



Repertoriul jurisprudenței

CONCLUZIILE AVOCATEI GENERALE
DOAMNA ELEANOR SHARPSTON
prezentate la 19 decembrie 2019¹

Cauza C-714/18 P

**ACTC GmbH
împotriva**

Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO)

„Recurs – Marcă a Uniunii Europene – Regulamentul (CE) nr. 207/2009 – Cerere de înregistrare a mărcii verbale a Uniunii Europene tigha – Opoziție formulată de titularul mărcii anterioare a Uniunii Europene TAIGA – Respingere parțială a cererii de înregistrare – Articolul 8 alineatul (1) litera (b) – Aprecierea riscului de confuzie – Aprecierea similitudinii pe plan conceptual a semnelor în conflict – Articolul 42 alineatul (2) – Dovada utilizării serioase a mărcii anterioare – Dovada utilizării «pentru o parte dintre produse[...] sau servicii[...]» – Stabilirea unei subcategorii autonome de produse”

I. Introducere

1. Prezenta cauză ar trebui să determine Curtea să se pronunțe cu privire la domeniul de aplicare al noțiunii de „parte dintre produsele sau serviciile” la care se referă articolul 42 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca Uniunii Europene², astfel cum a fost modificat prin Regulamentul 2015/2424³, care reglementează dovada utilizării serioase a unei mărci anterioare a Uniunii Europene în contextul unei proceduri de opoziție introduse de titularul acestei mărci.

2. Deși noțiunea menționată a fost interpretată de Tribunalul Uniunii Europene deja în Hotărârea din 14 iulie 2005, Reckitt Benckiser (Espana)/OAPI – Aladin (ALADIN)⁴, Curtea nu a avut totuși ocazia să confirme principiile evidențiate de acesta pe care se întemeiază Hotărârea din 13 septembrie 2018, ACTC/EUIPO – Taiga (tigha)⁵, obiectul prezentului recurs (denumită în continuare „hotărârea atacată”), formulat de ACTC GmbH.

¹ Limba originală: franceza.

² JO 2009, L 78, p. 1.

³ Regulamentul Parlamentului European și al Consiliului din 16 decembrie 2015 de modificare a Regulamentului (CE) nr. 207/2009 privind marca comunitară și a Regulamentului (CE) nr. 2868/95 al Comisiei de punere în aplicare a Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului privind marca comunitară și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 2869/95 al Comisiei privind taxele care trebuie plătite Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) Regulamentul nr. 207/2009 a fost înlocuit prin Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene (JO 2017, L 154, p. 1).

⁴ T-126/03, denumită în continuare „Hotărârea Reckitt Benckiser (Espana)/OAPI – Aladin (ALADIN)”, EU:T:2005:288.

⁵ T-94/17, nepublicată, EU:T:2018:539.

3. Prin urmare, acest recurs oferă Curții ocazia de a examina o componentă esențială a analizei referitoare la existența unei utilizări serioase a mărcii anterioare a Uniunii Europene, și anume întinderea materială a acestei utilizări, pe linia Hotărârii din 19 decembrie 2012, *Leno Merken*⁶, care se referea la întinderea teritorială a acesteia din urmă. În special, se solicită Curții să se pronunțe cu privire la criteriul care trebuie utilizat pentru a defini o subcategorie de produse și/sau de servicii care au făcut obiectul unei utilizări serioase a mărcii anterioare a Uniunii Europene.

4. La cererea Curții, prezentele concluzii se vor limita la analiza principalelor chestiuni de drept noi care se ridică în speță, și anume cele ridicate de primul motiv de recurs, întemeiat pe încălcarea articolului 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009, precum și de cea de a treia critică din cadrul celui de al doilea aspect al celui de al doilea motiv al acestui recurs, referitoare la aprecierea similitudinii pe plan conceptual a semnelor în conflict.

II. Cadrul juridic

5. Articolul 8 alineatul (1) litera (b) 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.”

6. Articolul 15 alineatul (1) primul paragraf din acest regulament are următorul cuprins:

„Dacă, în termen de cinci ani de la data înregistrării, marca Uniunii Europene nu a făcut obiectul unei utilizări importante [a se citi «utilizări serioase»] în Uniune pentru produsele sau serviciile pentru care este înregistrată [...], marca Uniunii Europene face obiectul sancțiunilor prevăzute de prezentul regulament, cu excepția cazului în care există un motiv întemeiat pentru a nu fi utilizată.”

7. Articolul 42 alineatul (2) din regulamentul menționat prevede:

„La cererea solicitantului, titularul unei mărci anterioare a Uniunii Europene care a formulat opoziția aduce dovada că, în decursul perioadei de cinci ani care a precedat data depunerii sau data de prioritate a cererii de înregistrare a mărcii Uniunii Europene, marca anterioară a Uniunii Europene a făcut obiectul unei utilizări cu bună-credință [a se citi «unei utilizări serioase»] în cadrul Uniunii în legătură cu produsele sau serviciile pentru care a fost înregistrată și pe care se întemeiază opoziția sau că există motive întemeiate pentru neutilizare, cu condiția ca la data respectivă marca anterioară să fi fost înregistrată cu cel puțin cinci ani în urmă. În absența unei astfel de dovezi, opoziția se respinge. În cazul în care marca anterioară a Uniunii Europene nu a fost utilizată decât pentru o parte dintre produsele sau serviciile pentru care a fost înregistrată, aceasta nu se consideră înregistrată, în sensul examinării opoziției, decât pentru acea parte de produse sau servicii.”

⁶ C-149/11, EU:C:2012:816.

III. Istoricul litigiului

8. Istoricul litigiului a fost prezentat în detaliu în hotărârea atacată, în special la punctele 1-10, la care facem trimitere în această privință. Elementele esențiale și necesare pentru înțelegerea prezentelor concluzii pot fi rezumate după cum urmează.

9. Acest litigiu își are originea în opoziția formulată de Taiga AB, titulară a mărcii verbale a Uniunii Europene TAIGA (denumită în continuare „marca anterioară”), la înregistrarea semnului verbal „tigha” (denumită în continuare „marca solicitată”), cerută de ACTC pentru produse care fac parte printre altele din clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa⁷ și care corespund următoarei descrieri:

„Articole de îmbrăcăminte; haine de stradă; lenjerie de corp; articole de încălțăminte; pălării (articole pentru acoperirea capului) și articole pentru acoperirea capului; cizme și încălțăminte de lucru; salopete de lucru; mănuși; curele și șosete.”

10. Această opoziție se întemeiază pe existența unui risc de confuzie în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009.

11. Printr-o decizie din 9 februarie 2015, divizia de opoziție a respins opoziția. Taiga a introdus o acțiune împotriva acesteia. Prin Decizia din 9 decembrie 2016 (denumită în continuare „decizia în litigiu”), Camera a patra de recurs a Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO) a anulat în parte decizia diviziei de opoziție, și anume pentru toate produsele în cauză, cuprinse în clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa, și a respins, în consecință, cererea de înregistrare cu privire la aceste produse.

12. În primul rând, camera de recurs a considerat că utilizarea mărcii anterioare fusese dovedită în special pentru anumite produse din clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa [articole de îmbrăcăminte; haine de stradă; lenjerie de corp; pălării (articole pentru acoperirea capului) și articole pentru acoperirea capului; salopete de lucru; mănuși; curele și șosete].

