



# Repertoriul jurisprudenței

CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL  
DOAMNA JULIANE KOKOTT  
prezentate la 17 octombrie 2019<sup>1</sup>

**Cauza C-766/18 P**

**Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi  
împotriva**

**Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO)**

„Recurs – Marcă a Uniunii Europene – Marcă colectivă – Denumire geografică – Caracter distinctiv –  
Procedură de opoziție – Cerere de înregistrare a unei mărci figurative care conține cuvântul  
BBQLOUMI – Respingerea opoziției”

## I. Introducere

1. Încă din anul 2014 se află în desfășurare procedura de creare a unei denumiri de origine protejate care ar rezerva utilizarea denumirii „halloumi” pentru brânza provenită de la producători ciprioți, dar Comisia nu a încheiat-o până în prezent<sup>2</sup>. Totodată, Cipru și alte entități încearcă să împiedice utilizarea denumirii „halloumi” de către anumite întreprinderi<sup>3</sup>.

2. În speță, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi (Fundația pentru protejarea brânzei tradiționale cipriote cu denumirea „halloumi”, denumită în continuare „Foundation”) a înregistrat denumirea HALLOUMI ca marcă colectivă a Uniunii Europene pentru brânză. În temeiul acestei mărci, Foundation încearcă în prezent să împiedice o întreprindere bulgară să înregistreze, de asemenea, o marcă figurativă pentru brânză care conține cuvântul BBQLOUMI. Potrivit indicațiilor Foundation, alte proceduri având ca obiect marca colectivă se află pe rolul Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO) și al Tribunalului, iar Curtea a pronunțat deja o hotărâre definitivă împotriva Foundation cu privire la un prim caz<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Limba originală: germana.

<sup>2</sup> Publicarea unei cereri de înregistrare în temeiul articolului 50 alineatul (2) litera (a) din Regulamentul (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare (JO 2015, C 246, p. 9). A se vedea de asemenea <http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/publishedName.html?denominationId=12050>, precum și comunicatul de presă IP/15/5448 al Comisiei din 28 iulie 2015, „Primirea statului de denumire de origine protejată (DOP) pentru specialitatea de brânză cipriotă «Χαλλούμι» (halloumi)/«Hellim»” ([http://europa.eu/rapid/press-release\\_IP-15-5448\\_en.htm](http://europa.eu/rapid/press-release_IP-15-5448_en.htm)).

<sup>3</sup> A se vedea de exemplu Hotărârea Tribunalului din 13 iunie 2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/OAPI – Garmo (HELLIM) (T-534/10, EU:T:2012:292), Hotărârea din 7 octombrie 2015, Cipru/OAPI (ΧΑΛΛΟΥΜΙ și HALLOUMI) (T-292/14 și T-293/14, EU:T:2015:752), Hotărârea din 13 iulie 2018, Cipru/EUIPO – Papouis Dairies (Pallas Halloumi) (T-825/16, EU:T:2018:482), precum și Cipru/EUIPO – POA (COWBOYS HALLOUMI) (T-847/16, nepublicată, EU:T:2018:481), Hotărârea din 25 septembrie 2018, Cipru/EUIPO – M. J. Dairies (BBQLOUMI) (T-384/17, nepublicată, EU:T:2018:593) și Hotărârea din 23 noiembrie 2018, Cipru/EUIPO – Papouis Dairies (Papouis Halloumi) (T-703/17, nepublicată, EU:T:2018:835).

<sup>4</sup> Ordonanța din 21 martie 2013, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/OAPI (C-393/12 P, nepublicată, EU:C:2013:207).

3. Până în prezent, eforturile depuse de Foundation în cadrul prezentei proceduri nu au fost încununate de succes, întrucât EUIPO și Tribunalul consideră că denumirea HALLOUMI prezintă doar un caracter distinctiv redus, deoarece aceasta descrie brânza menționată. Din acest motiv, în cazul utilizării BBQLOUMI, în pofida unei anumite similitudini, nu există temeri că publicul relevant ar face o asociere cu producătorii reuniți în cadrul Foundation.

4. Cu toate acestea, Foundation consideră că unei mărci colective trebuie să i se atribuie o protecție mai mare de care Tribunalul nu a ținut seama suficient.

## II. Cadrul juridic

5. Considerentul (8) al Regulamentului privind mărcile<sup>5</sup> vizează funcția mărcii de indicare a originii:

„Protecția conferită de marca comunitară, al cărei scop este în special garantarea funcției inițiale a mărcii, ar trebui să fie absolută în caz de identitate între marcă și semn și între produse sau servicii. Protecția ar trebui să existe de asemenea în caz de similitudine între marcă și semn și între produse sau servicii. Este oportun să se interpreteze noțiunea de similitudine în relație cu riscul de confuzie. Riscul de confuzie, a cărui apreciere depinde de numeroși factori și în special de cunoașterea mărcii pe piață, de asocierea care poate fi făcută între aceasta și semnul folosit sau înregistrat, de gradul de asemănare între marcă și semn și între produsele sau serviciile desemnate, ar trebui să constituie condiția specifică a protecției.”

6. Articolul 4 din Regulamentul privind mărcile conține cerințele esențiale pentru o marcă:

„Pot constitui mărci comunitare toate semnele care pot avea o reprezentare grafică, în special cuvintele, inclusiv numele de persoane, desenele, literele, cifrele, forma produsului sau a ambalajului său, cu condiția ca astfel de semne să fie în măsură să distingă produsele sau serviciile unei întreprinderi de cele ale altora.”

7. Articolul 7 alineatul (1) literele (c) și (d) din Regulamentul privind mărcile interzice înregistrarea mărcilor descriptive:

„Se respinge înregistrarea următoarelor:

- (a) [...]
- (b) mărci care sunt lipsite de caracter distinctiv;
- (c) mărci care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, proveniența geografică sau data fabricației produsului sau a prestării serviciului sau alte caracteristici ale acestora;
- (d) mărci care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații devenite uzuale în limbajul curent sau în practica comercială loială și constantă;
- e) [...]

