprilie 2006, înregistrarea mărcii a fost reînnoită.
- 6 La 11 martie 2009, reclamanta, Husky CZ, s.r.o., a formulat o cerere de decădere din dreptul asupra mărcii a cărei înregistrare a fost reînnoită (denumită în continuare „marca contestată”), în temeiul articolului 50 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 40/94 [devenit articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009], pentru motivul că această marcă nu făcuse obiectul unei utilizări serioase pentru produsele pentru care fusese înregistrată.

- 7 La 17 martie 2009, Departamentul „Mărci și anulare” din cadrul OAPI a invitat titulara mărcii să prezinte dovada utilizării serioase a mărcii în discuție până la data de 17 iunie 2009.
- 8 La data de 16 iunie 2009, titulara mărcii a depus elemente de probă, dar a explicat că marca contestată era utilizată de titularul unei licențe și că, din acest motiv, solicita o prorogare a termenului pentru a răspunde pe deplin solicitării.
- 9 La data de 19 iunie 2009, Departamentul „Mărci și anulare” a acordat prorogarea solicitată a termenului până la 17 septembrie 2009.
- 10 La data de 9 septembrie 2009, titulara mărcii a depus elemente suplimentare de probă și a indicat că dorește să depună informații cu privire la cheltuielile efectuate pentru promovarea mărcii contestate. Aceasta a solicitat o nouă prorogare a termenului până la 17 octombrie 2009.
- 11 Departamentul „Mărci și anulare” a acordat această prorogare.
- 12 La 19 octombrie 2009, titulara mărcii a depus facturi referitoare la cheltuielile de promovare a mărcii.
- 13 Întrucât reclamanta a formulat o obiecție, Departamentul „Mărci și anulare” a notificat-o titulara mărcii și a invitat-o să depună observații până la data de 13 martie 2010. La 12 martie 2010, titulara mărcii a indicat că dovezile erau aproape complete și a solicitat un termen suplimentar de o lună, furnizând totodată justificări pentru prelungirea termenului. Departamentul i-a admis cererea.
- 14 La data de 9 aprilie 2010, titulara mărcii a depus elemente suplimentare de probă.
- 15 Prin Decizia din 16 februarie 2012, divizia de anulare a OAPI a admis în parte cererea de decădere. Aceasta a statuat că marca contestată putea rămâne înregistrată pentru produsele care corespund următoarei descrieri:
  - „genți” din clasa 18;
  - „cămăși, pantaloni, veste, mantouri, hanorace, bluze cu guler, pulovere, pulovere groase, cizme, pantofi, pălării, blue-jeans, curele; încălțăminte”, din clasa 25.
- 16 La 16 februarie 2012, reclamanta a formulat la OAPI o cale de atac împotriva deciziei diviziei de anulare în temeiul articolelor 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009.
- 17 Prin decizia din 14 martie 2013 (denumită în continuare „decizia atacată”), Camera întâi de recurs a OAPI a respins calea de atac.
- 18 În primul rând, în ceea ce privește argumentul invocat de reclamantă, potrivit căruia diversele prorogări de termen au fost acordate titulara mărcii în mod greșit în lipsa unui acord prealabil din partea celeilalte părți, camera de recurs a apreciat că norma 71 alineatul (2) 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 (denumit în continuare „regulamentul de punere în aplicare”), trebuia interpretată, în versiunea sa în limba engleză, în lumina celorlalte versiuni lingvistice ale acestei dispoziții, precum și a alineatului (1) al acestei norme. În opinia acesteia, atunci când o parte solicită o prorogare de termen, OAPI poate, fără a fi obligat în acest sens, să solicite acordul celeilalte părți și trebuie, în special atunci când decide să nu solicite acest acord, să țină seama de împrejurările care stau la baza cererii de prorogare a termenului.
- 19 Pentru a justifica faptul că Departamentul „Mărci și anulare” decisese în mod întemeiat acordarea prorogărilor fără a le condiționa de acordul celeilalte părți camera de recurs a subliniat că, în speță, acest departament a considerat că anumite documente care dovedeau utilizarea serioasă a mărcii

contestate nu puteau fi furnizate decât de un terț cu sediul în străinătate, ceea ce constituia una dintre împrejurările acceptate. În plus, titulara mărcii ar fi prezentat probe și motive rezonabile pentru a solicita o prorogare de termen. Pe de altă parte, termenul solicitat era scurt și era în interesul procedurii ca o decizie referitoare la o problemă atât de importantă precum decăderea să nu fie luată în grabă. De asemenea, după ce reclamanta a susținut că utilizarea mărcii contestate era realizată de un terț, iar nu de titulara mărcii, Departamentul „Mărci și anulare” era, în opinia camerei de recurs, în drept să invite titulara mărcii să formuleze comentarii în această privință și să accepte dovezi prezentate de aceasta din urmă.