13. În al doilea rând, în cadrul aprecierii riscului de confuzie, după ce a constatat că teritoriul relevant era cel al Uniunii Europene și că consumatorii ar face dovada unui nivel de atenție ridicat la momentul cumpărării produselor care fac obiectul mărcii anterioare și a unui nivel de atenție mediu în ceea ce privește anumite produse care fac obiectul mărcii solicitate (articole de îmbrăcăminte, încălțăminte, accesorii pentru păr și genți), camera de recurs a considerat în special că produsele în cauză, cuprinse în clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa, erau identice sau similare produselor acoperite de marca anterioară, că semnele în conflict erau foarte similare pe plan vizual, identice pe plan fonetic, cel puțin pentru consumatorii anglofoni, iar semnele respective nu puteau fi asociate cu niciun concept pentru cea mai mare parte a publicului relevant. În aceste condiții, camera de recurs a constatat, în ceea ce privește produsele din clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa, un risc de confuzie între mărcile în conflict.

IV. Procedura în fața Tribunalului

14. La 13 februarie 2017, reclamanta a introdus o acțiune la Tribunal prin care a solicitat anularea deciziei în litigiu. În susținerea acțiunii formulate, aceasta a invocat în esență două motive întemeiate pe încălcarea, în primul rând, a articolului 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 și, în al doilea rând, a articolului 8 alineatul (1) litera (b) din regulamentul menționat.

15. Prin hotărârea atacată, Tribunalul a respins această acțiune în totalitate.

⁷ Aranjament privind clasificarea internațională a produselor și a serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare (denumit în continuare „Aranjamentul de la Nisa”).

V. Concluziile părților și procedura în fața Curții

16. Prin recursul formulat, recurenta solicită Curții, cu titlu principal, anularea hotărârii atacate, precum și a deciziei în litigiu și, cu titlu subsidiar, anularea acestei hotărâri și trimiterea cauzei la Tribunal spre judecare. Aceasta solicită de asemenea Curții obligarea EUIPO la plata cheltuielilor de judecată.

17. EUIPO solicită Curții respingerea recursului respectiv și obligarea recurente la plata cheltuielilor de judecată.

18. În ceea ce privește Taiga, aceasta solicită Curții respingerea recursului respectiv și obligarea recurente la plata cheltuielilor de judecată, inclusiv a celor pe care ea le-a efectuat.

VI. Aprecieri

19. În susținerea recursului formulat, recurenta invocă două motive.

20. Primul motiv este întemeiat pe încălcarea de către Tribunal a articolului 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009. Prin intermediul acestui motiv, recurenta solicită Curții să se pronunțe cu privire la normele și la principiile aplicabile definirii unei subcategorii de produse în cadrul demonstrării unei utilizări serioase a mărcii anterioare⁸.

21. În ceea ce privește al doilea motiv, acesta este întemeiat pe încălcarea de către Tribunal a articolului 8 alineatul (1) litera (b) din acest regulament, întrucât recurenta critică aprecierile Tribunalului cu privire la existența unui risc de confuzie între mărcile în conflict și în special cu privire la modalitățile examinării referitoare la similitudinea conceptuală a semnelor în conflict.

A. Cu privire la primul motiv, întemeiat pe o încălcare a articolului 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009

1. Hotărârea atacată

22. În fața Tribunalului, reclamanta a susținut că dovezile privind utilizarea comunicate de Taiga nu permiteau dovedirea unei utilizări serioase a mărcii anterioare pentru categoria „articolelor de îmbrăcăminte”, privite în ansamblul lor, care fac parte din clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa. Printre altele, reclamanta a reproșat camerei de recurs că nu a reținut existența unei subcategorii autonome de produse acoperite de marca anterioară, care s-ar referi numai la articole de îmbrăcăminte exterioară de protecție împotriva intemperiilor⁹.

⁸ Problema utilizării serioase are un caracter specific și prealabil, întrucât aceasta ne determină să stabilim dacă, în vederea examinării opoziției, marca anterioară poate fi considerată *înregistrată* pentru produsele sau serviciile în cauză, această problemă neînscriindu-se, așadar, în cadrul examinării opoziției propriu-zise, întemeiată pe existența unui *risc de confuzie* cu această marcă.

⁹ În recursul formulat, recurenta susține că subcategoria de produse a cărei existență este revendicată ar regrupa următoarele produse: „articole de îmbrăcăminte; haine de stradă; lenjerie de corp; pălării (articole pentru acoperirea capului) și articole pentru acoperirea capului; mănuși; curele și șosete; toate produsele sus-menționate trebuind să fie utilizate ca îmbrăcăminte de exterior de protecție împotriva intemperiilor (doar frig, vânt și/sau ploaie); salopete de lucru” (sublinierea noastră).

23. Tribunalul a examinat argumentele invocate de reclamantă la punctele 23-37 din hotărârea atacată. Tribunalul a amintit mai întâi, la punctul 28 din această hotărâre, dispozițiile prevăzute la articolele 15 și 42 din Regulamentul nr. 207/2009. În continuare, Tribunalul a amintit principiile pe care le-a evidențiat în propria jurisprudență, pe de o parte, la punctele 29-31 din hotărârea atacată, în ceea ce privește *ratio legis* a articolului 42 din acest regulament, și, pe de altă parte, la punctul 32 din această hotărâre, în ceea ce privește criteriile care trebuie utilizate pentru a stabili existența unei subcategorii autonome de produse în sensul dispoziției menționate.

24. În vederea efectuării analizei, ni se pare util să reproducem punctele respective:

„29 Dispozițiile articolului 42 din Regulamentul nr. 207/2009 care permit să se considere că marca anterioară a fost înregistrată doar pentru partea din produse și servicii pentru care s-a făcut dovada utilizării serioase a mărcii, pe de o parte, constituie o limitare a drepturilor pe care le are titularul mărcii anterioare din înregistrarea sa, astfel încât ele nu pot fi interpretate într-o manieră care să conducă la o limitare nejustificată a întinderii protecției mărcii anterioare, în special în ipoteza în care produsele sau serviciile pentru care a fost înregistrată această marcă constituie o categorie suficient de restrânsă, și, pe de altă parte, trebuie să fie compatibile cu interesul legitim al titularului respectiv de a-și putea extinde, în viitor, gama de produse sau de servicii în limita termenilor referitori la produsele sau serviciile pentru care a fost înregistrată marca, beneficiind de protecția conferită de înregistrarea mărcii respective [a se vedea în acest sens Hotărârea Reckitt Benckiser (Espania)/OAPI – Aladin (ALADIN) (punctele 51 și 53)].

30 Dacă o marcă a fost înregistrată pentru o categorie de produse sau servicii suficient de largă pentru a putea fi distinse, în cadrul acesteia, mai multe subcategorii susceptibile să fie luate în considerare în mod autonom, dovada utilizării serioase a mărcii pentru o parte a acestor produse sau servicii nu conferă protecție, în cadrul procedurii de opoziție, decât pentru acea sau acele subcategorii din care fac parte produsele și serviciile pentru care marca a fost efectiv utilizată. În schimb, dacă o marcă a fost înregistrată pentru produse sau servicii definite într-un mod atât de precis și de restrictiv încât nu este posibil să se opereze diviziuni semnificative în interiorul categoriei respective, în vederea examinării opoziției, dovada utilizării serioase a mărcii pentru respectivele produse sau servicii acoperă în mod necesar această categorie în întregime [Hotărârea Reckitt Benckiser (Espania)/OAPI – Aladin (ALADIN) (punctul 45) și Hotărârea din 13 februarie 2007, Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR)¹⁰] (T-256/04, EU:T:2007:46, punctul 23)].