<sup>5</sup> Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO 2009, L 78, p. 1), astfel cum a fost modificat prin anexa III, punctul 2. I. din Actul privind condițiile de aderare a Republicii Croația, precum și adaptările la Tratatul privind Uniunea Europeană, la Tratatul privind funcționarea Uniunii Europene și la Tratatul de instituire a Comunității Europene a Energiei Atomice (JO 2012, L 112, p. 41), astfel cum a fost înlocuit între timp 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).

8. Motivul de opoziție întemeiat pe existența unui risc de confuzie decurge din articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul privind mărcile referitor la motivele relative de refuz:

„(1) La opoziția titularului unei mărci anterioare, se respinge înregistrarea mărcii solicitate atunci când:

(a) [...]

(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 pe teritoriul în care este protejată marca anterioară; riscul de confuzie include riscul de asociere cu marca anterioară.”

9. Articolul 65 alineatul (3) din Regulamentul privind mărcile cuprinde atribuțiile instanțelor Uniunii în legătură cu acțiunile în temeiul Regulamentului privind mărcile:

„Curtea de Justiție are competența atât de a anula, cât și de a modifica hotărârea atacată.”

10. Articolul 66 din Regulamentul privind mărcile permite înregistrarea mărcilor colective:

„(1) Pot constitui mărci comunitare colective acele mărci comunitare astfel desemnate la data depunerii și destinate să facă distincție între produsele sau serviciile membrilor asociației titular ale acestora de cele ale altor întreprinderi. Pot depune mărci comunitare colective asociațiile de fabricanți, producători, prestatori de servicii sau comercianți care, în termenii legislației care li se aplică, au capacitatea, în nume propriu, să fie titulari de drepturi și obligații de orice natură, să atribuie contracte sau să întocmească alte acte juridice și să stea în justiție, precum și persoanele juridice de drept public.

(2) Prin derogare de la articolul 7 alineatul (1) litera (c), pot constitui mărci comunitare colective în sensul alineatului (1) semne sau indicații care pot servi, în comerț, la desemnarea provenienței geografice a produselor sau serviciilor. O marcă colectivă nu autorizează titularul să interzică unui terț să utilizeze în comerț aceste semne sau indicații, atât timp cât această utilizare este făcută conform bunelor practici în domeniul industrial sau comercial; în special, o astfel de marcă nu poate fi opusă unui terț abilitat să folosească o denumire geografică.

(3) Dispozițiile prezentului regulament se aplică mărcilor comunitare colective, cu excepția cazului în care se prevede altfel la articolele 67-74.”

11. Articolul 67 din Regulamentul privind mărcile prevede adoptarea unui regulament de utilizare a mărcii:

„(1) Solicitantul înregistrării unei mărci comunitare colective trebuie să prezinte un regulament de utilizare în termenul alocat.

(2) Regulamentul de utilizare indică persoanele autorizate să utilizeze marca, condițiile de afiliere la asociație, precum și, în măsura în care există, condițiile de utilizare a mărcii, inclusiv sancțiunile. Regulamentul de utilizare a unei mărci menționate la articolul 66 alineatul (2) trebuie să autorizeze orice persoană ale cărei produse sau servicii provin din zona geografică respectivă să devină membră a asociației care este titular al mărcii.”

### III. Procedura până în prezent

12. La 9 iulie 2014, M.J. Dairies EOOD a solicitat EUIPO înregistrarea următoarei mărci figurative reprezentate color<sup>6</sup>:



13. Produsele și serviciile pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasele 29, 30 și 43 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 cuprind anumite produse alimentare, inclusiv brânzeturile, precum și anumite servicii de alimentație.

14. Foundation este titulara mărcii verbale colective HALLOUMI, pe care EUIPO a înregistrat-o la 14 iulie 2000 cu numărul 1082965 la produsele din clasa 29, cu descrierea „brânză”<sup>7</sup>. La 12 noiembrie 2014, Foundation a introdus opoziție împotriva cererii de înregistrare, întemeindu-se în special pe riscul de confuzie în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul privind mărcile.

15. Divizia de opoziție a respins opoziția, iar calea de atac formulată împotriva acesteia a fost, de asemenea, respinsă. Prin hotărârea atacată din 25 septembrie 2018, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO – M.J. Dairies (BBQLOUMI) (T-328/17, nepublicată, EU:T:2018:594), Tribunalul a respins în cele din urmă și acțiunea formulată împotriva deciziei camerei de recurs.

16. Aceste decizii se întemeiază în esență pe împrejurarea că marca HALLOUMI ar corespunde denumirii unei brânze cipriote cunoscute, astfel încât aceasta ar avea doar un caracter distinctiv redus. Prin urmare, în ceea ce privește diferențele față de marca solicitată, organele EUIPO și Tribunalul nu au constatat niciun risc de confuzie.

17. În prezent, Curtea trebuie să se pronunțe cu privire la recursul introdus de Foundation la 5 decembrie 2018.

<sup>6</sup> Fotografia unui port de pescuit pare să fi fost realizată în portul Naousa de pe insula grecească Paros (<https://www.gtp.gr/locpage.asp?id=12121&lng=1>), mai exact în direcția est, la 37,124862 grade nord și 25,237685 grade est.

<sup>7</sup> Potrivit bazei de date EUIPO, <https://euipo.europa.eu/eSearch/#details/trademarks/001082965>, în acest caz se află în curs de desfășurare proceduri de radiere. De asemenea, există indicii privind o procedură de radiere anterioară, aparent eşuată.

18. Foundation solicită următoarele:

- 1) admiterea recursului formulat împotriva Hotărârii Tribunalului în cauza T-328/17, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), EU:T:2018:594 și admiterea cererii de anulare;
- 2) obligarea EUIPO și a M. J. Dairies EOOD la plata propriilor cheltuieli de judecată, precum și a cheltuielilor efectuate de Foundation.

19. EUIPO și M. J. Dairies EOOD solicită Curții:

- 1) respingerea recursului și
- 2) obligarea Foundation la plata cheltuielilor de judecată.

20. În cauză, părțile au depus memorii scrise, iar pledoariile lor au fost ascultate în ședința din 12 septembrie 2019.