- 20 Camera de recurs a subliniat că, deși în speță posibilitățile de a prezenta probe fuseseră mai numeroase decât ceea ce se obișnuiește în materie de decădere, divizia de anulare a dat dovadă de flexibilitate atunci când a acceptat prorogările, ținând seama de complexitatea cauzei și întrucât marca contestată fusese utilizată de mai multe entități pe parcursul perioadei relevante.
- 21 În al doilea rând, în ceea ce privește argumentul reclamantei potrivit căruia titulara mărcii nu a depus traduceri în engleză ale documentelor redactate în limba italiană, ceea ce ar fi împiedicat posibilitatea de a constata că termenul „husky” este un termen generic în această din urmă limbă, camera de recurs a subliniat mai întâi că titulara mărcii tradusesese documentele sau extrasele de documente care aveau texte lungi. Reclamanta nu ar fi indicat elementele de probă care ar fi trebuit traduse și nu s-ar fi plâns de lipsa unei traduceri atunci când i s-a solicitat să formuleze comentarii cu privire la înscrisurile comunicate. Ea nu ar fi făcut referire la lipsa de traduceri decât o singură dată, referindu-se la un document care nu era determinant pentru soluționarea cauzei.
- 22 Pe de altă parte, din fotografiile prezentate ar rezulta că termenul „husky” este utilizat ca un nume de marcă înregistrată. Nu ar fi vorba despre un termen generic în limba italiană. Termenul „husky” ar apărea într-un dicționar online drept un „Nume comercial ° al unei cabane impermeabile matlasate” („Nome commerciale ° di un giaccone impermeabile trapuntato”), ceea ce ar confirma că este vorba despre o marcă înregistrată.
- 23 În al treilea rând, în ceea ce privește argumentul reclamantei potrivit căruia divizia de anulare a examinat probe care nu priveau perioada relevantă sau nu erau datate, camera de recurs a arătat că înscrisurile citate de reclamantă se refereau la facturi a căror dată se încadra în perioada relevantă. Celelalte înscrisuri citate de reclamantă ar avea ca unic scop să demonstreze modul în care marca apare pe îmbrăcăminte și gama de produse pentru care este utilizată, astfel încât faptul că ele nu sunt datate nu ar fi relevant.
- 24 Pe de altă parte, în ceea ce privește argumentul întemeiat pe faptul că înscrisurile dovedesc utilizarea serioasă a unei mărci figurative, care nu ar putea fi utilă contestate, care este o marcă verbală, camera de recurs a subliniat că, în speță, era în discuție o singură marcă și că Hotărârea din 13 septembrie 2007, Il Ponte Finanziaria/OAPI (C-234/06 P, Rep., EU:C:2007:514), invocată de reclamantă, nu era relevantă în cauză.
- 25 Camera de recurs a adăugat că modul în care marca HUSKY a fost utilizată pe produse, cu o ușoară stilizare a literelor sau cu un logo reprezentând litera „h” însoțită de un element figurativ reprezentând un câine husky, nu afectează caracterul distinctiv al mărcii, astfel cum a fost ea înregistrată. Acest caracter distinctiv ar rezulta exclusiv din conceptul de „husky”, care este un câine tipic din regiunile arctice.
- 26 În sfârșit, camera de recurs a răspuns alegațiilor reclamantei referitoare la utilizarea mărcii de către titulara acesteia și la probele aferente, apreciind că această titulară a explicat în timp util modul în care marca sa fusese utilizată de mai mulți titulari de licență de-a lungul timpului și sub ce formă.

## Concluziile părților

27 Reclamanta solicită Tribunalului:

- anularea deciziei atacate,
- obligarea OAPI și a titularii mărcii la plata cheltuielilor de judecată.

28 OAPI solicită Tribunalului:

- respingerea acțiunii,
- obligarea reclamantei la plata cheltuielilor de judecată.