31 Cu toate acestea, dacă noțiunea de utilizare parțială are ca scop să nu conducă la indisponibilizarea mărcilor neutilizate pentru o anumită categorie de produse, aceasta nu trebuie să aibă ca efect privarea titularului mărcii respective de orice protecție pentru produsele care, fără a fi absolut identice cu cele pentru care a putut dovedi o utilizare serioasă, nu sunt în esență diferite de acestea și aparțin aceleiași grupe care nu poate fi împărțită altfel decât în mod arbitrar. În această privință, trebuie observat că în practică este imposibil ca titularul unei mărci să facă dovada utilizării acesteia pentru toate variantele imaginabile de produse vizate prin înregistrare. În consecință, noțiunea de «parte a produselor și serviciilor» nu se poate referi la toate formele posibile de comercializare a produselor sau a serviciilor similare, ci doar la produsele sau serviciile suficient de distincte pentru a putea constitui categorii sau subcategorii coerente [Hotărârea Reckitt Benckiser (Espania)/OAPI – Aladin (ALADIN) (punctul 46) și Hotărârea din 6 martie 2014, Anapurna/OAPI – Annapurna (ANNAPURNA) (T-71/13, nepublicată, EU:T:2014:105, punctul 63)].

32 În ceea ce privește problema dacă produsele fac parte dintr-o subcategorie coerentă susceptibilă să fie luată în considerare în mod autonom, din jurisprudență decurge că, în măsura în care consumatorul caută înainte de toate un produs sau un serviciu care să poată răspunde nevoilor sale

¹⁰ Denumită în continuare „Hotărârea Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR)”.

specifice, finalitatea sau destinația produsului ori a serviciului în cauză este esențială în orientarea alegerii sale. Prin urmare, în măsura în care este aplicat de către consumatori înainte de orice cumpărare, criteriul finalității sau al destinației este un criteriu primordial în definirea unei subcategorii de produse sau servicii. În schimb, natura produselor în cauză, precum și caracteristicile acestora nu sunt, ca atare, pertinente pentru definirea unor subcategorii de produse sau de servicii [a se vedea Hotărârea din 18 octombrie 2016, August Storck/EUIPO – Chiquita Brands (Fruitfuls) (T-367/14, nepublicată, EU:T:2016:615, punctul 32 și jurisprudența citată¹¹)].”

25. După această evocare a normelor de drept și a principiilor jurisprudențiale aplicabile, Tribunalul a examinat, la punctele 33-36 din hotărârea atacată, dacă dovezile furnizate de Taiga permiteau efectiv identificarea unei subcategorii autonome de produse care regroupează numai articole de îmbrăcăminte exterioară de protecție împotriva intemperiilor.

26. Într-o primă etapă, Tribunalul a constatat că articolele avute în vedere în dovezile de utilizare comunicate de Taiga au „aceeași destinație, întrucât acestea urmăresc să acopere corpul uman, să îl ascundă, să îl împodobească și să îl protejeze împotriva elementelor naturale” și „nu pot, în orice caz, să fie considerate «în esență diferite»”, în sensul jurisprudenței menționate la punctul 31 din hotărârea atacată¹².

27. Într-o a doua etapă, Tribunalul a arătat că, în principiu, caracteristicile speciale pe care le au aceste produse nu au niciun impact, întrucât, în sensul jurisprudenței citate la punctul 32 din hotărârea atacată, sunt irelevante pentru definirea unei subcategorii de produse¹³.

28. În consecință, la punctul 37 din hotărârea atacată, Tribunalul a respins motivul respectiv.

2. Analiză

29. Prin intermediul primului motiv al recursului formulat, recurenta critică punctul 34 din hotărârea atacată, prin care Tribunalul a considerat că articolele avute în vedere în dovezile de utilizare comunicate de Taiga aveau aceeași destinație, întrucât urmăreau „să acopere corpul uman, să îl ascundă, să îl împodobească și să îl protejeze împotriva elementelor naturale”.

30. Recurenta susține că această analiză este afectată de două erori de drept, întrucât Tribunalul s-ar fi îndepărtat de normele și de principiile pe care el însuși le-a evidențiat în Hotărârea Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN) și în Hotărârea Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR).

31. Acest prim motiv cuprinde două aspecte.

32. Prin intermediul primului aspect al acestui motiv, recurenta reproșează Tribunalului că și-a întemeiat aprecierea nu pe produsele pentru care a fost înregistrată marca anterioară, ci doar pe produsele avute în vedere în dovezile de utilizare comunicate de Taiga. În opinia sa, întrebarea la care Tribunalul ar fi trebuit să răspundă este aceea dacă marca anterioară era înregistrată pentru o categorie de produse suficient de largă pentru a putea fi distinse, în cadrul său, mai multe subcategorii susceptibile să fie avute în vedere în mod autonom, astfel încât utilizarea privea numai produse specifice care fac parte dintr-o categorie mai largă.

¹¹ Această jurisprudență citată este constituită din Hotărârea Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR) (punctele 29 și 31), precum și din Hotărârea din 16 mai 2013, Aleris/OAPI – Carefusion 303 (ALARIS) (T-353/12, nepublicată, EU:T:2013:257, punctele 22 și 23).

¹² A se vedea punctul 34 din hotărârea atacată.

¹³ A se vedea punctul 35 din hotărârea atacată.

33. Prin intermediul celui de al doilea aspect al motivului respectiv, recurenta reproșează Tribunalului că nu a luat în considerare faptul că aceste produse sunt destinate unor utilizări multiple, și anume să acopere, să ascundă, să împodobească sau să protejeze corpul uman, că se adresează, în plus, unui public diferit și, în sfârșit, că sunt vândute în magazine de asemenea diferite, astfel încât produsele respective s-ar deosebi de produsele vestimentare vizate de marca solicitată.

34. Amintim cu titlu introductiv că nu este de competența Curții să se pronunțe cu privire la aspectul dacă utilizarea serioasă a mărcii anterioare a fost efectiv dovedită pentru o subcategorie de produse diferită de categoria generică a articolelor de îmbrăcăminte din clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa. Este vorba despre o apreciere a faptelor pertinente și a elementelor de probă, care este, în principiu și în temeiul unei jurisprudențe constante, numai de competența Tribunalului¹⁴.

35. În schimb, este de competența Curții să se pronunțe cu privire la principiile și la normele de drept utilizate de Tribunal în vederea efectuării aprecierii sale. Astfel, noțiunea de „parte dintre produsele sau serviciile”, prevăzută la articolul 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009, urmărește să precizeze întinderea materială a utilizării, ceea ce constituie o componentă esențială în vederea analizării existenței unei utilizări serioase a mărcii.

36. Deși recurenta nu formulează nicio critică în ceea ce privește jurisprudența stabilită de Tribunal în Hotărârile Reckitt Benckiser (Espana)/OAPI – Aladin (ALADIN) și Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR), este, în opinia noastră, indispensabil pentru Curte să se pronunțe asupra termenilor acesteia nu numai pentru a statua cu privire la criticile invocate de recurentă în cadrul prezentului recurs, dar și pentru a confirma sau a infirma o jurisprudență pe care Tribunalul se întemeiază de mai mulți ani.

a) Normele și principiile stabilite de Tribunal în Hotărârile Reckitt Benckiser (Espana)/OAPI – Aladin (ALADIN) și Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR)

37. Precizăm de la bun început că suntem de acord cu considerațiile prezentate de Tribunal în Hotărârile Reckitt Benckiser (Espana)/OAPI – Aladin (ALADIN) și Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR), reproduse la punctul 24 din prezentele concluzii.