#### IV. Aprecieri

21. Foundation își întemeiază recursul pe patru motive care sunt parțial interdependente. Primele două motive de recurs vizează aspectul dacă mărcilor colective trebuie să li se recunoască un caracter distinctiv special (a se vedea secțiunea B de mai jos). Prin intermediul celui de al treilea motiv de recurs, Foundation critică faptul că la evaluarea riscului de confuzie între cele două mărci, Tribunalul a folosit un criteriu eronat (a se vedea secțiunea A de mai jos). Iar prin intermediul celui de al patrulea motiv de recurs, aceasta critică faptul că deși Tribunalul a constatat erori săvârșite de camera de recurs la aprecierea mărcilor, acesta nu a trimis totuși cauza spre rejudecare la camera de recurs (a se vedea secțiunea C de mai jos).

##### *A. Cu privire la criteriul de apreciere utilizat de Tribunalul*

22. Curtea s-ar putea limita să se pronunțe asupra celui de al treilea motiv de recurs, întrucât în versiunea inițială în limba engleză, așadar în limba de procedură, punctul 71 al hotărârii atacate era afectat de o eroare de drept.

23. În cadrul acestuia, Tribunalul a constatat că nu ar putea exista niciun risc de confuzie în rândul publicului relevant, chiar dacă produsele pe care le desemnează mărcile în discuție, cu excepția serviciilor desemnate de marca solicitată, sunt identice și într-o anumită măsură similare. Totuși, existența unei similitudini vizuale, fonetice și conceptuale în privința unei mărci descriptive anterioare, cu un caracter distinctiv redus, nu este suficientă pentru a justifica prezumția unui risc de confuzie<sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Textul avea următorul cuprins: „Despite the fact that, with the exception of the services covered by the mark applied for, the goods covered by the marks at issue are in part identical and in part similar to some degree, there cannot be any likelihood of confusion on the part of the relevant public since the existence of a visual, phonetic and conceptual similarity is not, in the case of an earlier descriptive mark with low distinctive character, sufficient to give rise to a presumption of a likelihood of confusion [...]”

24. Această constatare este deja în mod intrinsec neclară, întrucât aprecierea riscului de confuzie nu implică posibilitatea ca acesta să fie prezumat. Dimpotrivă, potrivit unei jurisprudențe constante, existența riscului de confuzie în rândul publicului trebuie să fie apreciată în mod global, ținând seama de toți factorii relevanți ai cazului concret<sup>9</sup>. De asemenea, este necesar să se *decidă* dacă riscul există în mod concret.

25. De asemenea, Curtea a statuat deja că trebuie recunoscut un caracter distinctiv de un anumit nivel unei mărci descriptive înregistrate și astfel, între această marcă și o marcă anterioară poate exista riscul de confuzie<sup>10</sup>. De altfel, la punctul 49 din hotărârea atacată, Tribunalul admite, de asemenea, posibilitatea teoretică a unui risc de confuzie cu privire la ambele mărci.

26. Potrivit versiunii inițiale în limba engleză a punctului 71 din hotărârea atacată, Tribunalul nu a apreciat totuși în mod concret dacă există un risc de confuzie, ci a adoptat o regulă potrivit căreia existența unei similitudini vizuale, fonetice și conceptuale în cazul unei mărci descriptive anterioare cu caracter distinctiv redus nu este suficientă pentru a reține existența unui risc de confuzie.

27. Astfel, punctul 71 din hotărârea atacată în versiunea inițială în limba de procedură era afectat de o eroare de drept care, în principiu, trebuie să conducă la anularea sa. Întrucât Curtea nu are competența de a efectua ea însăși aprecierea aspectelor relevante pe care nu a făcut-o Tribunalul, ar trebui să trimită cauza spre judecare la Tribunal.

28. Cu toate acestea, astfel cum observă și EUIPO, Tribunalul a pronunțat hotărârea atacată numai pe baza versiunii acesteia în limba franceză, limba de lucru internă a Curții. La punctul 71 al acestei versiunii, Tribunalul constată în special că elementele existente nu sunt suficiente pentru a concluziona că există un risc de confuzie. În consecință, Tribunalul a analizat în realitate cazul în speță și doar traducerea hotărârii acestuia în limba de procedură este eronată.

29. Chiar dacă EUIPO și M. J. Dairies propun ca versiunea în limba engleză a punctului 71 din hotărârea atacată să fie interpretată în lumina contextului general în mod similar versiunii în limba franceză, totuși considerăm că acest lucru este exclus în ceea ce privește aprecierea riscului de confuzie. Firește, atunci când există îndoieli cu privire la aprecierile formulate de Curte în anumite versiuni lingvistice ale hotărârilor sale, se recomandă consultarea versiunii în limba franceză; totuși, normele privind limba de procedură ar fi lipsite de sens dacă enunțurile clare din această limbă ar putea fi modificate, într-o oarecare măsură *contra iudicium*<sup>11</sup>, prin simpla interpretare pe baza versiunii în limba franceză. Dimpotrivă, astfel de modificări trebuie să fie efectuate printr-o îndreptare în temeiul articolului 164 din Regulamentul de procedură al Tribunalului.

30. În orice caz, contrar opiniei Foundation, termenul de două săptămâni de la pronunțarea hotărârii, prevăzut la articolul 164 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, nu se opune unei îndreptări a acestei erori de traducere. M. J. Dairies subliniază în mod întemeiat că acest termen se referă exclusiv la cererile de îndreptare formulate de părți, iar nu la îndreptarea efectuată din oficiu<sup>12</sup>.

31. Potrivit articolului 164 alineatul (1) din Regulamentul de procedură al Tribunalului, îndreptarea este posibilă în cazul erorilor materiale sau de calcul și al inexactităților vădite. Aceasta include erorile de traducere<sup>13</sup>, probabil ca inexactitate vădită.

9 Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 22), Hotărârea din 23 martie 2006, Mühlhens/OAPI (C-206/04 P, EU:C:2006:194, punctul 18), și Hotărârea din 4 iulie 2019, FTI Touristik/EUIPO (C-99/18 P, EU:C:2019:565, punctul 13), precum și Ordonanța din 21 martie 2013, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/OAPI (C-393/12 P, nepublicată, EU:C:2013:207, punctul 32).

