

V

(Anuncios)

PROCEDIMIENTOS JURISDICCIONALES

TRIBUNAL DE JUSTICIA

Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Primera) de 22 de septiembre de 2011 — Reino de Bélgica/Deutsche Post AG, DHL International, Comisión Europea

(Asunto C-148/09 P) ⁽¹⁾

[*Recurso de casación — Recurso de anulación — Ayudas de Estado — Artículo 88 CE, apartado 3 — Reglamento (CE) n° 659/1999 — Decisión de la Comisión de no formular objeciones — Concepto de «dudas» — Servicios de interés económico general*]

(2011/C 331/02)

Lengua de procedimiento: alemán

Partes

Recurrente: Reino de Bélgica (representantes: C. Pochet, T. Materne, agentes, J. Meyers, advocaat)

Otras partes en el procedimiento: Deutsche Post AG (representantes: T. Lübbig y J. Sedemund, Rechtsanwälte), DHL International (representantes: T. Lübbig y J. Sedemund, Rechtsanwälte), Comisión Europea (representantes: B. Martenczuk y D. Grespan, agentes)

Objeto

Recurso de casación interpuesto contra la sentencia del Tribunal de Primera Instancia (Sala Segunda), de 10 de febrero de 2009, Deutsche Post y DHL International/Comisión (T-388/03), por la que el Tribunal de Primera Instancia anuló la Decisión C(2003) 2508 final de la Comisión, de 23 de julio de 2003, de no formular objeciones tras el procedimiento de examen previo previsto en el artículo 88 CE, apartado 3, contra varias medidas adoptadas por las autoridades belgas en beneficio de La Poste SA — Compensación de los costes netos de los servicios de interés económico general — Calificación errónea de determinadas circunstancias de indicio de que existen dificultades serias que precisan la apertura del procedimiento de investigación formal — Consideración de motivos inadmisibles — Vulneración del principio de seguridad jurídica.

Fallo

1) *Desestimar el recurso de casación.*

2) *Condenar en costas al Reino de Bélgica y a la Comisión Europea.*

⁽¹⁾ DO C 167, de 18.7.2009.

Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Primera) de 22 de septiembre de 2011 [petición de decisión prejudicial planteada por la High Court of Justice (Chancery Division) — Reino Unido] — Interflora Inc, Interflora British Unit/Marks & Spencer plc, Flower Direct Online Limited

(Asunto C-323/09) ⁽¹⁾

[*Marcas — Publicidad en Internet a partir de palabras claves («keyword advertising») — Elección por el anunciante de una palabra clave correspondiente a la marca de renombre de un competidor — Directiva 89/104/CEE — Artículo 5, apartados 1, letra a), y 2 — Reglamento (CE) n° 40/94 — Artículo 9, apartado 1, letras a) y c) — Requisito de menoscabo de una de las funciones de la marca — Menoscabo del carácter distintivo de una marca de renombre («dilución») — Provecho obtenido indebidamente del carácter distintivo o de la notoriedad de dicha marca («parasitismo»)]*

(2011/C 331/03)

Lengua de procedimiento: inglés

Órgano jurisdiccional remitente

High Court of Justice (Chancery Division)

Partes en el procedimiento principal*Demandantes:* Interflora Inc, Interflora British Unit*Demandadas:* Marks & Spencer plc, Flower Direct Online Limited**Objeto**

Petición de decisión prejudicial — High Court of Justice (Chancery Division) — Interpretación de los artículos 5, apartado 1, letra a), y 5, apartado 2, de la Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo, de 21 de diciembre de 1988, relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO L 140, p. 1); del artículo 9, apartado 1, letras a)

y c), del Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria (DO L 11, p. 1), y de los artículos 12, apartado 1, 13, apartado 1, y 14, apartado 1, de la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) (DO L 178, p. 1) — Concepto de «uso» de la marca — Inscripción, por parte de un empresario, de un signo idéntico a una marca ante un prestador de servicios que explota un motor de búsqueda en Internet, con el fin de que, al introducir dicho signo como término de búsqueda, aparezca automáticamente en pantalla el URL de su página web, que ofrece bienes y servicios idénticos a los designados por la marca («AdWords») — Servicio de entrega de flores.