38. Astfel, considerăm că interpretarea pe care acesta a dat-o noțiunii de „o parte dintre produsele sau serviciile”, care figurează la articolul 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009, permite, înainte de toate, garantarea funcției esențiale a mărcii. Această interpretare se înscrie astfel pe linia normelor stabilite de legiuitorul Uniunii în regulamentul menționat și a jurisprudenței Curții cu privire la interpretarea noțiunii de „utilizare serioasă” a mărcii anterioare.

39. Amintim că funcția mărcii este de a garanta consumatorilor identitatea originii produsului sau a serviciului desemnat de marcă, permițându-i să distingă, fără nicio posibilitate de confuzie, acest produs sau serviciu de cele care au o altă proveniență¹⁵.

¹⁴ A se vedea Hotărârea din 5 septembrie 2019, Uniunea Europeană/Guardian Europe și Guardian Europe/Uniunea Europeană (C-447/17 P și C-479/17 P, EU:C:2019:672, punctul 137 și jurisprudența citată), precum și Hotărârea din 13 noiembrie 2019, Outsource Professional Services/EUIPO (C-528/18 P, nepublicată, EU:C:2019:961, punctul 47 și jurisprudența citată).

¹⁵ A se vedea în special Hotărârea din 17 octombrie 2019, Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark/Schmid (C-514/18 P, nepublicată, EU:C:2019:878, punctul 37 și jurisprudența citată).

40. Pentru ca această funcție să poată fi asigurată, Regulamentul nr. 207/2009 conferă titularului mărcii un ansamblu de drepturi și de posibilități astfel încât, prin utilizarea exclusivă a semnelui distinctiv și prin identificarea produselor sau a serviciilor care rezultă din aceasta, să se poată stabili o concurență loială și nedenaturată pe piață. Totuși, aceste drepturi trebuie să fie limitate la ceea ce este strict necesar pentru realizarea obiectivului respectiv, cu atât mai mult cu cât, contrar protecției acordate prin celelalte titluri de proprietate intelectuală și industrială, protecția conferită de dreptul mărcii poate avea o durată nelimitată.

41. Prin urmare, legiuitorul Uniunii s-a asigurat ca mărcile să își poată îndeplini funcția esențială, garantând totodată că dreptul mărcii nu este deturnat de la funcția sa pentru a obține un avantaj concurențial necuvenit.

42. Astfel, din cuprinsul articolului 15 din Regulamentul nr. 207/2009 reiese că protecția unei mărcii anterioare este justificată numai în măsura în care aceasta face obiectul unei „utilizări serioase în Uniune pentru produsele sau serviciile pentru care este înregistrată”¹⁶.

43. În acest scop, articolul 42 alineatul (2) din regulamentul menționat prevede că solicitantul unei mărci a Uniunii Europene poate cere dovada că marca anterioară a făcut obiectul unei „utilizări serioase” în cadrul Uniunii, în decursul perioadei de cinci ani care a precedat publicarea cererii de înregistrare a mărcii care a făcut obiectul unei opoziții¹⁷. Legiuitorul Uniunii a considerat astfel că o perioadă de cinci ani era rezonabilă pentru a se putea aprecia caracterul serios al utilizării.

44. Din jurisprudența Curții reiese că noțiunea de „utilizare serioasă” este o noțiune autonomă de drept al Uniunii¹⁸. Potrivit Curții, o marcă face obiectul unei „utilizări serioase” atunci când este utilizată în conformitate cu funcția sa esențială, cu excluderea utilizărilor cu caracter simbolic care au ca scop doar menținerea drepturilor conferite de marcă¹⁹. Curtea consideră, astfel, că o marcă care nu este utilizată constituie un obstacol nu numai în calea concurenței – întrucât limitează gama de semne care pot fi înregistrate ca marcă de alte persoane și lipsește concurenței de posibilitatea de a utiliza marca respectivă sau o marcă similară atunci când introduc pe piața internă produse sau servicii care sunt identice sau similare celor protejate de marca în cauză –, ci și în calea liberei circulații a mărfurilor și liberei prestări a serviciilor²⁰.

45. Constatăm că principiile evidențiate de Tribunal în Hotărârile Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN) și Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR) se înscriu în linia dreaptă a jurisprudenței Curții.

46. În primul rând, Tribunalul a examinat, în Hotărârea Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN) și în contextul articolului 43 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară²¹ [devenit articolul 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009], problema întinderii protecției care trebuie acordată în cazul unei „utilizări parțiale” a mărcii anterioare, cu alte cuvinte a unei mărci a cărei utilizare serioasă a fost demonstrată numai pentru o „parte dintre produsele sau serviciile” pentru care a fost înregistrată. Pornind de la constatarea că dispozițiile articolului 43 din Regulamentul nr. 40/94 (devenit articolul 42 din Regulamentul nr. 207/2009) constituie o limitare a drepturilor pe care titularul mărcii anterioare le

¹⁶ A se vedea de asemenea considerentul (10) al acestui regulament.

¹⁷ A se vedea în această privință precizările aduse de legiuitorul Uniunii în normele 15-22 din Regulamentul (CE) nr. 2868/95 al Comisiei din 13 decembrie 1995 de punere în aplicare a Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului privind marca comunitară (JO 1995, L 303, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 189), Regulamentul nr. 2868/95 fiind aplicabil Regulamentului nr. 207/2009.

¹⁸ A se vedea în special Hotărârea din 11 martie 2003, Ansul (C-40/01, EU:C:2003:145, punctele 25-31).

¹⁹ A se vedea Ordonanța din 27 ianuarie 2004, La Mer Technology (C-259/02, EU:C:2004:50, punctul 27), precum și Hotărârea din 17 octombrie 2019, Landeskammer für Land- und Forstwirtschaft in Steiermark/Schmid (C-514/18 P, nepublicată, EU:C:2019:878, punctul 36 și jurisprudența citată).

²⁰ A se vedea Hotărârea din 19 decembrie 2012, Leno Marken (C-149/11, EU:C:2012:816, punctul 32).

²¹ JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146.

are din înregistrarea sa, Tribunalul a interpretat noțiunea de „parte dintre produsele sau serviciile” prevăzută de dispoziția menționată astfel încât marca anterioară să poată să își asigure, înainte de toate, funcția esențială. Interpretarea pe care a stabilit-o urmărește astfel să respecte un just echilibru între, pe de o parte, menținerea și protejarea drepturilor exclusive conferite în acest scop titularului mărcii anterioare și, pe de altă parte, limitarea acestora din urmă pentru a evita ca o marcă utilizată parțial să beneficieze de o protecție extinsă, pentru simplul motiv că a fost înregistrată pentru o gamă largă de produse sau de servicii²².

47. Întinderea categoriilor de produse sau de servicii pentru care a fost înregistrată marca anterioară este un element determinant al acestui echilibru²³.

48. Tribunalul evidențiază astfel două tipuri de situații.

49. Prima situație este cea în care marca anterioară a fost înregistrată pentru produse sau servicii definite în mod deosebit de „precis și de restrictiv” și, în consecință, care fac parte dintr-o categorie mai omogenă de produse sau de servicii. În acest caz, Tribunalul statuează că nu este posibil să se opereze divizări semnificative în interiorul categoriei respective, dovada utilizării serioase a mărcii pentru aceste produse sau servicii trebuind să acopere această categorie în întregime în vederea examinării opoziției²⁴.

