



## Repertoriul jurisprudenței

CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL  
DOMNUL GIOVANNI PITRUZZELLA  
prezentate la 12 mai 2022<sup>1</sup>

**Cauza C-197/21**

**Soda-Club (CO2) SA,  
SodaStream International BV  
împotriva  
MySoda Oy**

[cerere de decizie preliminară formulată de Korkein oikeus (Curtea Supremă, Finlanda)]

„Trimitere preliminară – Mărci – Epuizare – Butelii reîncărcabile care conțin dioxid de carbon – Introducere pe piață într-un stat membru de către titularul mărcii sau cu consimțământul acestuia – Revânzare de către un terț, după reambalare și reaplicarea mărcii acestuia din urmă, în același stat membru – Marcă a buteliei aflate în circulație încă vizibilă, gravată pe gâtul buteliei – Reambalare – Criteriile din Hotărârea Bristol-Meyers Suibb și alții – Transpunere în cazul altor produse decât cele farmaceutice – Transpunere în cazul unei situații cu privire la un singur stat membru – Condiția necesității – Impresia unei legături economice”

1. Secolul al XXI-lea se caracterizează printr-o conștientizare generalizată a impactului modelelor noastre de consum asupra unor provocări fundamentale, precum în special protecția mediului. În Comunicarea sa din anul 2015, intitulată „Închiderea buclei – un plan de acțiune al UE pentru economia circulară”<sup>2</sup>, Comisia Europeană elogia virtuțile acestui tip de economie în următorii termeni: „[t]ranziția către o economie mai circulară, în cadrul căreia valoarea produselor, a materialelor și a resurselor este menținută în economie cât mai mult timp posibil și generarea de deșeuri este redusă la minimum, reprezintă o contribuție esențială la eforturile UE de dezvoltare a unei economii durabile, cu emisii scăzute de dioxid de carbon, eficientă din punctul de vedere al utilizării resurselor și competitivă”. Această circularitate a economiei presupune ca produse introduse pentru prima dată pe piață pe teritoriul Uniunii de titularii mărcilor să fie reutilizate, reumplute sau reîncărcate, înainte de a fi din nou comercializate ulterior. Acesta este contextul în care se înscrie prezenta cauză preliminară, care oferă Curții oportunitatea de a preciza în ce condiții trebuie să aibă loc concilierea necesară între interesele legitime ale acestor titulari și cele ale terților care reutilizează și revând produsele lor.

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

<sup>2</sup> COM(2015) 614 final din 2 decembrie 2015.

## I. Cadrul juridic

### A. Dreptul Uniunii

#### 1. Regulamentul (UE) 2017/1001

2. Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene<sup>3</sup> a abrogat și a înlocuit, începând de la 1 octombrie 2017, Regulamentul (CE) nr. 207/2009<sup>4</sup>.

3. Articolul 15 din Regulamentul 2017/1001, intitulat „Epuizarea drepturilor conferite de marca UE”, prevede:

„(1) O marcă UE nu acordă titularului dreptul să interzică folosirea acesteia pentru produse care au fost introduse pe piață în Spațiul Economic European sub această marcă de către titularul mărcii sau cu acordul său.

(2) Alineatul (1) nu se aplică atunci când motive legitime îl îndreptățesc pe titular să se opună comercializării ulterioare a produselor, în special atunci când starea produselor se modifică sau se alterează după introducerea acestora pe piață.”

#### 2. Directiva (UE) 2015/2436

4. Articolul 15 din Directiva (UE) 2015/2436 a Parlamentului European și a Consiliului din 16 decembrie 2015 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci<sup>5</sup>, intitulat „Epuizarea drepturilor conferite de o marcă”, are următorul cuprins<sup>6</sup>:

„(1) Marca nu dă dreptul titularului său să interzică utilizarea acesteia pentru produsele care au fost introduse pe piața Uniunii sub această marcă de către titular sau cu consimțământul acestuia.

(2) Alineatul (1) nu se aplică atunci când există motive justificate pentru ca titularul să se opună comercializării ulterioare a produselor, în special atunci când starea produselor se modifică sau se deteriorează după introducerea lor pe piață.”

### B. Dreptul finlandez

5. Articolul 9 primul paragraf din tavaramerkkilaki (544/2019) [(Legea privind mărcile (nr. 544/2019)] din 26 aprilie 2019 se aplică mărcilor naționale de la 1 mai 2019. El prevede că titularul unei mărci nu poate interzice utilizarea acesteia pentru produse care au fost introduse

<sup>3</sup> JO 2017, L 154, p. 1.

<sup>4</sup> Regulamentul Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca Uniunii Europene (JO 2009, L 78, p. 1), astfel cum a fost modificat prin Regulamentul (UE) 2015/2424 al Parlamentului European și al Consiliului din 16 decembrie 2015 (JO 2015, L 341, p. 21) (denumit în continuare „Regulamentul nr. 207/2009”). Articolul 13 din Regulamentul nr. 207/2009 corespunde articolului 15 din Regulamentul 2017/1001.

<sup>5</sup> JO 2015, L 336, p. 1, rectificare în JO 2016, L 336, p. 5.

<sup>6</sup> De la 15 ianuarie 2019, această dispoziție înlocuiește și corespunde, într-o foarte mare măsură, articolului 7 din Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 2008, L 299, p. 25).

pe piață în Spațiul Economic European sub această marcă de titular sau cu consimțământul acestuia. Al doilea paragraf al acestui articol 9 prevede că, fără a aduce atingere primului paragraf, titularul mărcii poate interzice utilizarea acesteia pentru produse atunci când are motive legitime pentru a se opune unei oferte sau unei comercializări ulterioare a produselor. Titularul mărcii poate interzice utilizarea mărcii în special atunci când, după introducerea lor pe piață, starea produselor se modifică sau se deteriorează<sup>7</sup>.

## II. Litigiul principal, întrebările preliminare și procedura în fața Curții

6. Soda-Club (CO<sub>2</sub>) SA și SodaStream International BV (denumite în continuare împreună „SodaStream”) produc și vând aparate de carbonatare de uz casnic destinate uzului particularilor. Aceste aparate permit prepararea cu ușurință, cu apă de la robinet, a apei carbogazoase, precum și a băuturilor carbogazoase aromatizate. În Finlanda, aceste aparate sunt comercializate sub marca SODASTREAM. Ambalajele de vânzare conțin printre altele aparatul în cauză și o butelie de dioxid de carbon reîncărcabilă, formată dintr-un corp din aluminiu pe care este gravată marca SODASTREAM sau SODA-CLUB. O etichetă care poartă una dintre aceste mărci este de asemenea lipită pe butelie. SodaStream propune în plus pentru vânzare individuală butelii umplute cu dioxid de carbon. SodaStream este titulara mărcilor Uniunii Europene și naționale SODASTREAM și SODA-CLUB. Mărcile înregistrate SODASTREAM și SODA-CLUB acoperă atât buteliile în discuție, cât și dioxidul de carbon pe care acestea îl conțin.