10 Hotărârea din 8 noiembrie 2016, BSH/EUIPO (C-43/15 P, EU:C:2016:837, punctele 67, 68 și 71).

11 A se vedea în legătură cu interpretarea *contra legem* Hotărârea din 16 iunie 2005, Pupino (C 105/03, EU:C:2005:386, punctul 47), Hotărârea din 15 aprilie 2008, Impact (C 268/06, EU:C:2008:223, punctele 100 și 103), și Hotărârea din 24 iunie 2019, Popławski (C 573/17, EU:C:2019:530, punctul 76).

12 A se vedea în acest sens Ordonanța din 17 martie 2006, Comisia/Grecia (C-417/02, EU:C:2006:189).

13 A se vedea în acest sens Ordonanța din 17 martie 2006, Comisia/Grecia (C-417/02, EU:C:2006:189).

32. Cu toate acestea, este mai important argumentul potrivit căruia, prin îndreptare, Tribunalul lipsește de temei recursul cel puțin parțial. Totuși, anularea hotărârii atacate ca urmare a unei erori de traducere vădite nu ar face decât să prelungească procedura și să genereze costuri suplimentare, în cazul în care Tribunalul a îndreptat-o deja. Astfel, după trimiterea spre rejudecare, Tribunalul ar respinge din nou cererea pentru aceleași motive, însă, de această dată, cu traducerea corectă.

33. În subsidiar, trebuie remarcat faptul că o îndreptare nu trebuie să aducă atingere protecției jurisdicționale a părților. În consecință, odată cu îndreptarea ar trebui să înceapă, în principiu, un termen nou pentru introducerea unui recurs împotriva părților îndreptate ale hotărârii, dar numai împotriva acestora. În mod alternativ, Curtea ar putea acorda părților din prezenta procedură un termen pentru adaptarea concluziilor lor.

34. Întrucât Tribunalul a îndreptat această eroare de traducere prin Ordonanța din 17 septembrie 2019, Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/EUIPO – M. J. Dairies (BBQLOUMI) (T 328/17, nepublicată, EU:T:2019:662), al treilea motiv de recurs în forma sa actuală este inoperant.

35. Prin urmare, vom aborda celelalte motive de recurs.

### ***B. Cu privire la caracterul distinctiv al mărcilor colective***

36. Prin intermediul primelor două motive de recurs, Foundation contestă, în primul rând, punctul 41 din hotărârea atacată, precum și punctul 71. În realitate însă, Foundation solicită aplicarea Regulamentului privind mărcile și, în special, a normelor privind riscul de confuzie în cazul mărcilor colective în altă modalitate decât în cazul mărcilor individuale. În acest sens, argumentele Foundation conțin trei niveluri. În primul rând, Foundation susține că Tribunalul îi solicită dovada că marca colectivă înregistrată are caracter distinctiv. În al doilea rând, aceasta consideră că unei mărci colective înregistrate trebuie să îi fie atribuit un caracter distinctiv ridicat, chiar dacă aceasta este de natură descriptivă. În al treilea rând, aceasta arată că, în orice caz, caracterul distinctiv al mărcilor colective geografice, prevăzute la articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile, și anume al mărcilor colective care conțin semne sau indicații ce pot servi, în comerț, la desemnarea provenienței geografice a produselor sau serviciilor, nu poate fi apreciat pe baza criteriilor generale.

37. Mai întâi, aceste argumente trebuie analizate totuși în contextul motivului de refuz al înregistrării referitor la riscul de confuzie pe care îl invocă Foundation.

#### *1. Motivul de refuz referitor la riscul de confuzie*

38. Argumentele Foundation se referă la riscul de confuzie pe care îl invocă între propria marcă și cea care face obiectul litigiului.

39. Articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul privind mărcile, care este, în lipsa vreunei dispoziții contrare prevăzute la articolele 67-74 din acest regulament, aplicabil mărcilor colective în temeiul articolului 66 alineatul (3) din același regulament, prevede că la opoziția titularului unei mărci anterioare, se respinge înregistrarea mărcii solicitate atunci când 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 pe teritoriul în care este protejată marca anterioară<sup>14</sup>.

<sup>14</sup> Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctul 46).

40. În sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul privind mărcile, un risc de confuzie presupune în același timp o identitate sau o similitudine între marca a cărei înregistrare se solicită și marca anterioară și o identitate sau o similitudine între produsele sau serviciile vizate în cererea de înregistrare și cele pentru care marca anterioară a fost înregistrată și aceste condiții sunt cumulative<sup>15</sup>.

41. Aprecierea globală a riscului de confuzie implică o anumită interdependență între factorii luați în considerare și, în special, între similitudinea mărcilor și cea a produselor sau serviciilor desemnate. Astfel, un grad scăzut de similitudine între produsele sau serviciile desemnate poate fi compensat printr-un grad ridicat de similitudine între mărci și invers. Interdependența dintre acești factori își găsește expresia în considerentul (8) al Regulamentului privind mărcile, potrivit căruia este necesar ca noțiunea de similitudine să fie interpretată în relație cu riscul de confuzie, a cărui apreciere depinde în special de cunoașterea mărcii pe piață și de gradul de asemănare între marcă și semn și între produsele sau serviciile desemnate<sup>16</sup>.

42. În plus, potrivit jurisprudenței privind mărcile individuale, riscul de confuzie este cu atât mai ridicat cu cât caracterul distinctiv al mărcii anterioare este mai pronunțat<sup>17</sup>. Astfel, mărcile care au un caracter distinctiv ridicat, fie intrinsec, fie datorită faptului că sunt cunoscute pe piață, se bucură de o protecție mai extinsă decât cele al căror caracter distinctiv este mai redus<sup>18</sup>. Cu toate acestea, este necesar să se examineze în continuare măsura în care aceste considerații sunt aplicabile în cazul mărcilor colective geografice (a se vedea secțiunea 4 de mai jos).

43. Noțiunea de caracter distinctiv desemnează în contextul mărcilor individuale posibilitatea să se identifice produsul a cărui înregistrare este solicitată ca provenind de la o întreprindere determinată și, așadar, să se distingă acel produs de cele ale altor întreprinderi<sup>19</sup>.

44. În schimb, potrivit articolului 66 alineatul (1) din Regulamentul privind mărcile, o marcă colectivă trebuie să facă distincție între produsele sau serviciile membrilor asociației titulare ale acestora de cele ale altor întreprinderi. Funcția esențială a unei mărci colective este de a garanta originea comercială colectivă a produselor și serviciilor<sup>20</sup>.