## În drept

29 Reclamanta invocă trei motive. Primul este întemeiat pe luarea în considerare a unor elemente de probă depuse peste termen, al doilea pe luarea în considerare a unor documente netraduse și al treilea pe luarea în considerare a unor documente nedatate.

*Cu privire la motivul întemeiat pe luarea în considerare a unor elemente de probe depuse peste termen*

30 În susținerea acestui motiv, reclamanta consideră că OAPI nu ar fi trebuit să ia în considerare elementele de probă depuse de titulara mărcii după termenul stabilit pentru a răspunde cererii de decădere. În primul rând, în opinia sa, norma 71 alineatul (2) din regulamentul de punere în aplicare trebuie interpretată în sensul că acordarea unei prorogări de termen solicitate de o parte este condiționată de acordul celeilalte părți. OAPI ar fi interpretat în mod eronat versiunea engleză a acestei norme. Reclamanta se întemeiază și pe versiunea cehă a respectivei dispoziții, care ar fi logic să se aplice. Această versiune ar fi identică cu versiunea engleză și cu versiunea slovacă ale aceleiași dispoziții.

31 OAPI contestă această argumentație.

32 Cu titlu introductiv, trebuie amintit că, potrivit normei 40 alineatele (1)-(5) din regulamentul de punere în aplicare:

- „(1) Fiecare cerere de decădere sau de declarare a nulității care este considerată depusă este notificată proprietarului mărcii comunitare. În cazul în care [OAPI] constată că cererea este admisibilă, el invită proprietarul mărcii comunitare să-și depună observațiile într-un termen pe care îl stabilește.
- (2) În cazul în care titularul nu prezintă nicio observație, [OAPI] poate să statueze cu privire la decădere sau la nulitate în funcție de dovezile de care dispune.
- (3) [OAPI] comunică solicitantului orice observație a titularului mărcii comunitare și îl invită, în cazul în care consideră necesar, să își prezinte observațiile în replică într-un termen stabilit.
- (4) Cu excepția cazului în care norma 69 prevede sau permite altfel, toate observațiile depuse de părți sunt trimise celeilalte părți în cauză.
- ”

- (5) În cazul unei cereri de decădere bazate pe articolul 50 alineatul (1) alineatul (1) litera (a) din [Regulamentul nr. 40/94], [OAPI] invită proprietarul mărcii comunitare să prezinte dovada utilizării reale a mărcii, într-un termen pe care îl stabilește. În cazul în care dovada nu este furnizată în termenul stabilit, marca comunitară este revocată. Norma 22 alineatele (2), (3) și (4) se aplică *mutatis mutandis*.”
- 33 Trebuie amintit că, potrivit normei 71 alineatul (1) din regulamentul de punere în aplicare referitoare la durata termenelor:
- „Atunci când [Regulamentul nr. 40/94] sau prezentul regulament de punere în aplicare prevăd un termen care trebuie stabilit de către [OAPI], acest termen nu poate, în cazul în care partea în cauză are domiciliul, sediul sau o unitate în Comunitate, să fie mai mic de o lună sau, în cazul în care aceste condiții nu sunt îndeplinite, mai mic de două luni și mai mare de șase luni. Atunci când circumstanțele o justifică, [OAPI] poate proroga termenul la solicitarea părții interesate, depusă înainte de împlinirea respectivului termen.”
- 34 Versiunea engleză a normei 71 alineatul (2) din regulamentul de punere în aplicare prevede că, „[a]tunci când există două sau mai multe părți, [OAPI] poate proroga termenul cu acordul celorlalte părți”. Reclamanta subliniază că versiunile cehă și slovacă ale acestei dispoziții sunt asemănătoare versiunii engleze și că, ținând cont și de locul de stabilire, în speță ar fi logic să se aplice versiunea cehă.
- 35 Este cert că versiunea engleză, precum și anumite alte versiuni lingvistice ale dispoziției în cauză sunt diferite de versiunile germană, spaniolă, franceză și italiană ale respectivei dispoziții, care formează, alături de versiunea engleză, cele cinci limbi de lucru ale OAPI. Norma 71 alineatul (2) din regulamentul de punere în aplicare, în versiunile germană, spaniolă, franceză și italiană, dar, cu titlu de exemplu, și în versiunile bulgară, greacă, portugheză și română, dispune că, „[a]tunci când există două sau mai multe părți, [OAPI] poate condiționa prorogarea termenului de acordul celorlalte părți”.
- 36 OAPI subliniază că în publicările oficiale și pe site-ul său internet a inserat o notă de subsol în ceea ce privește versiunea engleză a normei 71 alineatul (2) din regulamentul de punere în aplicare, pentru a indica că această dispoziție trebuie să aibă următorul conținut: „[...] [OAPI] poate condiționa prorogarea termenului de acordul celorlalte părți”. În opinia sa, ar trebui să prevaleze dispoziția, astfel cum rezultă din versiunile germană, spaniolă, franceză și italiană.
- 37 Mai întâi, trebuie amintit că, potrivit unei jurisprudențe constante, necesitatea unei aplicări și, prin urmare, a unei interpretări uniforme a unui act al Uniunii exclude posibilitatea ca acesta să fie privit în mod izolat în una dintre versiunile sale, impunând, dimpotrivă, ca el să fie interpretat atât în funcție de voința reală a autorului, cât și în funcție de scopul urmărit de acesta din urmă, în special în lumina versiunilor întocmite în toate celelalte limbi oficiale (Hotărârea din 3 iunie 2010, *Internetportal und Marketing*, C-569/08, Rep., EU:C:2010:311, punctul 35, și Hotărârea din 9 iunie 2011, *Eleftheri tileorasi și Giannikos*, C-52/10, Rep., EU:C:2011:374, punctul 23).
- 38 Pentru aplicarea și interpretarea sa, norma 71 alineatul (2) din regulamentul de punere în aplicare nu poate fi, așadar, examinată într-o singură versiune lingvistică.
- 39 În continuare, din textul dispozițiilor regulamentul de punere în aplicare nu rezultă că alineatul (2) al normei 71 ar trebuie să se aplice și să se interpreteze altfel decât coroborat cu alineatul (1) al acestei norme.
- 40 Astfel, trebuie subliniat că s-a statuat deja, în legătură cu norma 71 alineatul (1) a doua teză din regulamentul de punere în aplicare, că prorogarea termenelor nu se face în mod automat, ci depinde de circumstanțele proprii fiecărui caz particular, de natură să o justifice, precum și de formularea unei cereri de prorogare [Hotărârea din 12 decembrie 2007, *K & L Ruppert Stiftung/OAPI – Lopes de*

