



Repertoriul jurisprudenței

Cauzele conexe C-673/15 P-C-676/15 P

The Tea Board împotriva Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO)

„Recurs – Marcă a Uniunii Europene – Regulamentul (CE) nr. 207/2009 – Articolul 8 alineatul (1) litera (b) – Mărci verbale și figurative care cuprind elementul verbal «darjeeling» sau «darjeeling collection de lingerie» – Opoziția titularului unor mărci colective ale Uniunii Europene – Mărci colective constituite din indicația geografică «Darjeeling» – Articolul 66 alineatul (2) – Funcție esențială – Conflict cu cereri de înregistrare a unor mărci individuale – Risc de confuzie – Noțiuni – Similitudine între produse sau servicii – Criterii de apreciere – Articolul 8 alineatul (5)»

Sumar – Hotărârea Curții (Camera a doua) din 20 septembrie 2017

1. *Marcă a Uniunii Europene – Definiția și dobândirea mărcii Uniunii Europene – Motive relative de refuz – Opoziție a titularului unei mărci anterioare identice sau similare înregistrate pentru produse sau servicii identice sau similare – Risc de confuzie cu marca anterioară – Criterii de apreciere*

[Regulamentul nr. 207/2009 al Consiliului, art. 8 alin. (1) lit. (b)]

2. *Marcă a Uniunii Europene – Definiția și dobândirea mărcii Uniunii Europene – Motive relative de refuz – Opoziție a titularului unei mărci anterioare identice sau similare înregistrate pentru produse sau servicii identice sau similare – Similitudine între produsele sau serviciile vizate – Criterii de apreciere*

[Regulamentul nr. 207/2009 al Consiliului, art. 8 alin. (1) lit. (b)]

3. *Marcă a Uniunii Europene – Mărci colective ale Uniunii Europene – Mărci colective ale Uniunii Europene care intră în domeniul de aplicare al articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 – Funcție esențială – Garantarea originii colective a produselor vândute sub marca colectivă a Uniunii Europene – Indicație geografică ce reprezintă o denumire care identifică un produs ca fiind originar dintr-o arie geografică determinată*

[Regulamentul nr. 207/2009 al Consiliului, art. 4, art. 7 alin. (1) lit. (c) și art. 66; Regulamentul nr. 1151/2012 al Comisiei, art. 5 alin. (2)]

4. *Marcă a Uniunii Europene – Definiția și dobândirea mărcii Uniunii Europene – Motive absolute de refuz – Mărci compuse exclusiv din semne sau indicații care pot să servească pentru a desemna caracteristicile unui produs sau ale unui serviciu – Obiectiv – Cerința disponibilității – Mărci colective ale Uniunii Europene care intră în domeniul de aplicare al articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009*

[Regulamentul nr. 207/2009 al Consiliului, art. 7 alin. (1) lit. (c), art. 66 alin. (2) și art. 67 alin. (2)]

5. *Marcă a Uniunii Europene – Definiția și dobândirea mărcii Uniunii Europene – Motive relative de refuz – Opoziție a titularului unei mărci anterioare identice sau similare înregistrate pentru produse sau servicii identice sau similare – Protecție a mărcii anterioare de renume extinsă la produse sau la servicii nesimilare – Mărcile figurative Darjeeling și Darjeeling collection de lingerie – Mărcile colective verbală și figurativă DARJEELING*

[Regulamentul nr. 207/2009 al Consiliului, art. 8 alin. (5)]

1. A se vedea textul deciziei.

(a se vedea punctul 47)

2. A se vedea textul deciziei.

(a se vedea punctul 48)

3. În primul rând, astfel cum rezultă din însuși textul articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 privind marca Uniunii Europene, mărcile colective ale Uniunii Europene constituite din semne sau din indicații care pot să servească, în comerț, pentru a desemna proveniența geografică a produselor sau a serviciilor constituie mărci colective ale Uniunii Europene în sensul alineatului (1) al aceluiași articol. Or, potrivit alineatului (1) menționat, pot constitui mărci colective ale Uniunii Europene doar semnele destinate să facă distincție între produsele sau serviciile membrilor asociației titulare ale acestora de cele ale altor întreprinderi.