## 2. Cu privire la sarcina probei caracterului distinctiv al unei mărci colective înregistrate

45. Foundation contestă în special punctul 41 din hotărârea atacată. Potrivit acestuia, titularului unei mărci colective îi revine obligația de a demonstra care este nivelul caracterului distinctiv al acesteia, având în vedere că intenționează îl invoce în cadrul unei proceduri de opoziție.

46. În mod vădit, Foundation înțelege în parte interpretarea Tribunalului, în sensul că deja existența caracterului distinctiv al unei mărci colective înregistrate necesită o dovadă.

15 Hotărârea din 23 ianuarie 2014, OAPI/riha WeserGold Getränke (C-558/12 P, EU:C:2014:22 punctul 41), și Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctul 47 și jurisprudența citată).

16 Hotărârea din 29 septembrie 1998, Canon (C-39/97, EU:C:1998:442, punctul 17).

17 Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 24), Hotărârea din 29 septembrie 1998, Canon (C-39/97, EU:C:1998:442, punctul 18), și Hotărârea din 8 noiembrie 2016, BSH/EUIPO (C-43/15 P, EU:C:2016:837, punctul 62).

18 Hotărârea din 29 septembrie 1998, Canon (C-39/97, EU:C:1998:442, punctul 18).

19 Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230, punctul 49), Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 22), și Hotărârea din 8 aprilie 2003, Linde și alții (C-53/01-C-55/01, EU:C:2003:206, punctul 40).

20 Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctele 50 și 57).



47. În realitate, aprecierea Tribunalului pare îndoielnică prin prisma faptului că nici Hotărârea Tulliallan Burlington/EUIPO<sup>21</sup> citată direct de Tribunal ca justificare și nici Hotărârea Anheuser-Busch/Budějovický Budvar<sup>22</sup> la care se face o trimitere indirectă, nu statuează cu privire la sarcina probei caracterului distinctiv al unei mărci colective înregistrate.

48. În schimb, articolul 76 din Regulamentul privind mărcile citat de asemenea de Tribunal, este relevant în măsura în care, potrivit alineatului (1) a doua teză, în cursul procedurii privind motivele relative de respingere, Oficiul își limitează examinarea la motivele invocate și la cererile introduse de părți. Totuși, această dispoziție nu impune o dovadă specială a caracterului distinctiv al mărcilor colective înregistrate, după cum nu impun nici cele două hotărâri menționate.

49. Hotărârea Formula One Licensing/OAPI<sup>23</sup> aplicată „prin analogie” de Tribunal, astfel cum solicitase Foundation în cererea sa<sup>24</sup>, aduce mai multă claritate. Înțelegem această hotărâre în sensul că o marcă înregistrată trebuie să aibă un caracter distinctiv minim, atât timp cât aceasta nu a fost anulată<sup>25</sup>. Nu pot fi solicitate dovezi speciale în acest scop.

50. Nu se poate deduce o altă concluzie nici din punctul 41 din hotărârea atacată, întrucât, potrivit acestuia, numai nivelul („level”, „niveau”) caracterului distinctiv trebuie demonstrat, în timp ce Tribunalul recunoaște un caracter distinctiv de un anumit nivel („a certain degree”, „un certain degré”), aspect reiterat la punctul 47. Acest lucru este confirmat de asemenea la punctul 71 din hotărârea atacată contestat de Foundation, în care Tribunalul constată că marca colectivă HALLOUMI prezintă doar un caracter distinctiv redus, reținând totodată existența unui nivel minim al caracterului distinctiv.

51. În consecință, în măsura în care Foundation susține că Tribunalul a solicitat să se demonstreze faptul că o marcă colectivă înregistrată trebuie să aibă un caracter distinctiv, aceasta se întemeiază așadar pe o interpretare eronată a hotărârii atacate. Prin urmare, acest argument trebuie să fie respins.

### *3. Cu privire la caracterul distinctiv al unei mărci colective înregistrate*

52. În realitate, Foundation nu urmărește să se recunoască un nivel minim al caracterului distinctiv pentru marca sa colectivă, ci solicită recunoașterea în general a unui caracter distinctiv sporit pentru mărcile colective. În acest mod s-ar rezolva și necesitatea unui element de probă specific.

53. Totuși, această solicitare ar trebui respinsă.

54. Întrucât, potrivit articolului 66 alineatul (1) din Regulamentul privind mărcile, o marcă colectivă trebuie să garanteze originea comercială colectivă, pot constitui mărci ale Uniunii, în temeiul articolului 66 alineatul (1) din Regulamentul privind mărcile și al articolului 4 din acest regulament, aplicabil mărcilor colective în virtutea articolului 66 alineatul (3) din același, numai semnele care sunt în măsură să distingă originea comercială a produselor sau a serviciilor pe care sunt aplicate aceste semne<sup>26</sup>. În consecință, înregistrarea unei mărci colective presupune caracterul distinctiv, asemenea înregistrării altor mărci.

21 Hotărârea Tribunalului din 6 decembrie 2017, Tulliallan Burlington/EUIPO – Burlington Fashion (BURLINGTON) (T-123/16, nepublicată, EU:T:2017:870, punctul 60).

22 Hotărârea din 29 martie 2011 (C-96/09 P, EU:C:2011:189, punctul 189).

23 Hotărârea din 24 mai 2012 (C-196/11 P, EU:C:2012:314, punctele 40-47).

24 Punctul 29 din cererea introductivă în cauza T-328/17.

25 Concluziile noastre prezentate în cauza Pandalis/EUIPO (C-194/17 P, EU:C:2018:725, punctul 51). A se vedea de asemenea Hotărârea din 8 noiembrie 2016, BSH/EUIPO (C-43/15 P, EU:C:2016:837, punctul 67).

26 Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctele 50 și 51).

55. În schimb, nu există niciun indiciu pentru a considera că o marcă colectivă trebuie să aibă un caracter distinctiv special, eventual ca urmare a înregistrării sale<sup>27</sup>. Dimpotrivă, mărcile colective, asemenea tuturor celorlalte mărci, pot dispune de un caracter distinctiv mai pronunțat sau mai redus. Astfel cum arată EUIPO pe baza unor exemple, nivelul caracterului distinctiv depinde, pe de o parte, de semnul ales și, pe de altă parte, de dobândirea unui caracter distinctiv suplimentar prin utilizarea semnului. Astfel, caracterul distinctiv al mărcilor colective trebuie să fie apreciat, în principiu, pe baza regulilor generale.