Almeida Cunha și alții (CORPO livre), T-86/05, Rep., EU:T:2007:379, punctul 21]. S-a mai precizat că, deși prorogarea depinde de circumstanțele proprii fiecărui caz particular, de natură să o justifice, precum și de formularea unei cereri de prorogare, acest lucru este valabil cu atât mai mult într-o procedură *inter partes*, în cadrul căreia un avantaj acordat uneia dintre părți reprezintă un dezavantaj pentru cealaltă, OAPI trebuind să vegheze la menținerea imparțialității sale față de părți (în ceea ce privește o procedură de opoziție, Hotărârea CORPO livre, citată anterior, EU:T:2007:379, punctul 21).

- 41 În ceea ce privește o procedură *inter partes* în speță, este necesar să se considere că prorogarea unui termen trebuie de asemenea să fie justificată de circumstanțe atunci când titulara mărcii solicită o astfel de prorogare pentru a furniza dovezile privind utilizarea mărcii contestate. Părțile au recunoscut de altfel că circumstanțele, în sensul normei 71 alineatul (1) din regulamentul de punere în aplicare, trebuiau să justifice prorogările atunci când acestea sunt solicitate în cadrul alineatului (2) al normei menționate.
- 42 Partea care solicită prorogarea are obligația să precizeze circumstanțele susceptibile să o justifice, din moment ce această prorogare este solicitată și eventual acordată în interesul său. Pe de altă parte, în cazul în care aceste circumstanțe sunt, precum în speță, proprii părții care solicită prorogarea, aceasta din urmă este singura care poate informa în mod util OAPI cu privire la obiectul lor (a se vedea în acest sens Hotărârea CORPO livre, punctul 40 de mai sus, EU:T:2007:379, punctul 22).
- 43 Or, deși alineatul (2) al normei 71 din regulamentul de punere în aplicare trebuie interpretat în coroborare cu alineatul (1) al aceleiași norme, este necesar să se considere că acest paragraf permite OAPI, în cazul în care există două sau mai multe părți, să condiționeze prorogarea termenului de acordul celorlalte părți, iar nu, cum susține reclamanta, că condiționează respectiva prorogare de acordul părților.
- 44 O interpretare precum cea propusă de reclamantă ar ajunge să confere numai părților, în speță reclamanta din prezenta cauză, decizia de a proroga sau de a nu proroga termenele solicitate, în timp ce această decizie ține de aprecierea OAPI și de posibilitatea care îi este conferită, în cadrul rolului său imparțial, de a proroga termenele în temeiul normei 71 alineatul (1) din regulamentul de punere în aplicare.
- 45 În sfârșit și în plus, a condiționa prorogarea termenului doar de acordul părților ar putea avea ca efect, după cum subliniază în mod întemeiat OAPI, privarea părții care solicită prorogarea de posibilitatea de a se apăra. Aceasta ar putea de asemenea contraveni unei bune administrări a procedurii și scopului urmărit de norma 71, care permite tocmai prorogarea termenelor atunci când împrejurările o justifică.
- 46 Camera de recurs nu a săvârșit, așadar, o eroare atunci când a apreciat că norma 71 alineatul (2) din regulamentul de punere în aplicare trebuie interpretată în sensul că, atunci când o parte, într-o procedură *inter partes*, solicită o prorogare de termen, OAPI poate, fără a fi obligat în acest sens, să solicite acordul celeilalte părți și că această dispoziție trebuie interpretată în coroborare cu alineatul (1) al acestei norme, care determină obligația OAPI de a ține cont, mai ales atunci când decide să nu solicite acordul celeilalte părți, de circumstanțele care stau la baza cererii de prorogare a termenului.
- 47 În al doilea rând, reclamanta susține că circumstanțele care trebuiau să justifice prorogarea termenului, potrivit normei 71 alineatul (1) din regulamentul de punere în aplicare, nu erau reunite în speță, pentru motivul, pe de o parte, că titulara mărcii fusese de la început în posesia documentului care atestă utilizarea de către un terț a mărcii contestate.
- 48 Or, este suficient să se arate că, presupunând că acest lucru este dovedit, doar contractul de licență nu este de natură să demonstreze prin el însuși utilizarea mărcii contestate și era necesară prezentarea unor elemente suplimentare pentru a face o astfel de dovadă, ceea ce putea așadar justifica prorogările de termene acordate.

- 49 Pe de altă parte, reclamanta susține că titulara mărcii ar fi utilizat prorogările de termene pentru a elabora noi elemente de probă. Totuși, un astfel de argument nu poate fi reținut, din moment ce nu se bazează pe nicio probă.
- 50 În lumina argumentelor invocate de reclamantă în susținerea obiecției sale, camera de recurs nu a săvârșit, așadar, nicio eroare considerând că, date fiind înscrisurile care urmau a fi depuse, comportamentul titularii mărcii și motivele invocate de aceasta din urmă, prorogările termenelor puteau fi justificate de circumstanțe.
- 51 Rezultă din tot ceea ce precedă că primul motiv trebuie respins ca nefondat.

*Cu privire la motivul întemeiat pe luarea în considerare a unor documente netraduse*