7. MySoda Oy are sediul în Finlanda. Ea comercializează în Finlanda aparate similare celor vândute de SodaStream sub marca MYSODA, în ambalaje care nu includ însă butelii. Din anul 2016, MySoda comercializează în Finlanda butelii de dioxid de carbon umplute, care sunt compatibile nu numai cu propriile aparate de carbonatare, ci și cu aparatele comercializate de SodaStream. Buteliile de dioxid de carbon umplute și vândute de MySoda sunt în special butelii reîncărcate, introduse inițial pe piață de SodaStream. MySoda primește de la revânzători butelii de dioxid de carbon provenind de la SodaStream care au fost returnate de consumatori goale. MySoda îndepărtează ulterior eticheta lipită de SodaStream pe butelie. Ea reîncarcă această butelie și apoi aplică propria etichetă. Este cert că eticheta astfel aplicată lasă încă vizibile gravurile de pe butelie, inclusiv mărcile SODASTREAM și SODA-CLUB.

8. În Finlanda, buteliile de dioxid de carbon sunt disponibile în comerțul cu amănuntul. SodaStream și MySoda nu au magazine proprii.

9. MySoda a utilizat două etichete diferite. Pe eticheta considerată „roz” figura cu litere mari logoul societății MySoda însoțit de precizarea că era vorba despre „dioxid de carbon finlandez pentru aparate de carbonatare”. Cu caractere mici figurau informațiile despre produs, o referire la societatea care a umplut butelia și o trimitere la site-ul său internet pentru mai multe informații. Pe eticheta considerată „albă” figura, cu litere majuscule și în cinci limbi diferite, expresia „dioxid de carbon”. Informațiile despre produs, adică denumirea societății care a umplut butelia, o mențiune că această societate nu are nicio legătură cu furnizorul de origine al buteliei și nici cu societatea sa sau cu mărcile sale vizibile pe butelie, precum și o trimitere la site-ul internet al MySoda erau redactate pe această etichetă cu caractere mici.

<sup>7</sup> Având în vedere durata practicii contestate în fața instanței de trimitere, este de asemenea necesar să se semnaleze articolul 10a din *tavaramerkkilaki* (1715/1995) [Legea privind mărcile (1715/1995)] care era în vigoare până la 31 august 2016, precum și articolul 8 din *tavaramerkkilaki* (616/2016) [Legea privind mărcile (616/2016)], care era în vigoare până la 30 aprilie 2019. Aceste două dispoziții corespundeau în esență articolului 9 din Legea privind mărcile, în vigoare în prezent.

10. Considerând că respectiva practică aducea atingere drepturilor sale conferite de marcă și că avea mai multe motive legitime pentru a se opune acesteia, SodaStream a introdus o acțiune împotriva MySoda solicitând constatarea faptului că aceasta din urmă i-a încălcat mărcile în Finlanda prin utilizarea lor fără autorizație în cadrul activității sale comerciale și prin comercializarea sub aceste mărci de butelii reîncărcate pe care fusese aplicată propria marcă a MySoda, după îndepărtarea și înlocuirea etichetelor originale, fără autorizarea SodaStream, sau de butelii reîncărcate după ce etichetele originale au fost înlocuite cu etichete noi. SodaStream solicită interzicerea practicii pe care o consideră o încălcare a mărcii, precum și despăgubiri.

11. Într-o hotărâre interlocutorie din 5 septembrie 2019, markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice, Finlanda) a admis cererile formulate de SodaStream în ceea ce privește utilizarea de către MySoda a etichetelor roz și a respins cererile în ceea ce privește etichetele albe. Markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice) a constatat că dreptul exclusiv conferit de mărcile societății SodaStream cu privire la buteliile de dioxid de carbon pe care aceasta le introdusese inițial pe piață era epuizat. Pentru a se opune practicii societății MySoda, SodaStream trebuia, așadar, să demonstreze un interes legitim. După ce a înlăturat criteriile desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții<sup>8</sup> pentru motivul că în cadrul litigiului dintre SodaStream și MySoda nu era vorba despre un import paralel, markkinaoikeus (Tribunalul pentru Litigii Economice) s-a întemeiat pe Hotărârea Viking Gas<sup>9</sup>, apreciind că practica societății MySoda nu modifica și nici nu deteriora butelia de dioxid de carbon comercializată inițial de SodaStream sau conținutul acesteia. Practica menționată nu ar aduce atingere nici reputației acesteia din urmă și nici nu ar fi cauzat vreun prejudiciu care să poată constitui un motiv legitim pentru ca SodaStream să i se opună. Deși practica referitoare la etichetele albe nu a creat, potrivit instanței în cauză, o impresie eronată cu privire la existența unei legături economice între MySoda Oy și SodaStream, situația este diferită în cazul utilizării etichetelor roz, care sunt de natură să creeze, pentru un consumator mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat, impresia unei legături economice între aceste două entități. În special din cauza logoului predominant al MySoda aplicat pe eticheta roz, instanța menționată a considerat că acest consumator putea crede că butelia de dioxid de carbon provine de la aceasta din urmă. Prin urmare, exista un motiv legitim ca SodaStream să se opună practicii constând în utilizarea etichetelor roz.

12. SodaStream și MySoda au atacat fiecare cu recurs această hotărâre interlocutorie, recursuri care au fost admise de Korkein oikeus (Curtea Supremă, Finlanda), la care au fost formulate.

13. Potrivit SodaStream, prin îndepărtarea etichetei care purta marca sa și, prin urmare, care indica originea buteliei de dioxid de carbon și prin aplicarea unei etichete noi, MySoda realizează o reetichetare a produsului, ceea ce ar constitui deja o atingere adusă funcției mărcii de indicare a originii și care ar trebui supusă criteriilor desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții sau, cel puțin, condiției necesității. Or, înlocuirea etichetei în condițiile descrise mai sus nu ar fi necesară pentru introducerea pe piață a unor butelii reîncărcate de dioxid de carbon, întrucât aplicarea pe butelia reîncărcată a unui autocolant care permite prezentarea informațiilor referitoare la îmbuteliator ar afecta mai puțin drepturile titularului mărcii. Prin urmare, SodaStream ar avea dreptul de a se opune practicii societății MySoda. SodaStream invocă de asemenea, ca alt motiv legitim pentru această opoziție, impresia eronată care ar rezulta din practica societății MySoda cu privire la existența unei legături economice între ea și aceasta din urmă.

<sup>8</sup> Hotărârea din 11 iulie 1996 (C-427/93, C-429/93 și C-436/93, denumită în continuare „Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții”, EU:C:1996:282).

<sup>9</sup> Hotărârea din 14 iulie 2011 (C-46/10, denumită în continuare „Hotărârea Viking Gas”, EU:C:2011:485).

14. La rândul său, MySoda susține că criteriile desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții nu se aplică în speță, întrucât aici este vorba despre schimburi comerciale din interiorul unui singur stat membru. MySoda nu ar reambala un produs original vândut cu ocazia unui import paralel. Schimbarea etichetei nu ar aduce atingere funcției mărcii, întrucât publicul relevant ar înțelege că eticheta pe care ea o aplică indică doar originea dioxidului de carbon și îmbuteliatorul, în timp ce gravura de pe butelie care indică originea acesteia rămâne vizibilă. În orice caz, înlocuirea etichetei societății SodaStream ar fi chiar necesară, deoarece din aplicarea unui simplu autocolant pe butelia reîncărcată ar rezulta un risc mai mare de confuzie cu privire la identitatea ultimului îmbuteliator, aceste butelii fiind destinate reîncărcării de mai multe ori. Înlocuirea etichetei ar permite evitarea unei situații în care același produs ar avea mai multe coduri de bare și ar fi de asemenea adesea necesară atunci când eticheta originală a fost deteriorată sau s-a desprins. MySoda afirmă că se conformează unei practici care ar fi atât de constantă în Finlanda încât ar fi urmată chiar de SodaStream însăși. În sfârșit, MySoda a precizat în fața instanței de trimitere că nu este singura societate care activează pe piața reîncărcării buteliilor de dioxid de carbon și, prin urmare, că este de asemenea posibil ca etichetele pe care le înlocuiește să nu fie cele ale SodaStream, ci mai degrabă cele ale îmbuteliatorilor anteriori.