De asemenea, articolul 4 din Regulamentul nr. 207/2009, aplicabil mărcilor colective în temeiul articolului 66 alineatul (3) din același regulament, prevede în esență că pot constitui mărci ale Uniunii Europene semnele care sunt în măsură să distingă originea comercială a produselor sau a serviciilor pe care sunt aplicate aceste semne.

În această privință, Curtea a statuat în mod repetat că funcția esențială a mărcii este de a garanta consumatorilor proveniența produsului, în sensul că permite să se identifice produsul sau serviciul desemnat de marca respectivă ca provenind de la o întreprindere determinată și, prin urmare, să se distingă acel produs sau acel serviciu de cele ale altor întreprinderi.

Deși, pe de altă parte, Curtea a recunoscut deja că o marcă poate îndeplini alte funcții decât cea de indicare a originii, care merită de asemenea să fie protejate împotriva atingerilor aduse de terți, precum cele care constau în garantarea calității produsului sau a serviciului pe care este aplicată sau cele de comunicare, de investiție sau de publicitate, totuși ea a subliniat întotdeauna că funcția esențială a mărcii rămâne funcția sa de indicare a originii.

În consecință, faptul de a considera că funcția esențială a unei mărci colective a Uniunii Europene vizate la articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 este de a servi drept indicație a originii geografice a produselor sau a serviciilor propuse sub o asemenea marcă, iar nu drept indicație a originii lor comerciale, nu ar ține seama de această funcție esențială.

În al doilea rând, deși articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 constituie o excepție de la motivul absolut de refuz al înregistrării vizat la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, această împrejurare nu este de natură să repună în discuție faptul că funcția esențială a unei mărci colective a Uniunii Europene care intră în domeniul de aplicare al articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 este de a garanta originea comercială colectivă a produselor vândute sub această marcă, iar nu de a garanta originea lor geografică colectivă.

De altfel, derogarea de la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, înscrisă la articolul 66 alineatul (2) din acest regulament, se explică prin însăși natura semnului acoperit de mărcile colective vizate la alineatul (2) menționat.

În al treilea rând, indicațiile geografice respective, pe de o parte, și mărcile colective ale Uniunii Europene constituite din semne sau din indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna proveniența geografică a bunurilor și a serviciilor, pe de altă parte, sunt semne care țin de regimuri juridice distincte și urmăresc obiective diferite. Astfel, în timp ce marca Uniunii Europene este, conform articolului 4 din Regulamentul nr. 207/2009, un semn în măsură să distingă originea comercială a produselor sau a serviciilor, o indicație geografică este, conform articolului 5 alineatul (2) din Regulamentul nr. 1151/2012 privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare, o denumire care identifică un produs ca fiind originar dintr-o zonă geografică determinată, în cazul căruia o anumită calitate, o reputație sau o altă caracteristică poate fi atribuită în principal originii geografice a produsului și atunci când cel puțin una dintre etapele de producție se desfășoară în zona geografică delimitată.

(a se vedea punctele 50-54, 57, 58 și 62)

4. Articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009 privind marca Uniunii Europene urmărește un scop de interes general, care impune ca semnele sau indicațiile descriptive în ceea ce privește categoriile de produse sau de servicii pentru care se solicită înregistrarea să poată fi utilizate în mod liber de oricine, inclusiv ca mărci colective sau în cadrul unor mărci complexe sau grafice. Această dispoziție se opune, prin urmare, ca asemenea semne sau asemenea indicații să fie rezervate unei singure întreprinderi ca urmare a înregistrării lor ca marcă individuală.

Or, o marcă colectivă a Uniunii Europene care intră în domeniul de aplicare al articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009 nu ignoră un asemenea scop de interes general, întrucât, pe de o parte, în conformitate cu ultima teză a acestui alineat (2), o asemenea marcă nu autorizează titularul să interzică unui terț să utilizeze în comerț aceste semne sau aceste indicații, atât timp cât această utilizare este făcută conform bunelor practici în domeniul industrial sau comercial, și, pe de altă parte, articolul 67 alineatul (2) din același regulament impune ca regulamentul de utilizare a unei mărci vizate la acest articol 66 alineatul (2) să autorizeze orice persoană ale cărei produse sau servicii provin din zona geografică respectivă să devină membră a asociației care este titulară a mărcii.

(a se vedea punctele 59 și 60)

5. A se vedea textul deciziei.

(a se vedea punctele 86-95)