- 52 Reclamanta susține că termenul „husky” este un termen generic în italiană pentru a desemna veste și chiar, mai precis, o vestă de iarnă căptușită, potrivit mai multor dicționare. Extrasele de pe site-urile internet prezentate de aceasta demonstau în această privință că vestele sunt desemnate prin termenul „husky”, iar dicționarul online citat de OAPI ar demonstra că protecția mărcii contestate este limitată la un singur tip de produse, respectiv vestele căptușite. Simpla existență a mărcii contestate nu ar împiedica posibilitatea ca termenul „husky” să devină un termen generic, o astfel de posibilitate fiind vizată de articolul 51 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009. Ar fi fost necesar să se traducă toate documentele în engleză și să nu se accepte cele în versiunea italiană netraduse.
- 53 OAPI contestă această argumentație.
- 54 Referitor, mai întâi, la argumentul potrivit căruia unele documente ar fi trebuit să fie traduse înainte de a fi comunicate, trebuie subliniat, cu titlu introductiv, că norma 22 alineatul (6) din regulamentul de punere în aplicare, invocată de OAPI pentru a justifica faptul că, în lipsa unei cereri exprese a reclamantei, nu era obligat să solicite titularii mărcii traducerea în limba de procedură a documentelor care atestă utilizarea serioasă a mărcii respective, este o dispoziție aplicabilă în procedurile de opoziție. Norma 40 alineatul (5) din regulamentul de punere în aplicare, aplicabilă în procedurile de decădere, nu prevede în mod expres că norma 22 alineatul (6) din regulamentul de punere în aplicare se aplică *mutatis mutandis* în aceste proceduri.
- 55 Totuși, este necesar să se arate că norma 22 alineatul (6) din regulamentul de punere în aplicare completează și clarifică dispozițiile normei 22 alineatele (2)-(4) din același regulament, aplicabile *mutatis mutandis* în procedurile de decădere în temeiul normei 40 alineatul (5) din regulamentul menționat. În aceste împrejurări, norma 22 alineatul (6) din regulamentul de punere în aplicare este aplicabilă într-o procedură de decădere întemeiată pe articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009, ceea ce părțile nu contestă de altfel.
- 56 Din textul normei 22 alineatul (6) din regulamentul de punere în aplicare rezultă că OAPI are posibilitatea să solicite traducerea documentelor care nu au fost prezentate în limba de procedură părții care a prezentat documentele respective [Hotărârea din 27 septembrie 2012, El Corte Inglés/OAPI – Pucci International (Emidio Tucci), T-373/09, EU:T:2012:500, punctul 24].
- 57 Or, OAPI nu a săvârșit nicio eroare atunci când nu a solicitat traducerea în engleză a unor documente prezentate în limba italiană. Pe de o parte, reclamanta nu a contestat faptul că nu a solicitat ea însăși pe parcursul procedurii de decădere ca titulara mărcii să prezinte traducerea respectivelor documente. Pe de altă parte, argumentul reclamantei se concentrează asupra extraselor dintr-un dicționar online, în care se regăsesc traduceri de cuvinte din engleză în italiană sau din italiană în engleză, ceea ce face inutilă orice solicitare de traducere.



- 58 În ceea ce privește argumentul care vizează articolul 51 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009 și potrivit căruia înscrisurile depuse demonstau că termenul „husky” este un termen generic utilizat în italiană pentru a desemna „veste”, trebuie arătat că în ședință reclamanta a recunoscut că cererea sa de decădere s-a întemeiat doar pe articolul 51 alineatul (1) litera (a) din regulamentul amintit și că nu pretindea, în cadrul acestei cereri, că termenul „husky” are o natură generică.