15. Instanța de trimitere consideră că dreptul Uniunii nu conține norme clare și detaliate cu privire la condițiile în care există motive legitime pentru ca titularul unei mărci să se opună comercializării ulterioare a produselor introduse pe piață. În temeiul unei jurisprudențe constante a Curții, există un risc, cel puțin în cazul reambalării unor medicamente importate în paralel care include reetichetarea, să se aducă atingere garanției provenienței mărcii. Prin urmare, o asemenea reambalare afectează obiectul specific al mărcii<sup>10</sup>. Potrivit unei jurisprudențe constante, titularul mărcii poate interzice vânzarea de produse reambalate, cu excepția situației în care distribuitorul demonstrează că practica îndeplinește criteriile stabilite în Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții<sup>11</sup>. Titularul mărcii poate interzice, așadar, reambalarea produsului, cu excepția situației în care reambalarea este necesară pentru a permite comercializarea produselor importate în paralel, iar interesele legitime ale titularului mărcii sunt de asemenea protejate<sup>12</sup>. Instanța de trimitere arată de asemenea că din Hotărârea Viking Gas, în care nu se face însă referire la jurisprudența Curții referitoare la reambalare și nici la criteriile desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, rezultă că, în cazul în care un îmbuteliator al buteliilor de gaz introduse pe piață în același stat membru a aplicat propriile etichete pe aceste butelii, poate exista un motiv legitim de a se opune practicii îmbuteliatorului, în special atunci când utilizarea mărcii lasă impresia că există o legătură economică între titularul mărcii și îmbuteliator<sup>13</sup>.

16. Instanța de trimitere constată, pe de o parte, că nu reiese cu claritate din jurisprudența Curții dacă condiția necesității, astfel cum este definită în Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, se aplică reambalării unor produse comercializate în același stat membru. Instanța de trimitere nu este sigură dacă poate califica operațiunea efectuată de MySoda drept „reambalare”, în sensul jurisprudenței Curții, dat fiind că, în cadrul litigiului principal, este vorba despre butelii destinate a fi reîncărcate de câteva zeci de ori. Instanța de trimitere ridică de asemenea problema dacă este decisiv faptul că publicul relevant înțelege că eticheta indică doar originea dioxidului de carbon, deși titularul mărcii, la prima introducere pe piață a buteliei de dioxid de carbon, ar fi aplicat pe această butelie eticheta pe care figura propria marcă, cu scopul de a indica originea buteliei

<sup>10</sup> Instanța de trimitere invocă aici Hotărârea din 23 aprilie 2002, Boehringer Ingelheim și alții (C-143/00, EU:C:2002:246, punctele 29 și 30), și Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctele 28-30).

<sup>11</sup> Instanța de trimitere citează aici Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctele 52 și 53).

<sup>12</sup> Instanța menționează aici Hotărârea din 23 aprilie 2002, Boehringer Ingelheim și alții (C-143/00, EU:C:2002:246, punctul 34).

<sup>13</sup> Instanța de trimitere se referă aici la punctul 37 din Hotărârea Viking Gas.

menționate. Nu este ușor nici să se stabilească dacă concluziile deduse din Hotărârea Viking Gas se pot aplica în cadrul litigiului principal, întrucât în această hotărâre era vorba despre mărci aplicate de titularul mărcii care introduseseră inițial aceste butelii pe piața buteliilor cu gaz, fără ca mărcile respective să fie vreodată îndepărtate sau acoperite. În cadrul litigiului principal, doar marca gravată pe gâtul buteliei de dioxid de carbon rămâne vizibilă.

17. Pe de altă parte, având în vedere jurisprudența Curții și în special Hotărârea Loendersloot<sup>14</sup>, uneori poate fi suficient să se aplice pe butelii un simplu autocolant care să cuprindă informații suplimentare, fără a fi necesar să se îndepărteze eticheta aplicată de titularul mărcii care a introdus buteliile pe piață. Reiese de asemenea din jurisprudență că nu este îndeplinită condiția necesității atunci când practica în cauză vizează exclusiv urmărirea unui avantaj comercial<sup>15</sup>. Buteliile reîncărcate cu dioxid de carbon trebuie să menționeze informațiile referitoare la îmbuteliator. Presupunând că sunt aplicabile criteriile din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, și în special cel referitor la necesitate, instanța de trimitere ridică problema dacă trebuie să se țină seama de destinația buteliilor. Astfel, întrucât buteliile de dioxid de carbon sunt destinate a fi reîncărcate pentru a fi reutilizate, se poate pune problema permanenței în timp a etichetelor aplicate de titularul mărcii care a introdus buteliile respective pe piață. Mai precis, ar trebui să se stabilească dacă deteriorarea sau dezlipirea etichetei aplicate de titularul mărcii pe butelie sau chiar și faptul că un alt îmbuteliator a înlocuit deja eticheta originală cu propria etichetă pot fi considerate împrejurări care justifică faptul că schimbarea sau înlocuirea etichetei cu cea a îmbuteliatorului sunt considerate necesare pentru introducerea pe piață a buteliei reîncărcate.

18. În aceste condiții, Korkein oikeus (Curtea Supremă) a hotărât să suspende judecarea cauzei și, prin decizia primită la grefa Curții la 29 martie 2021, să sesizeze Curtea cu următoarele întrebări preliminare:

- „1) Așa-numitele criterii «Bristol-Myers Squibb», dezvoltate în jurisprudența Curții în ceea ce privește reambalarea și reetichetarea în cazurile importului paralel, și în special așa-numita condiție a necesității se aplică de asemenea în ceea ce privește reambalarea sau reetichetarea produselor introduse pe piață într-un stat membru de titularul mărcii sau cu consimțământul acestuia în vederea unei revânzări efectuate în același stat membru?
- 2) În cazul în care, la momentul introducerii pe piață a buteliei care conține dioxid de carbon, titularul mărcii a aplicat pe etichetă marca sa, care nu este doar aplicată pe eticheta buteliei, ci și gravată pe gâtul buteliei, așa-numitele criterii «Bristol-Myers Squibb» menționate anterior și în special așa-numita condiție a necesității se aplică și atunci când un terț reîncarcă butelia cu dioxid de carbon în vederea revânzării sale, îndepărtează de pe ea eticheta originală și o înlocuiește cu o etichetă care poartă propriul său logo, în timp ce marca persoanei care a introdus butelia pe piață este de asemenea în continuare vizibilă pe gravura de pe gâtul buteliei?
- 3) În situația descrisă anterior, se poate considera că îndepărtarea și înlocuirea etichetei care conține marca compromis, în principiu, funcția mărcii de indicare a originii buteliei sau, în raport cu aplicabilitatea condițiilor de reambalare și de reetichetare, prezintă importanță împrejurarea că:
  - trebuie să se considere că publicul relevant a considerat că eticheta face trimitere exclusiv la originea dioxidului de carbon (și, prin urmare, la îmbuteliatorul buteliei) sau că

<sup>14</sup> Hotărârea din 11 noiembrie 1997 (C-349/95, EU:C:1997:530).