50. Suntem de acord cu raționamentul Tribunalului. În ceea ce privește produsele care fac parte dintr-o categorie de produse mai mult sau mai puțin omogene, consumatorul care dorește să cumpere un produs care face parte din această categorie se va gândi sau va risca să se gândească la marca anterioară și ceea ce marca respectivă îi va garanta, de exemplu, în privința calității produsului. În aceste împrejurări, este justificat și suficient, în opinia noastră, să se dovedească utilizarea serioasă a mărcii pentru o parte dintre produsele care aparțin categoriei respective. Aceasta permite să se evite riscul de confuzie menționat la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009, dar și să se protejeze interesele comerciale ale titularului mărcii anterioare. Astfel, prin impunerea unor dovezi excesive de utilizare serioasă nu ar trebui să se limiteze în mod nejustificat drepturile exclusive de care beneficiază acesta din urmă de extindere a gamei sale de produse chiar în cadrul acestei categorii omogene.

51. A doua situație este cea în care marca anterioară a fost înregistrată pentru o categorie largă eterogenă de produse sau de servicii. Tribunalul presupune, în această situație, că este posibil să se aibă în vedere mai multe subcategorii *susceptibile* să fie luate în considerare în mod autonom, cu condiția ca acele subcategorii să fie coerente, ceea ce implică faptul că reunesc produse sau servicii „similare” sau care nu sunt „în esență diferite”²⁵. În această ipoteză, Tribunalul consideră că dovada utilizării serioase a mărcii pentru o parte dintre aceste produse sau servicii nu conferă protecție, în cadrul unei proceduri de opoziție, decât pentru subcategoria sau subcategoriile din care fac parte produsele sau serviciile pentru care marca a fost efectiv utilizată²⁶.

52. Suntem de asemenea de acord cu această analiză. Astfel, în ceea ce privește produsele reunite în cadrul unei categorii eterogene de produse care fac totuși parte din aceeași clasă de produse, există nu numai un risc de confuzie mai redus în percepția publicului relevant, ci și o justificare mai redusă pentru protejarea intereselor comerciale ale titularului mărcii anterioare. În cazul în care acesta din urmă și-a înregistrat marca pentru o gamă largă de produse pe care le-ar putea comercializa eventual, dar, în mod evident, nu le-a introdus încă pe piață, el blochează accesul concurenților săi la o piață vastă de produse. Soluția evidențiată de Tribunal permite, așadar, garantarea respectării drepturilor

22 A se vedea Hotărârea Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN) (punctul 51).

23 *Ibidem* (punctul 44).

24 *Ibidem* (punctul 45).

25 Reluăm aici termenii utilizați de Tribunal în Hotărârea Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN) (punctul 46).

26 A se vedea Hotărârea Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN) (punctul 45).

recunoscute titularului mărcii anterioare, în special acela de a beneficia de protecție în privința unor produse sau servicii similare celor pentru care a putut dovedi o utilizare serioasă și acela de a extinde gama sa de produse la acestea din urmă, asigurând în același timp disponibilitatea mărcii pentru produse sau servicii care, întrucât sunt „suficient de distincte”²⁷, fac parte dintr-o altă categorie sau subcategorie de produse sau de servicii.

53. În al doilea rând, pentru a identifica o subcategorie „coerentă” de produse susceptibilă să fie luată în considerare în mod autonom, Tribunalul se întemeiază pe criteriul finalității sau al destinației produselor sau serviciilor în cauză, natura sau caracteristicile acestora din urmă fiind, în opinia sa, lipsită de relevanță în scopul acestei aprecieri²⁸.

54. Încă o dată, nu putem decât să ne alăturăm acestei aprecieri.

55. Pe de o parte, aceasta permite, în opinia noastră, protejarea optimă a drepturilor exclusive de care beneficiază titularul mărcii anterioare. Astfel, definirea unei subcategorii autonome de produse care țin seama nu numai de finalitatea, ci și de natura și de caracteristicile speciale ale acestora din urmă ar însemna să se limiteze într-un mod mult prea strict domeniul material asupra căruia se exercită aceste drepturi și în special drepturile de care beneficiază acesta din urmă de a dezvolta și de a-și extinde gama de produse pentru care este înregistrată marca anterioară. Deși criteriile întemeiate pe natura și pe caracteristicile produselor sunt, în sine, criterii importante, acestea sunt pertinente mai degrabă în stadiul definirii publicului relevant și al aprecierii riscului de confuzie.

56. Pe de altă parte, subliniem că Curtea a validat abordarea Tribunalului în cadrul aprecierii temeiniciei unei limitări a produselor propuse de un solicitant al înregistrării unei mărci în temeiul articolului 43 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009.

57. Astfel, în Hotărârea din 11 decembrie 2014, OAPI/Kessel medintim²⁹, Curtea a statuat că criteriul finalității și al destinației produselor în cauză constituia un criteriu care permite să se delimiteze într-un mod suficient de precis o subcategorie de produse vizate de cererea de înregistrare ca marcă a Uniunii Europene, fiind îndeplinită astfel cerința clarității impusă la articolul 43 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009³⁰. Astfel cum reiese în mod implicit din cuprinsul punctului 39 din hotărârea menționată³¹, Curtea a confirmat jurisprudența stabilită de Tribunal în Hotărârea Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR), potrivit căreia finalitatea produsului sau a serviciului în cauză constituie un criteriu decisiv în definirea unei subcategorii de produse sau de servicii în măsura în care consumatorul caută înainte de toate un produs sau un serviciu care să poată răspunde nevoilor sale specifice³².

58. Niciun element nu se opune, în opinia noastră, ca analiza reținută de Curte în Hotărârea din 11 decembrie 2014, OAPI/Kessel medintim³³, în ceea ce privește definirea unei subcategorii de produse în cadrul aplicării articolului 43 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, să fie transpusă în cadrul aplicării articolului 42 alineatul (2) din acest regulament. Astfel, ne pare că definirea unei subcategorii de produse, indiferent dacă se realizează în cadrul unei opoziții sau al unei limitări, trebuie să se întemeieze pe criterii identice, astfel încât să poată permite, în cadrul aprecierii riscului de confuzie, compararea produselor în cauză, definite pe baza acelorași criterii.

²⁷ *Ibidem* (punctul 46).

²⁸ Acest lucru reiese din jurisprudența rezultată din Hotărârea Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR). A se vedea de asemenea punctul 32 din hotărârea atacată.

²⁹ C-31/14 P, nepublicată, EU:C:2014:2436.

³⁰ A se vedea punctul 37 din această hotărâre.

³¹ La punctul amintit, Curtea se referă în mod expres la punctele 48-50 din Hotărârea din 8 noiembrie 2013, Kessel/OAPI – Janssen-Cilag (Premeno) (T-536/10, nepublicată, EU:T:2013:586). Or, aceste puncte încheie raționamentul adoptat de Tribunal care figurează la punctele 43-47 din hotărârea menționată.

³² A se vedea punctul 29 din această hotărâre.

³³ C-31/14 P, nepublicată, EU:C:2014:2436.

59. Având în vedere aceste elemente, considerăm, în consecință, că Curtea ar trebui să confirme normele și principiile pe care Tribunalul le-a evidențiat în Hotărârile Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN) și Mundipharma/OAPI – Altana Pharma (RESPICUR), în vederea definirii unei subcategorii de produse sau de servicii în cadrul aplicării articolului 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009.

60. În prezent, trebuie să se examineze temeinicia primului motiv invocat de recurentă, care cuprinde două aspecte.

b) Cu privire la primul aspect al primului motiv, întemeiat pe o aplicare incorectă a metodei destinate stabilirii unei subcategorii autonome de produse

61. Amintim că, prin intermediul primului aspect al primului motiv, recurenta susține că la punctul 34 din hotărârea atacată Tribunalul a săvârșit o eroare de drept atunci când a apreciat existența unei subcategorii autonome de produse exclusiv pe baza produselor avute în vedere în dovezile privind utilizarea comunicate de Taiga. În opinia sa, Tribunalul ar fi trebuit să examineze dacă marca anterioară era înregistrată pentru o categorie de produse suficient de largă pentru a putea fi distinse, în cadrul său, mai multe subcategorii susceptibile să fie luate în considerare în mod autonom.