- 59 Rezultă din cele de mai sus că al doilea motiv trebuie respins ca nefondat.

*Cu privire la motivul întemeiat pe luarea în considerare a unor documente nedatate*

- 60 Potrivit reclamantei, toate documentele trebuie să fie datate și să corespundă perioadei relevante cuprinse între 11 martie 2004 și 10 martie 2009. În ceea ce privește fotografiile unor produse prezentate de titulara mărcii, reclamanta susține că OAPI a săvârșit o eroare atunci când, pentru a determina gama de produse pentru care este utilizată marca contestată, s-a întemeiat pe documente nedatate sau care nu conțin niciun indiciu care să permită datarea lor. Hotărârea Il Ponte Finanziaria/OAPI, punctul 24 de mai sus (EU:C:2007:514), ar fi relevantă în speță întrucât privește problema dacă utilizarea unei mărci înregistrate sub o formă ușor diferită poate fi extinsă la marca în litigiu care este similară. Astfel, camera de recurs ar fi trebuit să ignore elementele de probă care arată că semnul HUSKY este utilizat sub o formă diferită de cea protejată prin marca contestată. OAPI ar fi săvârșit o eroare afirmând că logoul utilizat va fi perceput de un consumator suficient de atent drept abrevierea termenului „husky” și elementul figurativ al imaginii câinelui drept reprezentarea semnificației acestui termen. Această argumentație nu ar fi relevantă pentru aplicarea articolului 15 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009. În sfârșit, facturile depuse de titulara mărcii nu ar permite să se stabilească ce marcă sau ce semn neînregistrat al titularii a fost utilizat pe produsele la care se referă facturile.
- 61 OAPI contestă această argumentație.
- 62 Referitor, mai întâi, la argumentul potrivit căruia toate documentele nedatate nu ar fi trebuit luate în considerare și nu ar putea demonstra utilizarea mărcii contestate în perioada avută în vedere, trebuie amintit că, în conformitate cu norma 22 alineatul (3) din regulamentul de punere în aplicare, care se aplică *mutatis mutandis* în procedurile de decădere în temeiul normei 40 alineatul (5) din același regulament, dovada utilizării serioase a unei mărci trebuie să privească, cu titlu de cerințe cumulative, locul, timpul, măsura și natura utilizării mărcii [a se vedea în acest sens Hotărârea din 8 iulie 2004, Sunrider/OAPI – Espadafor Caba (VITAFRUIT), T-203/02, Rec., EU:T:2004:225, punctul 37, și Hotărârea din 27 septembrie 2007, La Mer Technology/OAPI – Laboratoires Goëmar (LA MER), T-418/03, EU:T:2007:299, punctul 52].
- 63 Aprecierea caracterului serios al utilizării mărcii trebuie să se bazeze pe ansamblul faptelor și al împrejurărilor adecvate pentru a stabili realitatea exploatarei comerciale a acesteia, în special pe utilizările considerate justificate în sectorul economic vizat pentru menținerea sau pentru crearea cotelor de piață în beneficiul produselor sau al serviciilor protejate de marcă, pe natura acestor produse sau a acestor servicii, pe caracteristicile pieței, pe întinderea și pe frecvența utilizării mărcii (a se vedea Hotărârea LA MER, punctul 62 de mai sus, EU:T:2007:299, punctul 55 și jurisprudența citată).
- 64 Pentru a examina, într-o cauză, caracterul serios al utilizării unei mărci anterioare este necesar să se efectueze o apreciere globală ținând seama de toți factorii relevanți din speță. Această apreciere implică o anumită interdependență a factorilor luați în considerare (Hotărârea VITAFRUIT, punctul 62 de mai sus, EU:T:2004:225, punctul 42).