<sup>15</sup> Instanța de trimitere menționează aici Hotărârea din 12 octombrie 1999, Upjohn (C-379/97, EU:C:1999:494, punctul 44).

– trebuie să se considere că publicul relevant a înțeles că eticheta face trimitere, cel puțin în parte, și la originea buteliei?

- 4) În măsura în care îndepărtarea și înlocuirea etichetelor de pe buteliile de dioxid de carbon sunt apreciate în raport cu condiția necesității, deteriorarea sau dezlipirea accidentală a etichetelor aplicate pe buteliile introduse pe piață de titularul mărcii sau îndepărtarea și înlocuirea acestora de către un îmbuteliator anterior pot constitui o împrejurare de natură să justifice că înlocuirea regulată a etichetelor cu o etichetă a îmbuteliatorului trebuie considerată necesară pentru introducerea pe piață a buteliilor reîncărcate?”

19. MySoda, SodaStream, guvernul finlandez, precum și Comisia Europeană au depus observații scrise în fața Curții.

### III. Analiză

20. Înainte de a efectua analiza întrebărilor adresate Curții, precizăm că ne vom referi în prezentele concluzii la dispozițiile relevante ale Regulamentului 2017/1001 și ale Directivei 2015/2436, și anume, în special, articolul 15 din Regulamentul 2017/1001 și articolul 15 din Directiva 2015/2436<sup>16</sup>. În măsura în care faptele reproșate societății MySoda au început în anul 2016 și ținând seama de similitudinea dintre dispozițiile referitoare la epuizarea drepturilor conferite de mărcile naționale și ale Uniunii, concluziile la care se va ajunge cu privire la articolul 15 din Regulamentul 2017/1001 și la articolul 15 din Directiva 2015/2436 vor fi valabile și pentru interpretarea dispozițiilor corespondente cuprinse în actele anterior în vigoare<sup>17</sup>. Pentru același motiv, jurisprudența Curții pronunțată în temeiul acestor dispoziții anterioare rămâne relevantă pentru soluționarea litigiului principal.

#### *A. Cu privire la prima, la a doua și la a patra întrebare preliminară*

21. Prin intermediul primei, al celei de a doua și al celei de patra întrebări preliminare, care, în opinia noastră, trebuie examinate împreună, instanța de trimitere solicită Curții să precizeze dacă criteriile desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții au vocația să se aplice într-un caz în care produsele sunt revândute de un terț, după prima lor introducere pe piață în Uniune de către titularul mărcii, în același stat membru cu cel al acestei prime introduceri pe piață. În plus, instanța de trimitere solicită să se stabilească dacă aceste criterii, și în special condiția referitoare la necesitate, se aplică în cazul în care un terț reîncarcă butelia cu dioxid de carbon în vederea revânzării sale, îndepărtează eticheta originală de pe aceasta și o înlocuiește cu propria etichetă, lăsând în același timp vizibilă marca titularului care este gravată pe gâtul buteliei. În sfârșit, instanța de trimitere întreabă ce efect poate avea asupra aprecierii existenței unei necesități de reambalare faptul că, prin natura lor, etichetele aplicate de titularul mărcii pe buteliile destinate a fi reîncărcate și reutilizate de mai multe ori se vor deteriora, chiar dezlipi, făcând astfel potențial necesară înlocuirea lor regulată pentru comercializarea lor ulterioară. Aceste întrebări sunt adresate pentru a decide dacă SodaStream are dreptul de a se opune practicii societății MySoda.

<sup>16</sup> Cu privire la caracterul complet al armonizării efectuate de articolul 15 din Directiva 2015/2436, a se vedea prin analogie Hotărârea din 20 decembrie 2017, Schweppes (C-291/16, EU:C:2017:990, punctul 30). În privința articolului 7 din Directiva 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92), a se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctele 25 și 26) și Hotărârea din 23 aprilie 2002, Boehringer Ingelheim și alții (C-143/00, EU:C:2002:246, punctul 17).

<sup>17</sup> Și anume, articolul 13 din Regulamentul nr. 207/2009 și articolul 7 din Directiva 2008/95.

22. Această posibilitate de opoziție, care constituie o derogare de la principiul fundamental al liberei circulații a mărfurilor, are ca unic obiectiv apărarea drepturilor care fac parte din obiectul specific al mărcii, interpretat în lumina funcției esențiale a acesteia<sup>18</sup>. Obiectul specific al dreptului de marcă este în special de a asigura titularului dreptul exclusiv de a utiliza marca pentru prima introducere pe piață a unui produs și de a-l proteja astfel împotriva concurenților care ar vrea să abuzeze de poziția și de reputația mărcii vânzând produse care poartă în mod necuvenit această marcă<sup>19</sup>. Funcția esențială a mărcii este de a garanta consumatorului sau utilizatorului final identitatea originii produsului care poartă marca, permițându-i să distingă, fără vreo posibilitate de confuzie, acest produs de cele care au o altă proveniență<sup>20</sup>. Totuși, în măsura în care constituie în mod necesar o limitare a principiului fundamental al liberei circulații a mărfurilor, dreptul titularului mărcii de a se opune comercializării ulterioare a produselor care îi poartă marca nu este nelimitat.

23. Chestiunea epuizării drepturilor conferite de marca Uniunii sau de marca națională este astfel reglementată la articolul 15 din Regulamentul 2017/1001 și la articolul 15 din Directiva 2015/2436. Aceste două dispoziții urmăresc în special, în termeni similari, concilierea intereselor fundamentale ale protecției drepturilor asupra mărcii și a celor privind libera circulație a mărfurilor între statele membre<sup>21</sup>. Din aceste dispoziții rezultă că titularul mărcii nu se poate opune, în principiu, utilizării mărcii respective după ce a avut loc prima introducere pe piață de către titularul mărcii sau cu consimțământul acestuia<sup>22</sup>. Principiul epuizării drepturilor conferite de marcă pe care îl consacră aceste două dispoziții constituie, așadar, limita în cazul drepturilor de exclusivitate recunoscute, de altfel, titularilor unei mărci. Relația dintre această exclusivitate și libera circulație a mărfurilor a fost ilustrată în mai multe rânduri în jurisprudența Curții<sup>23</sup>. Prin urmare, deși calitatea de titular al mărcii presupune, *per se*, o necesară restricție pentru libera circulație a mărfurilor în numele protecției proprietății industriale și comerciale, intensitatea acestei protecții se diminuează pe măsură ce apar riscurile anticoncurențiale pentru piață, în special de împărțire.

24. Părțile sunt de acord că buteliile în cauză au fost introduse pe piață pentru prima dată pe teritoriul finlandez de SodaStream, titularul mărcii. Dacă luăm în considerare cele ce precedă, aceasta din urmă nu s-ar putea opune practicii în discuție în litigiul principal.

25. Cu toate acestea, nu există o epuizare a drepturilor conferite de marcă în cazul în care titularul acesteia poate demonstra un motiv legitim pentru a se opune comercializării ulterioare a produselor<sup>24</sup>. Deși modificarea și alterarea stării produselor sunt menționate la articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001 și la articolul 15 alineatul (2) din Directiva 2015/2436 ca exemple, aceste dispoziții nu furnizează o listă exhaustivă a motivelor legitime care pot împiedica aplicarea principiului epuizării<sup>25</sup>.