56. Prin urmare, primele două motive de recurs sunt nefondate, în măsura în care Foundation invocă un caracter distinctiv în mod necesar sporit al mărcilor colective înregistrate.

#### *4. Cu privire la caracterul distinctiv al unei mărci colective geografice*

57. Mai dificil este să se răspundă la întrebarea dacă caracterul distinctiv al mărcilor colective geografice poate fi apreciat potrivit articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile pe baza criteriilor generale.

58. Prin derogare de la articolul 7 alineatul (1) litera (c), articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile permite ca mărcile colective să fie constituite din semne sau indicații care pot servi, în comerț, la desemnarea provenienței geografice a produselor sau serviciilor. Articolul 7 alineatul (1) litera (c) exclude în special înregistrarea mărcilor care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna proveniența geografică a produsului sau a prestării serviciului.

59. Marca colectivă DARJEELING<sup>28</sup> care a făcut obiectul celei mai importante hotărâri privind mărcile colective până în prezent, reprezintă un exemplu elocvent de aplicare a articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile, întrucât aceasta desemnează numele unui oraș și al unui district din India. În același timp, aceasta reprezintă un ceai negru bine cunoscut care se cultivă acolo.

60. Argumentele Foundation pot fi interpretate în sensul că cel puțin caracterul distinctiv al mărcilor colective *geografice* nu poate fi apreciat pe baza criteriilor generale, ci acestora ar trebui să li se atribuie în mod automat un caracter distinctiv sporit.

#### *a) Cu privire la admisibilitatea argumentelor invocate de Foundation*

61. Admisibilitatea acestor argumente invocate de Foundation este deja îndoielnică.

62. Astfel, argumentele Foundation privind articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile se referă cel mult indirect la posibile erori de drept ale hotărârii atacate, fără a preciza însă care ar putea fi constatările Tribunalului afectate de erori de drept, în conformitate cu cerințele articolului 169 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Curții.

63. În special, în argumentația sa, Foundation nu face o distincție clară între marca colectivă în general și marca colectivă geografică.

<sup>27</sup> A se vedea de asemenea Hotărârea Tribunalului din 5 decembrie 2012, Consorzio vino Chianti Classico/OAPI – FFR (F. F. R.) (T-143/11, nepublicată, EU:T:2012:645, punctul 61).

<sup>28</sup> Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctul 18). A se vedea de asemenea Ordonanța Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție) din Germania din 30 noiembrie 1995, MADEIRA (I ZB 32/93, Gewerblicher Rechtsschutz und Urheberrecht 1996, p. 270).

64. De asemenea, argumentele Foundation cu privire la o posibilă încălcare a articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile sunt contradictorii: pe de o parte, aceasta susține că dispoziția respectivă nu constituie motivul pentru care opoziția sa ar trebui admisă<sup>29</sup> și, pe de altă parte, că dispoziția este totuși importantă<sup>30</sup>. O astfel de lipsă de coerență este incompatibilă cu cerințele privind cererea de recurs prevăzute la articolul 168 alineatul (1) litera (d) din Regulamentul de procedură al Curții și conduce, de asemenea, la inadmisibilitatea argumentelor invocate<sup>31</sup>.

65. Prin urmare, argumentul invocat de Foundation privind caracterul distinctiv al mărcilor geografice este inadmisibil.

66. Chiar și în cazul în care argumentele invocate de Foundation privind consecințele juridice aferente unei mărci colective geografice ar fi admisibile, acestea ar rămâne inoperante.

67. Astfel, EUIPO explică în mod întemeiat că există îndoieli cu privire la aspectul dacă marca HALLOUMI reprezintă o marcă în sensul articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile și că Tribunalul nu a făcut nicio constatare în acest sens.

68. Foundation nu contestă faptul că Tribunalul nu s-a pronunțat în această privință.

69. Totodată, spre deosebire de DARJEELING, HALLOUMI nu desemnează un loc specific, ci este numai asociată cu un loc, și anume cu Cipru, cel puțin în jurisprudența Tribunalului<sup>32</sup> de până în prezent. Chiar și această asociere poate suscita îndoieli, întrucât acest tip de brânză pare să fie răspândit și în alte țări din regiune, deseori cu denumiri identice sau similare.

70. Prin urmare, nu se poate presupune că HALLOUMI este o marcă în sensul articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile, iar eventualele constatări cu privire la efectele juridice ale acestei dispoziții nu ar mai putea afecta soluționarea litigiului.

#### *b) Cu titlu subsidiar: cu privire la fond*

71. În cazul în care Curtea dorește să se pronunțe totuși cu privire la conținutul articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile, în primul rând este necesar să se arate că această dispoziție reprezintă un corp străin în cadrul dreptului mărcilor. Interzicerea mărcilor descriptive în temeiul articolului 7 alineatul (1) literele (c) și (d) este justificată în mod clar prin cerința de disponibilitate pentru aceste noțiuni<sup>33</sup>. Alți participanți pe piață trebuie să aibă dreptul de a utiliza aceste descrieri și pentru produsele sau serviciile lor. În același timp, publicul nu înțelege mărcile descriptive în mod necesar ca o indicație a originii comerciale, ci ca o descriere a produsului<sup>34</sup>.

29 Punctul 51 din cererea de recurs.

30 Punctul 63 din cererea de recurs.

31 A se vedea în acest sens Hotărârea din 28 iunie 2007, Comisia/Spania (C-235/04, EU:C:2007:386, punctul 47).

32 Punctele 50 și 66 din hotărârea atacată. A se vedea de asemenea Hotărârea Tribunalului din 13 iunie 2012, Organismos Kyriakis Galaktokomikis Viomichanias/OAPI – Garmo (HELLIM) (T-534/10, EU:T:2012:292, punctul 41), Hotărârea din 7 octombrie 2015, Cipru/OAPI (XAAAOYMI și HALLOUMI) (T-292/14 și T-293/14, EU:T:2015:752, punctele 20 și 21), Hotărârea din 13 iulie 2018, Cipru/EUIPO – Papouis Dairies (Pallas Halloumi) (T-825/16, EU:T:2018:482, punctele 41 și 42), Hotărârea Cipru/EUIPO – POA (COWBOYS HALLOUMI) (T-847/16, nepublicată, EU:T:2018:481, punctele 39 și 40), și Hotărârea din 23 noiembrie 2018, Cipru/EUIPO – Papouis Dairies (Papouis Halloumi) (T-703/17, nepublicată, EU:T:2018:835, punctul 61).