- 65 Trebuie subliniat că, deși norma 22 din Regulamentul nr. 2868/95 se referă la indicații privind locul, durata, importanța și natura utilizării și oferă exemple de probe admisibile, cum ar fi ambalajele, etichetele, listele de prețuri, cataloagele, facturile, fotografiile, anunțurile în ziare și declarațiile scrise, această normă nu prevede în niciun mod că fiecare element de probă trebuie să cuprindă obligatoriu informații privind fiecare dintre cele patru elemente care trebuie să facă obiectul probei utilizării serioase, și anume locul, durata, importanța și natura utilizării [Hotărârea din 16 noiembrie 2011, Buffalo Milke Automotive Polishing Products/OAPI – Werner & Mertz (BUFFALO MILKE Automotive Polishing Products), T-308/06, Rep., EU:T:2011:675, punctul 61, și Hotărârea din 24 mai 2012, TMS Trademark-Schutzrechtsverwertungsgesellschaft/OAPI – Comercial Jacinto Parera (MAD), T-152/11, EU:T:2012:263, punctul 33].
- 66 În plus, rezultă dintr-o jurisprudență constantă că nu este exclusă posibilitatea ca un fascicul de elemente de probă să permită demonstrarea faptelor care trebuie dovedite, deși fiecare dintre aceste elemente, luat izolat, nu ar putea face dovada exactității acestor fapte (Hotărârea din 17 aprilie 2008, Ferrero Deutschland/OAPI, C-108/07 P, EU:C:2008:234, punctul 36, și Hotărârea MAD, punctul 65 de mai sus, EU:T:2012:263, punctul 34).
- 67 Trebuie amintit că tocmai luarea în considerare a tuturor elementelor supuse aprecierii camerei de recurs trebuie să permită realizarea probei privind utilizarea serioasă a mărcii contestate.
- 68 Argumentul prin care reclamanta se limitează să susțină că documentele nedatate nu pot demonstra utilizarea mărcii contestate în perioada relevantă nu poate fi așadar primit cu atât mai mult cu cât fotografiile unor produse pe care reclamanta le-a menționat în fața camerei de recurs ca exemple de documente nedatate, astfel cum reiese din decizia atacată, pot avea ca scop să arate modul în care marca contestată apare pe îmbrăcăminte și gama de produse pentru care ea este utilizată, ceea ce nu necesită ca ele să fie datate. În aceste condiții, camera de recurs a putut în mod valabil să aprecieze că nedatarea fotografiilor prezentate ca elemente de probă nu era relevantă.
- 69 De asemenea, nu se poate primi argumentul reclamantei vizând înlăturarea facturilor depuse de titulara mărcii pentru motivul că ele nu ar permite să se stabilească dacă ele privesc marca contestată sau vreun alt semn ori vreo altă marcă. Faptul că aceste facturi nu precizează dacă ele privesc produse acoperite de marca contestată nu poate determina să se considere că ele se raportează *ipso facto* la alte mărci. Cel mult, în cadrul analizei fasciculului de elemente de probă, valoarea probatorie a acestor facturi poate fi redusă, dar nu înlăturată.
- 70 În sfârșit, în ceea ce privește argumentul potrivit căruia camera de recurs ar fi trebuit să considere Hotărârea Il Ponte Finanziaria/OAPI, punctul 24 de mai sus (EU:C:2007:514), ca fiind relevantă în speță, în primul rând, este necesar să se arate că, în cauza în care s-a pronunțat hotărârea menționată, contextul factual era diferit de cel din prezenta cauză. Astfel, din cuprinsul punctului 85 din aceeași hotărâre rezultă că utilizarea primei mărci nu putea servi drept probă privind utilizarea serioasă a celei de a doua mărci întrucât ea nu fusese dovedită. Spre deosebire de cauza amintită, în speță nu a fost contestată utilizarea mărcii figurative constând în cuvântul „husky” scris cu litere ușor stilizate și însoțit de simbolul ®, care este utilizată pentru a demonstra utilizarea mărcii verbale HUSKY.
- 71 În al doilea rând, trebuie arătat că în Hotărârea Il Ponte Finanziaria/OAPI, punctul 24 de mai sus (EU:C:2007:514, punctul 86), s-a statuat că o marcă înregistrată poate fi considerată utilizată dacă se face dovada utilizării acestei mărci sub o formă ușor diferită de cea sub care a fost înregistrată. Faptul că, în aceeași hotărâre, s-a precizat că nu este însă permis ca, prin proba privind utilizarea, să se extindă protecția de care beneficiază o marcă înregistrată la o altă marcă înregistrată a cărei utilizare serioasă nu a fost demonstrată pentru motivul că aceasta din urmă este doar o simplă variantă a primei este lipsit de relevanță în prezenta cauză. Astfel, titulara mărcii contestate nu a revendicat protecția drepturilor asupra acestei mărci doar pentru că o altă marcă a fost înregistrată.