<sup>18</sup> A se vedea Hotărârea din 23 aprilie 2002, Boehringer Ingelheim și alții (C-143/00, EU:C:2002:246, punctul 28).

<sup>19</sup> A se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctul 44) și Hotărârea din 20 decembrie 2017, Schweppes (C-291/16, EU:C:2017:990, punctul 37).

<sup>20</sup> A se vedea Hotărârea din 20 decembrie 2017, Schweppes (C-291/16, EU:C:2017:990, punctul 37).

<sup>21</sup> A se vedea Hotărârea din 23 aprilie 2002, Boehringer Ingelheim și alții (C-143/00, EU:C:2002:246, punctul 18).

<sup>22</sup> A se vedea articolul 15 alineatul (1) din Regulamentul 2017/1001 și articolul 15 alineatul (1) din Directiva 2015/2436.

<sup>23</sup> A se vedea în special Hotărârea din 20 decembrie 2017, Schweppes (C-291/16, EU:C:2017:990, punctul 30 și jurisprudența citată).

<sup>24</sup> A se vedea articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001 și articolul 15 alineatul (2) din Directiva 2015/2436.

<sup>25</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 36).

26. În contextul unui import paralel de produse farmaceutice, Curtea a statuat în special că articolul 7 alineatul (2) din Prima Directivă 89/104 trebuie interpretat în sensul că titularul mărcii se poate opune în mod legitim comercializării ulterioare a unui produs farmaceutic dacă importatorul a reambalat produsul menționat și a reaplicat marca titularului pe acesta, cu excepția cazului în care, în primul rând, se stabilește că utilizarea de către titular a dreptului asupra mărcii pentru a se opune comercializării produselor reambalate sub această marcă ar contribui la împărțirea artificială a piețelor între statele membre, în al doilea rând, se demonstrează că reambalarea nu poate afecta starea originară a produsului conținut în ambalaj, în al treilea rând, se indică în mod clar pe noul ambalaj autorul reambalării produsului și denumirea fabricantului, în al patrulea rând, prezentarea produsului reambalat nu este de natură să prejudicieze reputația mărcii și pe cea a titularului său și, în al cincilea rând, anterior punerii în vânzare a produsului reambalat, importatorul notifică titularul mărcii și îi furnizează, la cerere, un specimen al produsului reambalat<sup>26</sup>. Este suficient ca una dintre condițiile enumerate în Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții să nu fie îndeplinită pentru ca titularul mărcii să se poată opune în mod legitim comercializării ulterioare a unui produs farmaceutic care poartă marca sa și care a făcut obiectul unei reambalări<sup>27</sup>.

27. Astfel, pentru a evalua dreptul societății SodaStream de a se opune practicii societății MySoda, este necesar să se stabilească dacă această practică constituie o reambalare, în sensul jurisprudenței Curții (a doua întrebare)<sup>28</sup>. Trebuie să se stabilească în continuare dacă învățămintele care decurg din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții sunt valabile numai pentru situații de import paralel care implică în mod necesar comercializarea produsului în cauză pe teritoriul unui alt stat membru decât cel al primei introduceri pe piață (prima întrebare). În sfârșit, trebuie să se evalueze dacă criteriile desprinse din această hotărâre au fost stabilite în mod specific, în funcție de tipul special de produse despre care era vorba în acest caz – cu alte cuvinte, produse farmaceutice –, înainte de a putea avea în vedere aplicarea condiției necesității, în sensul hotărârii menționate, împrejurărilor din litigiul principal.

### *1. Cu privire la existența unei reambalări*

28. Referitor la chestiunea dacă practica societății MySoda în discuție în litigiul principal constituie o reambalare, Curtea a statuat deja, în alt context, desigur, că „noua etichetare a medicamentelor care poartă marca, precum și noul ambalaj al acestora afectează obiectul specific al mărcii [...]. Într-adevăr, modificarea care implică orice ambalaj nou sau orice nouă etichetare a unui medicament care poartă o marcă creează prin însăși natura sa riscuri reale pentru garantarea provenienței pe care marca urmărește să o asigure”<sup>29</sup>. Curtea a precizat ulterior că aplicarea unei etichete de dimensiuni mici pe un ambalaj original al unor dispozitive medicale, lăsat de altfel intact și nedeschis, care nu ascunde marca originală și care se limitează să desemneze importatorul paralel ca fiind răspunzător de introducerea pe piață, indicând datele de contact ale acestuia, un cod de bare și un număr farmaceutic central, nu constituie o reambalare. Întrucât nu poate afecta obiectul specific al mărcii, o asemenea operațiune nu constituie un motiv legitim care poate justifica opoziția titularului mărcii la comercializarea ulterioară a produsului în cauză<sup>30</sup>. Totuși, considerăm că nu este posibilă reducerea practicii în discuție în litigiul principal descrise la

<sup>26</sup> A se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctul 79).

<sup>27</sup> A se vedea în special Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctele 31 și 60).

<sup>28</sup> A se vedea Hotărârea din 17 mai 2018, Junek Europ-Vertrieb (C-642/16, EU:C:2018:322, punctul 29).

<sup>29</sup> A se vedea Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctele 29 și 30). A se vedea de asemenea Hotărârea din 17 mai 2018, Junek Europ-Vertrieb (C-642/16, EU:C:2018:322, punctul 30).

<sup>30</sup> A se vedea Hotărârea din 17 mai 2018, Junek Europ-Vertrieb (C-642/16, EU:C:2018:322, punctele 35-37).

punctul 9 din prezentele concluzii la această din urmă ipoteză. Într-adevăr, MySoda deschide buteliile de dioxid de carbon, le manipulează, le inspectează, le curăță și, în sfârșit, le reumple înainte de a le sigila și de a face reetichetarea acestora<sup>31</sup>. În plus, nu se poate exclude că obiectul specific al mărcii poate fi afectat din acest motiv, chiar dacă marca societății SodaStream gravată pe gât rămâne vizibilă<sup>32</sup>. Prin urmare, există într-adevăr o reambalare a buteliilor de dioxid de carbon introduse inițial pe piața finlandeză de aceasta din urmă.

## *2. Cu privire la posibilitatea de transpunere, în cadrul litigiului principal, a criteriilor din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții*

29. Referitor la chestiunea legăturii dintre criteriile desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții și situațiile de import paralel, observăm de la bun început că, deși litigiul principal privește efectiv o situație care se desfășoară pe piața finlandeză, etichetele aplicate de MySoda sunt formulate în cinci limbi, revelând astfel întregul potențial al unei eventuale distribuiri a buteliilor reîncărcate în afara teritoriului finlandez.

30. Arătăm de asemenea că criteriile desprinse din această hotărâre sunt, cel puțin din punctul de vedere al formulării lor, complet aplicabile într-o situație precum cea din litigiul principal, întrucât se referă, în final, la întinderea protecției conferite de marcă și la limitele sale. În această privință, suntem de acord cu SodaStream atunci când susține că interesul titularului mărcii de a obține protecție împotriva unei eventuale încălcări a garanției originii produsului care poartă marca sa este același, indiferent dacă această încălcare are loc pe teritoriul aceluiași stat membru în care produsul în cauză a fost introdus pentru prima dată pe piață sau pe teritoriul unui stat membru diferit.