62. Considerăm că acest aspect nu este întemeiat.

63. Întrucât titularul mărcii anterioare a dovedit utilizarea serioasă a acestei mărci pentru o parte dintre produsele pentru care aceasta este înregistrată, aspectul dacă produsele respective fac parte dintr-o subcategorie susceptibilă să fie luată în considerare în mod autonom trebuie apreciat *in concreto*, înainte de toate în raport cu aceste produse. Prin urmare, nu este vorba despre definirea, în mod abstract, a unor subcategorii de produse, ci de a plasa în context produsele pentru care s-a făcut o utilizare serioasă a mărcii anterioare în raport cu categoria produselor acoperite de cererea de înregistrare a acestei mărci.

64. Trebuie să se constate, prin lectura punctelor 33 și 34 din hotărârea atacată, că este ceea ce a făcut Tribunalul. Astfel, din cuprinsul punctului 33 din această hotărâre reiese că Tribunalul a examinat dacă articolele avute în vedere în dovezile de utilizare comunicate de Taiga constituiau o subcategorie autonomă „în raport cu produsele din clasa 25 [în sensul Aranjamentului de la Nisa]”, cu alte cuvinte în raport cu categoria mai generală a produselor acoperite de marca anterioară. Concluzionând la punctul 34 din hotărârea atacată că aceste articole „nu pot fi, în orice caz, considerate «în esență diferite» în sensul [Hotărârii Reckitt Benckiser (España)/OAPI – Aladin (ALADIN)]”, Tribunalul a plasat, așadar, în mod corect în context articolele pentru care s-a dovedit utilizarea serioasă a mărcii anterioare cu produsele care fac parte din categoria mai generală a articolelor de îmbrăcăminte pentru care a fost înregistrată marca respectivă.

65. În consecință, propunem Curții să respingă acest prim aspect al primului motiv ca fiind nefondat.

c) Cu privire la al doilea aspect al primului motiv, întemeiat pe o aplicare incorectă a criteriilor destinate stabilirii unei subcategorii autonome de produse

66. Al doilea aspect al primului motiv cuprinde două critici.

1) Cu privire la prima critică, referitoare la criteriul finalității și al destinației produselor

67. În susținerea primei sale critici, recurenta reproșează Tribunalului că nu a aplicat în mod corect criteriul finalității și al destinației produselor în cauză pentru a identifica o subcategorie coerentă de produse susceptibilă să fie luată în considerare în mod autonom. Aceasta susține că Tribunalul nu a ținut seama de finalitățile diferite ale acestor produse sau de utilizările multiple cărora le sunt destinate acestea din urmă în vederea unei asemenea identificări, utilizările care constau printre altele în „a împodobi” sau „a proteja” corpul uman excluzându-se, în opinia sa, reciproc.

68. Considerăm că această critică este admisibilă în măsura în care recurenta nu contestă constatările Tribunalului cu privire la finalitatea și la destinația produselor pentru care a fost demonstrată o utilizare serioasă, ci maniera în care Tribunalul a aplicat criteriul finalității și al destinației în vederea stabilirii unei subcategorii autonome de produse în sensul articolului 42 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009.

69. Cu toate acestea, critica formulată de recurentă ne pare neîntemeiată.

70. Criteriul finalității și al destinației produselor nu are ca obiectiv definirea în mod abstract sau artificial a subcategoriilor autonome de produse, ci trebuie aplicat în mod coerent și concret.

71. Or, un produs urmărește finalități pe care progresul și know-how-ul au tendința de a le multiplica. Produsele de curățare, de exemplu, nu mai sunt destinate exclusiv curățării pielii, ci și îngrijirii, medicală sau nu, a acesteia. În același mod, produsele vestimentare îndeplinesc, dincolo de funcția lor primară, respectiv acoperirea, ascunderea sau protejarea corpului uman împotriva intemperiilor, o funcție estetică comună, contribuind la imaginea exterioară a consumatorului. Deși acesta din urmă caută un articol de îmbrăcăminte pentru a se proteja de ploaie, indiferent dacă este vorba despre îmbrăcăminte de stradă sau despre o pălărie, sau pentru a se proteja de frig, precum haine de corp, ori mănuși sau șosete, nu este exclus nici ca el să caute articolul de îmbrăcăminte cel mai estetic. În mod evident, fiecare dintre aceste finalități nu poate fi analizată în mod izolat pentru a stabili existența unei subcategorii distincte de produse. În asemenea situație, ea ar limita încă o dată drepturile de care beneficiază titularul mărcii anterioare de a-și extinde și de a-și îmbogăți gama de produse. În plus, acest lucru ar descuraja în mod vădit cercetarea și dezvoltarea pe care dreptul mărcii urmărește tocmai să le încurajeze.

72. Prin urmare, în hotărârea atacată, Tribunalul a avut dreptate, în opinia noastră, să nu distingă utilizările care constau în „protejarea” corpului uman, „împodobirea” sau chiar „ascunderea” și „acoperirea” pentru care sunt destinate produsele vestimentare, întrucât, departe de a se exclude reciproc, aceste diferite utilizări se combină în vederea introducerii pe piață a produselor respective.

73. Subliniem totuși că aceste diferite finalități vor constitui un element susceptibil să fie luat în considerare în cadrul aprecierii publicului relevant, a nivelului său de atenție, precum și a riscului de confuzie.

74. Având în vedere elementele respective, propunem, așadar, Curții să respingă această primă critică din cadrul celui de al doilea aspect al primului motiv ca fiind nefondată.

2) Cu privire la a doua critică, referitoare la criteriile întemeiate pe natura și pe caracteristicile produselor în cauză

75. Prin intermediul celei de a doua critici, recurenta reproșează Tribunalului că nu a luat în considerare în mod corespunzător faptul că produsele în cauză se adresau unui public diferit și că, în plus, erau vândute în magazine de asemenea diferite, astfel încât aceste produse s-ar deosebi de produsele vestimentare vizate de marca solicitată.

76. Această critică trebuie respinsă de la bun început ca nefondată.

77. Astfel, din jurisprudența pe care am examinat-o reiese că alte criterii decât finalitatea și destinația produselor în cauză, precum publicul căruia i se adresează sau chiar lanțul de distribuție a acestora, nu sunt în general relevante pentru definirea unei subcategorii de produse susceptibile să fie luate în considerare în mod autonom. În aceste împrejurări, nu se poate reproșa Tribunalului că a săvârșit vreo eroare de drept prin faptul că nu a ținut seama, în vederea aprecierii sale, de aceste criterii.

78. Având în vedere toate aceste considerații, propunem, în consecință, Curții să respingă primul motiv de recurs ca fiind nefondat.

B. Cu privire la examinarea punctuală a celui de al doilea motiv

79. La cererea Curții, prezentele concluzii se vor limita la analiza celui de al doilea aspect al acestui al doilea motiv și în special la analiza celei de a treia critici a acestui aspect.