- 72 În al treilea rând, pentru a demonstra utilizarea unei mărci, titulara acesteia se poate prevala în mod valabil de utilizarea sa sub o formă care diferă de cea sub care această marcă a fost înregistrată fără ca diferențele dintre aceste două forme să altereze caracterul distinctiv al acestei mărci, chiar dacă această formă diferită este ea însăși înregistrată ca marcă (a se vedea în acest sens Hotărârea din 25 octombrie 2012, Rintisch, C-553/11, Rep., EU:C:2012:671, punctul 30). În speță, reclamanta nu a invocat o alterare oarecare a caracterului distinctiv al mărcii contestate. Titulara acesteia a putut, așadar, în mod valabil să se prevaleze de utilizarea ei sub o formă care diferă de cea sub care a fost înregistrată această marcă.
- 73 În sfârșit, nu s-a contestat faptul că marca verbală HUSKY a fost în mod esențial utilizată cu litere majuscule negre. Faptul că, în legătură cu proba utilizării, camera de recurs ar fi luat în considerare o altă marcă sau semne precum un logo reprezentând litera „h” sau un element figurativ reprezentând un câine husky nu este, așadar, determinant, astfel încât argumentul reclamantei prin care contestă această luare în considerare nu poate fi primit. Trebuie de altfel subliniat că reclamanta nu neagă faptul că diferențele dintre marca contestată și cealaltă marcă se limitau la o ușoară stilizare a literelor și că literele erau foarte grupate, dar nici faptul că marca contestată, pe de o parte, și semnele precum logoul reprezentând litera „h” sau elementul figurativ al imaginii câinelui husky, pe de altă parte, erau sistematic afișate în mod separat pe produse.
- 74 Din cele de mai sus rezultă că al treilea motiv trebuie considerat nefondat.
- 75 Acțiunea trebuie, așadar, respinsă.

#### **Cu privire la cheltuielile de judecată**

- 76 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. Întrucât reclamanta a căzut în pretenții, se impune obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată efectuate de OAPI, conform concluziilor acestuia.

Pentru aceste motive,

TRIBUNALUL (Camera întâi)

declară și hotărăște:

- 1) Respinge acțiunea.**
- 2) Obligă Husky CZ s.r.o. la plata cheltuielilor de judecată.**

Kanninen

Pelikánová

Buttigieg

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 13 februarie 2014.

Semnături