31. Mai presus de toate, protecția proprietății intelectuale nu poate ajunge să legitimeze o piață captivă și, așadar, o concurență denaturată<sup>33</sup>. Or, în opinia noastră, riscurile pentru piață sunt comparabile, deoarece opoziția la reambalare poate avea drept consecință imediată contribuția la împărțirea artificială a pieței, chiar și la nivel național. Prin urmare, tindem să considerăm, în acord cu Comisia, că limitarea practicii la un singur stat membru nu este decisivă în momentul stabilirii dacă sunt aplicabile criteriile desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții. Dacă ar trebui să se decidă altfel, riscul ar fi de a recunoaște societății SodaStream posibilitatea de a beneficia în mod necondiționat de revânzarea viitoare a propriilor produse. În mod cert, Curtea nu a făcut referire la Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții în Hotărârea Viking Gas, în condițiile în care era vorba tot despre o situație de reîncărcare a unor butelii de gaz limitată la teritoriul unui singur stat membru. Totuși, în această cauză era vorba despre o operațiune diferită, analizată mai întâi din perspectiva libertății de alegere și a dreptului de proprietate al consumatorului care cumpărase butelia de gaz cu ocazia primei sale introduceri pe piață<sup>34</sup>. Chestiunea dreptului concurenților de a realiza reumplerea și schimbarea buteliilor de gaz intervenea numai la finalul analizei<sup>35</sup>, Curtea limitându-se în dispozitivul hotărârii să amintească

<sup>31</sup> În această privință, toate operațiunile ne par mult mai complexe decât o simplă „reciclare”, după cum pretinde guvernul finlandez.

<sup>32</sup> Astfel, vizibilitatea gravurii nu este, în niciun caz, comparabilă cu cea a etichetei. În aceste condiții, chiar dacă nu este vorba despre o disimulare totală, situația din speță se apropie, fără a se confunda, de cea analizată la punctul 86 din Hotărârea din 8 iulie 2010, Portakabin (C-558/08, EU:C:2010:416).

<sup>33</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctele 31 și 32). Dimpotrivă, dreptul asupra mărcii este conceput ca un element esențial al unui sistem de concurență nedenaturată.

<sup>34</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctele 31 și 35).

<sup>35</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 35 *in fine* și punctele 36-41).

cerința unui „motiv justificat”, fără a se preciza condițiile acestuia<sup>36</sup>. În plus, după cum a arătat în mod întemeiat instanța de trimitere, marca despre care era vorba în această cauză nu fusese nici înlăturată, nici acoperită.

32. Referitor la faptul dacă criteriile desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții sunt specifice produselor farmaceutice și dispozitivelor medicale, pe de o parte, interpretarea acestei hotărâri nu ni se pare că limitează criteriile menționate la acest tip de produse<sup>37</sup> și, pe de altă parte, Curtea a statuat deja că acest lucru nu este valabil<sup>38</sup>, întrucât elementul declanșator al aplicării criteriilor menționate nu rezultă din calitatea produselor, ci din faptul că un produs care poartă marca a făcut obiectul unei intervenții a unui terț efectuate fără autorizarea titularului mărcii și susceptibile să denatureze garantarea provenienței asigurată de marcă<sup>39</sup>. Prin urmare, nu suntem de acord cu interpretarea propusă de Comisie a punctelor 27 și 28 din Hotărârea Junek Europ-Vertrieb<sup>40</sup>, întrucât din cuprinsul punctelor menționate nu rezultă că Curtea ar fi exclus, în principiu, aplicarea criteriilor desprinse din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții în cazul altor produse decât cele farmaceutice. În opinia noastră, aceste puncte funcționează doar ca o reamintire a contextului, în special de fapt, care a condus la adoptarea jurisprudenței anterioare a Curții.

33. Prin urmare, din toate aceste elemente reiese că nimic nu pare să se opună aplicării în cadrul litigiului principal a condiției necesității, astfel cum a fost stabilită în Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții.

### *3. Cu privire la condiția necesității, în sensul Hotărârii Bristol-Myers Squibb și alții*

34. Din această condiție, astfel cum a fost formulată în Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, rezultă că titularul mărcii se poate opune în mod legitim comercializării ulterioare a unui produs atunci când importatorul a reambalat produsul și i-a reaplicat marca, cu excepția cazului în care se stabilește în special că utilizarea dreptului asupra mărcii de către titular pentru a se opune comercializării produselor reambalate sub această marcă ar contribui la împărțirea artificială a piețelor între statele membre – sau, în speță, a pieței (secundare) naționale. Aceasta este situația *în special*, în opinia Curții, atunci când reambalarea este, pe de o parte, *necesară* pentru comercializarea produsului în statul membru de import și, pe de altă parte, efectuată în asemenea condiții încât starea originară a produsului să nu fie afectată<sup>41</sup>. Posibilitatea titularului unui drept asupra mărcii protejat într-un stat membru de a se opune comercializării sub această marcă a unor produse reambalate trebuie limitată numai în măsura în care reambalarea efectuată de importator este *necesară* pentru comercializarea produsului<sup>42</sup>. În toate cazurile, condiția necesității va fi examinată din perspectiva funcției esențiale recunoscute a mărcii<sup>43</sup>.

<sup>36</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 42 și dispozitivul).

<sup>37</sup> A se vedea, de exemplu, Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctele 59, 60 și 75).

<sup>38</sup> Cu privire la aplicarea acestor condiții unor sticle de băuturi spirtoase, a se vedea Hotărârea din 11 noiembrie 1997, Loendersloot (C-349/95, EU:C:1997:530).

<sup>39</sup> A se vedea Hotărârea din 11 noiembrie 1997, Loendersloot (C-349/95, EU:C:1997:530, punctul 27).

<sup>40</sup> Hotărârea din 17 mai 2018 (C-642/16, EU:C:2018:322).

<sup>41</sup> A se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctul 79).

<sup>42</sup> A se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctul 56).

<sup>43</sup> A se vedea punctul 22 din prezentele concluzii.

35. Astfel, reambalarea este necesară pentru punerea în circulație a produsului în cauză în alt stat membru atunci când modificarea ambalajului este impusă de cerințe normative<sup>44</sup>. Dimpotrivă, Curtea a statuat că reambalarea nu este necesară atunci când se explică exclusiv prin faptul că importatorul paralel urmărește obținerea unui avantaj economic<sup>45</sup>.

36. Condiția necesității va fi apreciată numai din perspectiva faptului de a efectua reambalarea produsului pentru a permite comercializarea sa ulterioară, iar nu a modalității sau a stilului în care este efectuată această reambalare<sup>46</sup>. Totuși, condiția necesității nu este autosuficientă, întrucât, odată verificată necesitatea reambalării, va trebui să se asigure în continuare protecția intereselor legitime ale titularului mărcii pentru a se concluziona că acesta nu se poate opune revânzării produsului său<sup>47</sup>, în această etapă succesivă urmând a se examina și modalitatea sau stilul de reambalare.

37. De asemenea, trebuie amintită poziția, în analiza condiției de necesitate, care trebuie recunoscută mărcii într-un sistem de concurență nenenaturată. Așa cum a susținut Comisia, considerăm că condiția referitoare la necesitatea reambalării trebuie aplicată ținând seama de cerința evaluării comparative a intereselor titularului mărcii și, în speță, a intereselor revânzătorilor. Subliniem în această privință că operațiunea efectuată de MySoda este mai elaborată decât o simplă revânzare a unei butelii introduse deja pe piață, întrucât această butelie va fi reîncărcată cu dioxid de carbon de societatea MySoda.