33 Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230, punctele 25 și 26), Hotărârea din 10 iulie 2014, BSH/OAPI (C-126/13 P, nepublicată, EU:C:2014:2065, punctul 19), și Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctul 59).

34 A se vedea de exemplu Hotărârea din 31 ianuarie 2019, Pandalis/EUIPO (C-194/17 P, EU:C:2019:80, punctele 87-93, precum și 103-105).

72. Aceeași situație se regăsește și în cazul indicațiilor geografice prevăzute la articolul 7 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul privind mărcile. Astfel, publicul poate să le perceapă ca o indicație a originii geografice sau chiar ca o descriere a unui produs care este asociat cu un anumit loc, iar nu ca o indicație a originii comerciale (colective).

73. Prin urmare, în cadrul ședinței, EUIPO a arătat în mod întemeiat că tratamentul privilegiat prevăzut la articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile are un efect similar înregistrării unei mărci descriptive în urma Hotărârii Formula One Licensing/OAPI<sup>35</sup> citată anterior. Unei asemenea mărci îi este conferit nivelul minim necesar de caracter distinctiv pentru a justifica înregistrarea ei, însă nu în mod necesar un caracter distinctiv sporit.

74. Tribunalul nu a făcut altă constatare atunci când a atribuit mărcii HALLOUMI, la punctul 71 din hotărârea atacată, doar caracter distinctiv minim, respingând astfel orice risc de confuzie.

75. La punctele 50-53 și 70 din hotărârea atacată s-a arătat în mod expres că marca HALLOUMI nu este percepută ca o denumire a originii comerciale (individuale sau colective), ci ca o denumire a unei specialități de brânză<sup>36</sup>. Cu toate acestea, articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile nu privilegiază descrierea unui anumit produs, chiar dacă este posibil ca publicul să o asocieze cu o anumită origine geografică. Pe de altă parte, aprecierea percepției unei mărci constituie o apreciere de fapt, rămânând în afara controlului efectuat de Curte în cadrul unui recurs<sup>37</sup>.

76. În lumina acestei concluzii se explică opinia Foundation potrivit căreia autorizarea explicită a mărcilor colective geografice ar fi lipsită de eficacitate practică în cazul în care unor astfel de mărci colective nu le-ar fi conferit decât un caracter distinctiv redus în vederea aprecierii riscului de confuzie.

77. Cu toate acestea, obiectivul urmărit de Foundation de consolidare a mărcii sale HALLOUMI nu poate fi atins prin conferirea în mod automat a unui caracter distinctiv mai puternic mărcilor colective geografice, întrucât acest caracter distinctiv ar rămâne fictiv: în continuare, publicul nu ar percepe indicația geografică drept indicație a originii comerciale colective a produsului.

78. Dimpotrivă, s-ar impune atribuirea unei cu totul alte funcții mărcii colective geografice, de exemplu, aceea de a garanta exclusiv o anumită origine geografică a produselor sau a serviciilor respective.

79. Totuși, acest lucru ar fi necesitat o dispoziție explicită, întrucât, potrivit articolului 66 alineatul (3) din Regulamentul privind mărcile, dispozițiile (generale) ale acestui regulament se aplică cu excepția cazului în care se prevede altfel la articolele 67-74.

80. Prin urmare, în hotărârea privind marca colectivă geografică DARJEELING, Curtea a confirmat aplicarea principiilor generale în cazul mărcilor colective geografice. Curtea a subliniat că, după cum reiese din însuși textul articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile, mărcile colective constituite din semne sau din indicații care pot să servească, în comerț, pentru a desemna proveniența

35 Hotărârea din 24 mai 2012 (C-196/11 P, EU:C:2012:314, punctele 40-47).

36 A se vedea de asemenea Hotărârea Tribunalului din 13 iunie 2012, Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/OAPI – Garmo (HELLIM) (T-534/10, EU:T:2012:292, punctul 41), Hotărârea din 7 octombrie 2015, Cipru/OAPI (XAAAIOYMI și HALLOUMI) (T-292/14 și T-293/14, EU:T:2015:752, punctul 28), Hotărârea din 13 iulie 2018, Cipru/EUIPO – Papouis Dairies (Pallas Halloumi) (T-825/16, EU:T:2018:482, punctele 42 și 43), Hotărârea Cipru/EUIPO – POA (COWBOYS HALLOUMI) (T-847/16, nepublicată, EU:T:2018:481, punctele 40 și 41), și Hotărârea din 23 noiembrie 2018, Cipru/EUIPO – Papouis Dairies (Papouis Halloumi) (T-703/17, nepublicată, EU:T:2018:835, punctul 49).

37 Hotărârea din 31 ianuarie 2019, Pandalis/EUIPO (C-194/17 P, EU:C:2019:80, punctul 93).

geografică a produselor sau a serviciilor constituie mărci colective în sensul alineatului (1) al aceleiași articol. Or, potrivit alineatului (1) menționat, ar putea 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<sup>38</sup>.

81. 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<sup>39</sup>.

82. Faptul de a considera că funcția esențială a unei mărci colective geografice vizate la articolul 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile 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<sup>40</sup>.

83. În consecință, caracterul distinctiv al unei mărci colective geografice trebuie apreciat în funcție de măsura în care desemnează originea comercială colectivă a produsului sau a serviciului respectiv.

84. Cu toate acestea, după cum s-a explicat mai sus, potrivit constatărilor de fapt făcute de Tribunal, marca HALLOUMI realizează o astfel de identificare cel mult într-o măsură limitată. În consecință, nu sunt afectate de o eroare de drept considerațiile Tribunalului privind caracterul distinctiv al mărcii HALLOUMI și riscul de confuzie, precum și, în special, punctele 41 și 71 din hotărârea atacată în care Tribunalul atribuie mărcii HALLOUMI doar un caracter distinctiv minim, insuficient pentru a justifica un risc de confuzie cu marca făcând obiectul litigiului.