Fallo

1) Los artículos 5, apartado 1, letra a), de la Primera Directiva 89/104/CEE del Consejo de 21 de diciembre de 1988 relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados Miembros en materia de marcas, y 9, apartado 1, letra a), del Reglamento (CE) n° 40/94 del Consejo, de 20 de diciembre de 1993, sobre la marca comunitaria, deben interpretarse en el sentido de que el titular de una marca está facultado para prohibir que un competidor haga publicidad —a partir de una palabra clave idéntica a esa marca que el citado competidor seleccionó en el marco de un servicio de referenciación en Internet sin el consentimiento del titular— de productos o servicios idénticos a aquellos para los que la marca esté registrada, cuando dicho uso pueda menoscabar una de las funciones de la marca. Este uso:

— menoscaba la función de indicación del origen de la marca cuando la publicidad mostrada a partir de la palabra clave no permite o permite difícilmente al consumidor normalmente informado y razonablemente atento determinar si los productos o servicios designados por el anuncio proceden del titular de la marca o de una empresa vinculada económicamente a éste o si, por el contrario, proceden de un tercero;

— en el marco de un servicio de referenciación de las características del que se trata en el litigio principal, no menoscaba la función publicitaria de la marca, y;

— menoscaba la función de inversión de la marca si supone un obstáculo esencial para que dicho titular emplee su marca para adquirir o conservar una reputación que permita atraer a los consumidores y ganarse una clientela fiel.

2) Los artículos 5, apartado 2, de la Directiva 89/104 y 9, apartado 1, letra c), del Reglamento n° 40/94 deben interpretarse en el sentido de que el titular de una marca de renombre está facultado para prohibir que un competidor haga publicidad a partir de una palabra clave correspondiente a dicha marca que el mencionado competidor seleccionó en el marco de un servicio de referenciación en Internet sin el consentimiento del citado titular, cuando de ese modo el competidor obtiene indebidamente provecho del carácter distintivo o de la notoriedad de la marca (parasitismo) o cuando dicha publicidad menoscaba su carácter distintivo (dilución) o su notoriedad (difuminación).

En particular, una publicidad realizada a partir de esa palabra clave menoscaba el carácter distintivo de la marca de renombre (dilución), si contribuye a que dicha marca se desnaturalice transformándose en un término genérico.

En cambio, el titular de una marca de renombre no está facultado para prohibir, concretamente, publicidad mostrada por sus competidores a partir de palabras clave correspondientes a dicha marca y que proponga una alternativa frente a los productos o a los servicios del titular de ésta sin ofrecer una simple imitación de los productos o de los servicios del titular de dicha marca, sin causar una dilución o una difuminación y sin menoscabar por lo demás las funciones de la mencionada marca de renombre.

(¹) DO C 282, de 21.11.2009.

Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Primera) de 22 de septiembre de 2011 [petición de decisión prejudicial planteada por Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Reino Unido] — Budějovický Budvar, národní podnik/Anheuser-Busch Inc.

(Asunto C-482/09) (¹)

(Marcas — Directiva 89/104/CEE — Artículo 9, apartado 1 — Concepto de «tolerancia» — Prescripción por tolerancia — Inicio del cómputo del plazo de prescripción — Requisitos necesarios para que comience a correr el plazo de prescripción — Artículo 4, apartado 1, letra a) — Registro de dos marcas idénticas que designan productos idénticos — Funciones de la marca — Uso simultáneo de buena fe)

(2011/C 331/04)

Lengua de procedimiento: inglés

Órgano jurisdiccional remitente

Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)

Partes en el procedimiento principal

Demandante: Budějovický Budvar, národní podnik

Demandada: Anheuser-Busch Inc.

Objeto

Petición de decisión prejudicial — Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Interpretación de los artículos 4, apartado 1, letra a), y 9, apartado 1, de la Directiva 89/104/CE del Consejo, Primera Directiva relativa a la aproximación de las legislaciones de los Estados miembros en materia de marcas (DO L 40, p. 1) — Prescripción por tolerancia — Concepto de tolerancia — ¿Concepto comunitario? — Posibilidad de recurrir al Derecho nacional en la materia, incluida la normativa relativa al uso simultáneo de buena fe de dos marcas idénticas.