38. Deși va reveni instanței de trimitere sarcina de a aprecia dacă, având în vedere împrejurările ce caracterizează litigiul principal, reambalarea efectuată de MySoda este necesară în vederea comercializării buteliilor de dioxid de carbon reîncărcate, instanța menționată solicită în mod evident Curții să îi ofere îndrumări pentru această apreciere.

39. SodaStream introduce pe piață produse destinate a fi reutilizate<sup>48</sup>. Ea reproșează societății MySoda că organizează ea însăși reutilizarea și reîncărcarea buteliilor care poartă marca societății SodaStream. SodaStream nu are alte mijloace legale pentru a se opune activității societății MySoda – care, de altfel, pare recunoscută și reglementată de legislație cel puțin la nivel național, fiind vorba despre o substanță clasificată ca fiind periculoasă precum dioxidul de carbon – decât acela de a-și valorifica dreptul său asupra mărcii cu privire la butelie.

40. Prin urmare, trebuie să fie una dintre cele două variante.

41. Pe de o parte, întrucât activitatea desfășurată de MySoda pare legală și conformă cu destinația produselor introduse pe piață de SodaStream, să ne imaginăm că MySoda își continuă activitatea de reumplere, dar i se interzice, în numele drepturilor conferite de marcă, să îndepărteze eticheta. Ar fi, așadar, în circulație un produs căruia i-a fost conferită în mod evident o valoare adăugată de către un operator care nu este titularul mărcii, dar care ar purta numai eticheta acestuia din urmă. Marca ca garanție a originii ar produce, desigur, efecte depline în ceea ce privește butelia, dar nu ar avea efecte în privința gazului în sine și a serviciului de reumplere. O asemenea situație, pur

<sup>44</sup> A se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctul 53). A se vedea de asemenea Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctul 36).

<sup>45</sup> A se vedea Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctul 37 și jurisprudența citată).

<sup>46</sup> A se vedea Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctul 38 și jurisprudența citată).

<sup>47</sup> A se vedea Hotărârea din 26 aprilie 2007, Boehringer Ingelheim și alții (C-348/04, EU:C:2007:249, punctul 30).

<sup>48</sup> Această diferență ne pare fundamentală pentru a distinge cazul de față de cazurile din ce în ce mai frecvente numite de „suprareciclare”, care încă se află pentru moment într-un fel de zonă gri din punct de vedere juridic (ne gândim aici, de exemplu, la chestiunea recuperării nasturilor purtând o marcă de lux de pe haine autentice și achiziționate în mod legal, pentru a fi transformați în bijuterii de către un terț care nu este titularul mărcii de lux în cauză).

teoretică, ar fi, în plus, problematică în ceea ce privește asumarea răspunderii în cazul unor probleme apărute în urma reîncărcării, întrucât această răspundere ar putea părea în mod eronat că revine titularului mărcii buteliei, iar nu operatorului care a reîncărcat această butelie. După cum am arătat mai sus, operațiunea efectuată de MySoda nu este o simplă revânzare a buteliei. Într-o asemenea situație, etichetarea nu ar reflecta starea reală a produsului, așa cum trebuie, prin destinația sa, să fie comercializat pe piața secundară.

42. Pe de altă parte, dacă s-ar urma argumentația societății SodaStream, ce constă în invocarea unei protecții continue a mărcii sale, dincolo de prima introducere pe piață, aplicate pe un produs reutilizabil, o astfel de argumentație ar avea ca efect împiedicarea oricărei manipulări a buteliilor reîncărcabile de către un operator terț. Prin urmare, numai SodaStream ar putea în mod legitim să reîncarce și să revândă buteliile, chiar dacă protecția conferită de marcă și dreptul de opoziție pe care aceasta îl conferă titularului său nu privesc decât buteliile în discuție, iar nu operațiunile ulterioare, și nu ar putea avea ca efect o împărțire a piețelor și, prin urmare, denaturarea concurenței<sup>49</sup>. Din observațiile societății SodaStream reiese că aceasta consideră că este esențial să se asigure că numai acele butelii de dioxid de carbon cu privire la care ea însăși a putut garanta că sunt sigure și corect umplute sunt comercializate sub mărcile sale. Instanța de trimitere pare să fie cea mai în măsură să arbitreze acest argument referitor la siguranță<sup>50</sup> și eventuala sa manipulare în scopuri anticoncurențiale<sup>51</sup>.

43. În aceste condiții speciale, având în vedere natura și destinația produselor, reambalarea acestora, înțelesă ca manipulare (deschidere, curățare, verificare), reumplerea buteliilor deja introduse pe piață și, poate, mai ales reetichetarea lor, ne pare *a priori* necesară pentru utilizarea destinată a acestor butelii reîncărcabile și pentru ca piața secundară să fie accesibilă operatorilor independenți. Reetichetarea, dacă este efectuată în condiții clare și neînșelătoare, contribuie în mod paradoxal, în opinia noastră, la păstrarea funcției esențiale a mărcilor, indiferent dacă este vorba despre marca celui care a introdus pentru prima dată butelia pe piață sau despre marca celui care a reîncărcat-o înainte de a o revinde. Tot în opinia noastră, condiția necesității este, așadar, îndeplinită doar pentru acest motiv, cu atât mai mult cu cât ea trebuie apreciată în funcție de împrejurările speței, luând în special în considerare diferențele față de faptele din litigiul principal în cauza Bristol-Myers Squibb și alții. Ținând seama de durata de viață a buteliilor de dioxid de carbon care, potrivit indicațiilor societății MySoda, pot fi reîncărcate de o sută de ori, putem admite și că starea de conservare a etichetei originale se va deteriora și că, în ipoteza previzibilă a unor reîncărcări succesive de către diverși operatori, cel care va reeticheta butelia ultima dată nu va fi neapărat cel care a îndepărtat eticheta originală.

<sup>49</sup> Astfel, Curtea a statuat deja, într-un context puțin diferit, că „faptul de a permite licențiatului dreptului la marca constituită din forma buteliei compozite, titular al mărcilor aplicate pe aceasta, ca, pe baza drepturilor aferente acestor mărci, să se opună la încărcarea ulterioară a buteliilor ar reduce în mod nejustificat concurența pe piața în aval de încărcare a buteliilor de gaz și ar implica chiar riscul unei împărțiri a acestei piețe în cazul în care licențiatul și titularul menționat reușește să își impună butelia datorită caracteristicilor tehnice particulare ale acesteia, a căror protecție nu face obiectul dreptului mărcilor” (Hotărârea Viking Gas, punctul 34).

<sup>50</sup> La rândul său, MySoda precizează că activitatea de reumplere a buteliilor cu o substanță considerată periculoasă, precum dioxidul de carbon, ar fi o activitate strict reglementată și controlată în Finlanda și în special supusă respectării dreptului Uniunii relevant în materie.