85. Această concluzie nu poate fi infirmată de faptul că limitează în mod semnificativ eficacitatea practică a articolului 66 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile și protecția mărcilor colective geografice. Astfel, titularii unei mărci colective geografice își păstrează un nivel minim de protecție care le permite să împiedice înregistrarea mărcilor identice pentru aceleași produse. În același timp, ei pot influența percepția mărcii prin utilizarea acesteia într-un mod care să îi permită dobândirea caracterului distinctiv<sup>41</sup>.

86. În sfârșit, nu este nevoie de o protecție suplimentară, întrucât normele privind denumirile de origine protejate și indicațiile de origine protejate<sup>42</sup> pot oferi o protecție independentă suficientă. Avantajul suplimentar al acestor norme față de marca colectivă geografică constă în faptul că, potrivit articolului 12 alineatul (1) din Regulamentul (UE) nr. 1151/2012, denumirile de origine protejate și indicațiile geografice protejate pot fi utilizate de orice operator care comercializează un produs conform cu caietul de sarcini corespunzător. În acest scop, afilierea la o asociație, astfel cum este prevăzută la articolul 67 alineatul (2) din Regulamentul privind mărcile, nu este necesară. Pe de altă parte, EUIPO subliniază în mod întemeiat că ar fi contradictoriu dacă grupurile de producători ar putea dobândi, în temeiul dreptului mărcilor, o protecție echivalentă sau chiar mai puternică pentru denumirile geografice decât cea a sistemului de denumiri de origine protejate.

87. Prin urmare, primele două motive de recurs trebuie respinse în totalitate.

38 Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctul 50).

39 Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctul 52).

40 Hotărârea din 20 septembrie 2017, The Tea Board/EUIPO (C-673/15 P-C-676/15 P, EU:C:2017:702, punctul 54).

41 Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230, punctul 47).

42 Titlul II din Regulamentul (UE) nr. 1151/2012 al Parlamentului European și al Consiliului din 21 noiembrie 2012 privind sistemele din domeniul calității produselor agricole și alimentare (JO 2012, L 343, p. 1).

### **C. Cu privire la netrimiterrea spre rejudecare la camera de recurs**

88. Prin intermediul celui de al patrulea motiv de recurs, Foundation critică faptul că Tribunalul s-a substituit camerei de recurs în loc să trimită cauza spre rejudecare.

89. La punctele 63 și 64 din hotărârea atacată, Tribunalul contestă constatarea camerei de recurs potrivit căreia cele două semne sunt diferite din punct de vedere fonetic. De asemenea, la punctele 64-68 din hotărârea atacată, Tribunalul contrazice constatarea camerei de recurs potrivit căreia semnele sunt diferite din punct de vedere conceptual. Potrivit Tribunalului, există, dimpotrivă, o anumită similitudine de ordin fonetic și conceptual.

90. În continuare, având în vedere aceste constatări, la punctul 71 din hotărârea atacată, Tribunalul efectuează propria apreciere globală a riscului de confuzie și concluzionează că nu există un astfel de risc.

91. Cel de al patrulea motiv de recurs urmărește ca cel puțin această apreciere globală să fie rezervată camerei de recurs.

92. Totuși, această interpretare este eronată, întrucât, potrivit articolului 65 alineatul (3) din Regulamentul privind mărcile, Tribunalul nu se limitează la anularea deciziei atacate, ci poate, de asemenea, să o modifice.

93. Competența de modificare a deciziilor recunoscută Tribunalului nu are ca efect să confere acestuia posibilitatea de a substitui propria apreciere celei a camerei de recurs și, cu atât mai puțin, de a proceda la o apreciere cu privire la care camera respectivă nu s-a pronunțat încă. Exercițarea competenței de modificare include totuși situații în care Tribunalul, după ce a controlat aprecierea făcută de camera de recurs, este în măsură să determine, pe baza elementelor de fapt și de drept, astfel cum acestea sunt stabilite, care este decizia pe care camera de recurs era obligată să o adopte<sup>43</sup>.

94. Tribunalul nu a procedat altfel în hotărârea atacată atunci când a corectat aprecierea similitudinii fonetice și conceptuale efectuată de camera de recurs și a efectuat ulterior o nouă apreciere globală, ținând seama de respectivele aprecieri modificate, care a condus la același rezultat ca și aprecierea camerei de recurs.

95. Al patrulea motiv de recurs trebuie, așadar, înlăturat.

### **V. Cheltuielile de judecată**

96. Potrivit articolului 184 alineatul (2) din Regulamentul de procedură, atunci când recursul este fondat, iar Curtea soluționează ea însăși în mod definitiv litigiul, aceasta se pronunță asupra cheltuielilor de judecată. Potrivit articolului 138 alineatul (1), care se aplică în procedura de recurs în conformitate cu articolul 184 alineatul (1) din Regulamentul de procedură, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.

97. Întrucât Foundation a căzut în pretenții, se impune, în principiu, obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată.

<sup>43</sup> Hotărârea din 5 iulie 2011, Edwin/OAPI (C-263/09 P, EU:C:2011:452, punctul 72).

98. Cu toate acestea, nu ar fi oportun ca Foundation să fie obligată la plata cheltuielilor de judecată ocazionate de cel de al treilea motiv de recurs, întrucât acest motiv de recurs este imputabil unei erori de traducere efectuate de Curtea de Justiție a Uniunii Europene. Astfel, toate părțile interesate ar trebui să suporte, în primul rând, propriile cheltuieli de judecată. Ulterior, acestea pot analiza dacă solicită despăgubiri în această privință din partea Curții de Justiție a Uniunii Europene.

## **VI. Concluzie**

99. Propunem, aşadar, Curții să se pronunțe după cum urmează:

- 1) Respinge recursul.
- 2) Obligă Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi la plata cheltuielilor de judecată, cu excepția celor ocazionate de cel de al treilea motiv de recurs. Obligă toate părțile interesate la plata propriilor cheltuieli de judecată ocazionate de acest motiv de recurs.