80. Pentru o mai bună înțelegere a cadrului în care se înscrie această critică, precizăm că, prin intermediul celui de al doilea motiv, recurenta susține că Tribunalul a concluzionat în mod eronat că există un risc de confuzie între mărcile în conflict. Primul aspect al acestui motiv se întemeiază pe o apreciere eronată a similitudinii, chiar a identității produselor în cauză. Al doilea aspect al motivului respectiv cuprinde, la rândul său, trei critici privind aprecierea similitudinii vizuale, fonetice și, respectiv, conceptuale a semnelor în conflict. În sfârșit, al treilea aspect al celui de al doilea motiv privește aprecierea globală a riscului de confuzie pe care a efectuat-o Tribunalul.

81. În ceea ce privește în special cea de a treia critică din cadrul celui de al doilea aspect al celui de al doilea motiv, aceasta se întemeiază pe o apreciere eronată a Tribunalului cu privire la similitudinea conceptuală a semnelor în conflict. Recurenta critică în esență analiza Tribunalului în care acesta a concluzionat că diferențele conceptuale dintre marca solicitată și marca anterioară nu fuseseră stabilite pe teritoriul Uniunii *privit în ansamblu*, astfel încât acestea nu erau în măsură să neutralizeze similitudinile vizuale și fonetice existente între semnele în conflict.

82. În susținerea acestei critici, recurenta invocă două argumente.

83. În ceea ce privește primul argument, recurenta critică analiza Tribunalului care figurează la punctul 71 din hotărârea atacată, potrivit căreia acesta a constatat că recurenta nu a reușit să demonstreze că termenul „taïga” avea o semnificație precisă pentru consumatorii medii care se află în sudul continentului european, precum și pentru consumatorii anglofoni.

84. Potrivit recurente, această analiză este incorectă. Astfel, la punctul 18 din cererea sa de sesizare a Tribunalului, ea ar fi aprofundat argumentul respectiv și ar fi demonstrat în mod incontestabil că acest termen face parte din limbajul curent al limbii franceze și, în plus, face parte din cunoștințele generale în toată Europa, ținând seama de dimensiunea spațiului la care se referă această noțiune.

85. În opinia noastră, acest argument este vădit inadmisibil.

86. Trebuie să se arate că, la punctul 71 din hotărârea atacată, Tribunalul a constatat că „niciun element din dosar nu permit[ea] să se stabilească faptul că termenul «taïga» av[ea] o semnificație precisă și imediată pentru consumatorii medii care se situ[au] în alte părți ale teritoriului Uniunii decât nordul și estul continentului european și care form[au] o parte substanțială a consumatorilor Uniunii” și că această situație se regăsea „în special în cazul consumatorilor medii din sudul continentului european și al consumatorilor anglofoni”.

87. Or, dintr-o jurisprudență constantă reiese că numai Tribunalul are competența de a aprecia valoarea care trebuie să fie atribuită elementelor de probă care i-au fost prezentate. Astfel, aprecierea acestor elemente nu constituie, cu excepția cazului denaturării lor, o chestiune de drept supusă ca atare controlului Curții în cadrul unui recurs³⁴.

88. În cadrul recursului formulat, constatăm că recurenta nu a dovedit și nici măcar nu a susținut că aprecierea care figurează la punctul 71 din hotărârea atacată se întemeia pe o denaturare a elementelor de probă. Pe de altă parte, subliniem cu titlu subsidiar că, în mod contrar celor susținute de aceasta, recurenta nu a aprofundat la punctul 18 din cererea sa de sesizare argumentele prezentate.

89. În consecință, acest prim argument trebuie respins, în opinia noastră, ca fiind vădit inadmisibil.

90. În ceea ce privește, în prezent, al doilea argument, recurenta reproșează Tribunalului că nu și-a respectat propria jurisprudență referitoare la aprecierea similitudinii conceptuale a semnelor în conflict.

91. Astfel, aceasta consideră că analiza care figurează la punctul 67 din hotărârea atacată, la finalul căreia Tribunalul a statuat că recurenta nu a demonstrat că termenul „taiga” avea o semnificație clară și determinată din perspectiva publicului relevant compus din consumatorii Uniunii *priviți în ansamblu*, nu își găsește niciun sprijin în jurisprudența pe care acesta a avut-o în vedere în mod expres, și anume Hotărârea din 14 octombrie 2003, Phillips-Van Heusen/OAPI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)³⁵. Pe de altă parte, recurenta susține că, în conformitate cu Hotărârea din 11 decembrie 2013, Eckes-Granini/OAPI – Panini (PANINI)³⁶, ar fi suficient ca un termen să fie înțeles doar într-o parte a Uniunii pentru a constata existența unor diferențe conceptuale între semnele în conflict.

92. După o examinare a acestei jurisprudențe, considerăm că niciuna dintre aceste două critici nu este fondată.

93. În ceea ce privește prima critică, întemeiată pe o trimitere eronată la Hotărârea din 14 octombrie 2003, Phillips-Van Heusen/OAPI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)³⁷, este util să se amintească faptul că, la punctul 54 din această hotărâre, Tribunalul a statuat că diferențele conceptuale dintre semnele în conflict *sunt de natură* să neutralizeze într-o mare măsură similitudinile vizuale și fonetice în cazul în care una dintre mărcile în cauză are, din perspectiva „publicului relevant”, o semnificație *clară și determinată*, astfel încât acest public poate să o sesizeze *imediat*.

94. Trebuie să observăm de la bun început că, având în vedere termenii utilizați de Tribunal în hotărârea menționată, acesta avea dreptul să concluzioneze în hotărârea atacată că, în ce privește toți consumatorii situați pe teritoriul celor 28 de state membre ale Uniunii, termenul „taiga” nu avea *în mod clar și imediat* să le amintească cunoștințele lor de geografie, astfel încât aceștia l-ar fi asociat cu ușurință cu pădurea boreală.

³⁴ A se vedea Hotărârea din 5 septembrie 2019, Uniunea Europeană/Guardian Europe și Guardian Europe/Uniunea Europeană (C-447/17 P și C-479/17 P, EU:C:2019:672, punctul 137, precum și jurisprudența citată), și Hotărârea din 13 noiembrie 2019, Outsource Professional Services/EUIPO (C-528/18 P, nepublicată, EU:C:2019:961, punctul 47, precum și jurisprudența citată).

³⁵ T-292/01, EU:T:2003:264.

³⁶ T-487/12, nepublicată, EU:T:2013:637.

³⁷ T-292/01, EU:T:2003:264.

95. În aceste condiții, observăm efectiv că, în Hotărârea din 14 octombrie 2003, Phillips-Van Heusen/OAPI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)³⁸, Tribunalul s-a referit la „publicul relevant”, fără nicio altă mențiune, nici precizare, în timp ce, la punctul 67 din hotărârea atacată, acesta a precizat că este vorba despre publicul relevant „compus din consumatorii Uniunii, priviți în ansamblu”. Această precizare „priviți în ansamblu” este contestată de recurentă în speță.

96. Or, nu considerăm că, prin adăugarea acestei precizări, Tribunalul nu și-a respectat jurisprudența sau a săvârșit vreo eroare de drept.

97. Astfel cum reiese din cuprinsul punctului 67 din hotărârea atacată, precizarea „priviți în ansamblu” urmărește să demonstreze că este necesar să se țină seama de percepția consumatorilor situați *în toate statele care alcătuiesc Uniunea*. Aceasta permite astfel Tribunalului să respingă argumentul recurenteii întemeiat pe percepția consumatorilor situați „în multe dintre țările [Uniunii]”.

98. Tribunalul a făcut astfel o aplicare a jurisprudenței sale potrivit căreia, „[a]tunci când protecția mărcii anterioare se extinde la ansamblul Uniunii Europene, este necesar să se ia în considerare percepția mărcilor în conflict de către consumatorul produselor în cauză *pe acest teritoriu*”³⁹. Or, contrar cauzei în care s-a pronunțat Hotărârea din 14 octombrie 2003, Phillips-Van Heusen/OAPI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)⁴⁰, în care publicul relevant era compus din consumatori germani⁴¹, în cauza principală, publicul relevant este compus, astfel cum reiese din cuprinsul punctelor 38 și 39 din hotărârea atacată, din consumatori situați pe teritoriul Uniunii.

99. În sfârșit, subliniem că trimiterea la Hotărârea din 14 octombrie 2003, Phillips-Van Heusen/OAPI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)⁴², este precedată de termenii „a se vedea în acest sens”. Expresia „în acest sens” reflectă intenția Tribunalului de a se referi la principiul evidențiat în hotărârea menționată, procedând totodată la o aplicare specială a principiului respectiv în speță. Prin urmare, această expresie nu impunea Tribunalului să reia în termeni identici principiul evidențiat în hotărârea menționată și îi permitea, dimpotrivă, la punctul 67 din hotărârea atacată, să țină seama de particularitățile speței.

100. În aceste împrejurări, ne pare că Tribunalului nu i se poate reproșa că a săvârșit o eroare prin faptul că s-a referit la punctul 54 din Hotărârea din 14 octombrie 2003, Phillips-Van Heusen/OAPI – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)⁴³.

101. În ceea ce privește cea de a doua critică, referitoare la o nerespectare de către Tribunal a Hotărârii din 11 decembrie 2013, Eckes-Granini/OAPI – Panini (PANINI)⁴⁴, considerăm de asemenea că aceasta nu este fondată.

102. Astfel, contrar celor susținute de recurentă, hotărârea respectivă nu permite să se deducă faptul că este suficient ca un termen să fie înțeles într-o parte a Uniunii pentru a constata existența unor diferențe conceptuale de natură să neutralizeze similitudinile vizuale și fonetice existente între semnele în conflict.

103. Cu titlu introductiv, trebuie amintit cadrul cauzei în care s-a pronunțat hotărârea menționată.

³⁸ *Idem*.

³⁹ Hotărârea din 13 iunie 2013, Hostel drap/OAPI – Aznar textil (MY drap) (T-636/11, nepublicată, EU:T:2013:314, punctul 22) (sublinierea noastră).

⁴⁰ T-292/01, EU:T:2003:264.

⁴¹ Punctul 43 din această hotărâre.

⁴² T-292/01, EU:T:2003:264.

⁴³ *Idem*.

⁴⁴ T-487/12, nepublicată, EU:T:2013:637.

104. În această cauză, Tribunalul era chemat să examineze dacă exista, în rândul publicului relevant compus din consumatorii Uniunii, o diferență conceptuală clară între elementul „panini”, obiect al mărcii solicitate, și elementul „granini”, obiect al mărcii anterioare.

105. După ce a constatat în prealabil că elementul „granini” era lipsit de semnificație, Tribunalul a examinat în ce măsură publicul relevant asocia elementul „panini” cu un concept specific. În acest scop, Tribunalul a făcut distincție între, în primul rând, publicul italoфон, pe care l-a considerat perfect în măsură să asocieze elementul „panini” cu pâini mici sau sandviciuri făcute din aceste pâini mici și pentru care exista o diferență conceptuală clară între semnele în conflict, în al doilea rând, alt public decât cel italoфон, cum ar fi publicul hispanoфон sau francez, de asemenea în măsură să asocieze elementul „panini” cu un concept specific, și, în sfârșit, în al treilea rând, publicul pentru care acest element „panini” era, în schimb, lipsit de orice semnificație⁴⁵.

106. În urma analizei respective, Tribunalul a confirmat aprecierea camerei de recurs, aceasta apreciind că, în anumite state membre, precum în Italia și în Spania, semnele în conflict erau diferite pe plan conceptual, în timp ce, în alte state membre, în care elementul „panini” era lipsit de semnificație, nu era posibilă nicio comparație între semnele în conflict pe plan conceptual⁴⁶.

107. Contrar celor susținute de recurentă, Tribunalul nu a susținut, așadar, în Hotărârea din 11 decembrie 2013, ECKES-Granini/OAPI – Panini (PANINI)⁴⁷, că este suficient ca numai o parte a publicului relevant să asocieze termenul în cauză cu un concept specific pentru a constata existența unor diferențe conceptuale de natură să neutralizeze similitudinile vizuale și fonetice dintre semnele în conflict.

108. În aceste împrejurări, nu se poate reproșa Tribunalului că a încălcat, în hotărârea atacată, normele aplicate în Hotărârea din 11 decembrie 2013, ECKES-Granini/OAPI – Panini (PANINI)⁴⁸.

109. Precizăm că, în hotărârea atacată, Tribunalul a urmat în realitate o grilă de analiză comparabilă cu cea pe care o adoptase în Hotărârea din 11 decembrie 2013, ECKES-Granini/OAPI – Panini (PANINI)⁴⁹, deoarece a examinat măsura în care publicul relevant, în legătură cu care amintim că este compus din consumatorii Uniunii, putea să asocieze termenul „taiga” cu un concept specific. Tribunalul a distins printre altele:

- consumatorii care se situează în nordul și în estul continentului european *foarte probabil* în măsură să asocieze termenul „taiga” cu pădurea boreală și pentru care ar exista, așadar, o diferență conceptuală între semnele în conflict⁵⁰,
- consumatorii „medii” care se situează în alte părți ale teritoriului Uniunii decât nordul și estul continentului european, în special consumatorii din sudul Europei și consumatorii anglofoni, care formează o parte substanțială a publicului relevant și *pentru care nu se stabilise* că există o diferență conceptuală clară între semnele în conflict⁵¹.

45 A se vedea Hotărârea din 11 decembrie 2013, ECKES-Granini/OAPI – Panini (PANINI) (T-487/12, nepublicată, EU:T:2013:637, punctul 56).

46 *Ibidem* (punctul 58).

47 T-487/12, nepublicată, EU:T:2013:637.

48 *Idem*.

49 *Idem*.

50 A se vedea punctul 70 din hotărârea atacată.

51 A se vedea punctul 71 din hotărârea atacată.

110. În măsura în care, în conformitate cu jurisprudența avută în vedere, semnificația unui termen trebuie apreciată în raport cu percepția publicului relevant în ansamblu asupra acestuia și nu trebuie să se limiteze doar la percepția consumatorilor care compun doar o parte din teritoriul relevant, în consecință, Tribunalul a respins, la punctul 73 din hotărârea atacată, argumentul recurenteii potrivit căruia semnificația termenului „taïga” era de natură să neutralizeze similitudinile vizuale și fonetice existente între semnele în conflict. Procedând astfel, Tribunalului nu i se poate reproșa că a săvârșit o eroare de drept.

111. Având în vedere toate aceste considerații, propunem, în consecință, să se respingă a treia critică din cadrul celui de al doilea aspect al celui de al doilea motiv ca fiind în parte vădit inadmisibilă și în parte nefondată.

VII. Concluzie

112. Având în vedere considerațiile care precedă, propunem Curții, fără să prejudicăm nici admisibilitatea, nici temeinicia celorlalte motive ale recursului formulat de ACTC GmbH și nici soluționarea cererii privind cheltuielile de judecată, respingerea primului motiv al acestui recurs ca fiind nefondat, precum și a celei de a treia critici din cadrul celui de al doilea aspect al celui de al doilea motiv al recursului respectiv ca fiind în parte vădit inadmisibilă și în parte nefondată.