<sup>51</sup> De exemplu, SodaStream, după ce a indicat că ar deține între 55 % și 60 % din cotele de piață ale activității de reumplere a buteliilor de dioxid de carbon în Finlanda, față de 30 %-35 % ale MySoda, propune, ca măsură mai puțin prejudiciabilă pentru drepturile sale asupra mărcii decât aplicarea etichetelor în discuție în litigiul principal și ca element de natură să demonstreze că reetichetarea efectuată de MySoda nu este *necesară*, să se solicite distribuitorilor să trieze buteliile returnate goale și să le restituie titularilor mărcilor respective pentru reumplere. Totuși, procedând astfel, nu ar exista în cele din urmă piețe distincte între piața aparatelor de carbonatare vândute în mod tradițional cu cel puțin o butelie umplută cu dioxid de carbon și piața specifică de reîncărcare unică a buteliilor de dioxid de carbon, deoarece marca aparatului și a primei butelii ar condiționa în mod necesar societatea de la care butelia ar putea fi reumplută de o sută de ori.

#### 4. Concluzie

44. Rezultă din cele ce precedă că, în contextul litigiului principal, articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001 și articolul 15 alineatul (2) din Directiva 2015/2436 trebuie interpretate în sensul că titularul mărcii se poate opune în mod legitim comercializării ulterioare, pe teritoriul aceluiași stat membru cu cel în care buteliile de dioxid de carbon au fost introduse pentru prima dată pe piață de titularul respectiv sau cu consimțământul acestuia, de către un terț a buteliilor respective care au fost reîncărcate de acesta din urmă, atunci când terțul menționat a reambalat aceste butelii și a reaplicat marca sa pe ele, cu excepția situației în care se stabilește că o asemenea opoziție ar contribui la o împărțire artificială a pieței. Pentru a evalua existența unui astfel de risc, revine instanței de trimitere sarcina de a verifica dacă reambalarea efectuată, având în vedere natura produsului în cauză și destinația sa, este necesară pentru a asigura accesul terților la piața reîncărcării cu dioxid de carbon. În cazul în care instanța de trimitere ar trebui să concluzioneze că reambalarea efectuată de terț este necesară, aceasta ar trebui să se asigure și că interesele legitime ale titularului mărcii sunt de asemenea protejate.

#### ***B. Cu privire la a treia întrebare preliminară***

45. Prin intermediul celei de a treia întrebări, instanța de trimitere solicită să se stabilească dacă îndepărtarea și înlocuirea etichetei pe care este aplicată marca aduce, în principiu, atingere funcției mărcii sau dacă trebuie să mai fie evaluat, în scopul aplicării condițiilor privind reambalarea și reetichetarea, dacă publicul relevant înțelege că eticheta indică numai originea dioxidului de carbon sau dacă, dimpotrivă, se consideră că acest grup înțelege că eticheta indică de asemenea, cel puțin în parte, originea buteliei<sup>52</sup>.

46. La fel ca SodaStream, înțelegem această a treia întrebare preliminară în sensul că se referă la o condiție distinctă și autonomă de cea referitoare la necesitatea reambalării. Astfel, după cum am amintit în special la punctul 36 din prezentele concluzii, chiar dacă practica în discuție în litigiul principal ar trebui considerată necesară, în sensul primului criteriu desprins din Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, acest lucru nu ar fi suficient pentru a constata că SodaStream nu se poate opune practicii menționate, întrucât condițiile respective par a fi cumulative. Cu alte cuvinte, odată cu constatarea necesității obiective a reambalării, trebuie examinată realizarea sa efectivă.

47. A treia condiție stabilită în Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții impune să fie indicate în mod clar pe noul ambalaj autorul reambalării produsului și denumirea fabricantului său, aceste informații trebuind să fie imprimare astfel încât o persoană cu o vedere normală și atentă în mod normal să fie în măsură să le înțeleagă<sup>53</sup>. Claritatea impusă a informațiilor trebuie să permită în acest mod să se evite confuzia în percepția consumatorului<sup>54</sup>.

48. Pentru a prezerva garanția de origine a mărcii, noua etichetare nu trebuie mai ales să lase impresia că există o legătură economică între terțul care revinde produsul și titularul mărcii și în special că întreprinderea revânzătorului aparține rețelei de distribuție a titularului acestei mărcii

<sup>52</sup> În această privință, chestiunea dacă aplicarea unei etichete autocolante pe butelie ar fi mai puțin prejudiciabilă pentru drepturile asupra mărcii ale SodaStream va trebui să fie apreciată de instanța de trimitere, în special pentru a verifica dacă nu ar exista, dimpotrivă, un risc mai mare de confuzie pentru consumatori, mai ales în cazul aplicării multiple de autocolante odată cu reumplerea buteliilor.

<sup>53</sup> A se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (punctul 79).

<sup>54</sup> În unele cazuri, s-ar putea imagina cu ușurință că a patra condiție, referitoare la obligația de a nu aduce atingere reputației mărcii și titularului acesteia, este examinată în același timp cu această a treia condiție. Observăm însă că aceasta nu face obiectul întrebărilor preliminare adresate Curții.

sau că există o relație specială între cele două întreprinderi<sup>55</sup>. În cazul în care consumatorul normal informat și suficient de atent întâmpină dificultăți pentru a stabili proveniența produselor, drepturile conferite de marcă nu vor putea fi considerate epuizate<sup>56</sup>. Rezultă în special din Hotărârea Viking Gas<sup>57</sup> că aprecierea existenței unei impresii de legătură economică trebuie să țină seama de etichetarea buteliilor și de condițiile în care acestea sunt schimbate<sup>58</sup>. De asemenea, vor trebui luate în considerare practicile din sector și aspectul dacă consumatorii sunt obișnuiți ca buteliile să fie reumplute de alți distribuitori. Atunci va fi posibil să se prezume că un consumator care se adresează în mod direct unui concurent pentru a-și reumple butelia sau pentru a-și schimba butelia goală cu o butelie încărcată va fi mai ușor în măsură să cunoască lipsa unei legături între concurentul în discuție și titularul mărcii<sup>59</sup>. Curtea a admis de asemenea că faptul că marca buteliei rămâne vizibilă, în pofida etichetării suplimentare<sup>60</sup> efectuate de concurent, constituie un element relevant în măsura în care pare să excludă faptul că etichetarea a modificat starea buteliilor prin mascarea completă a originii acestora<sup>61</sup>.

49. Realizând reetichetarea, terțul nu trebuie să fie motivat de răutate, de exemplu cu intenția reală de a înșela consumatorul. Totuși, îndepărtarea etichetei de către MySoda nu pare a fi în mod necesar culpabilă, dat fiind că nu este neapărat posibil să se stabilească dacă MySoda a fost cea care a îndepărtat de pe o anumită butelie eticheta originală sau dacă a îndepărtat eticheta ultimei persoane care a reîncărcat butelia cu gaz. Îndepărtarea poate fi justificată prin luarea în considerare a naturii speciale a produsului în cauză, și anume butelii reîncărcabile. Marca buteliei rămâne vizibilă, întrucât este gravată pe gât, astfel încât funcția esențială a mărcii de garantare a originii buteliei nu este neapărat afectată doar prin reetichetare. Considerăm însă că revine instanței de trimitere sarcina de a stabili ceea ce poate fi înțelegerea exactă a respectivei reetichetări de către un consumator normal informat și suficient de atent<sup>62</sup>. Aceasta depinde, desigur, de nivelul de cunoaștere al consumatorului respectiv cu privire la funcționarea și la practicile<sup>63</sup> de pe piața reumplerii buteliilor de dioxid de carbon. De asemenea, aceasta depinde de claritatea informațiilor cuprinse pe etichetă, care trebuie să conțină, fără ambiguități referitoare la responsabilul real pentru fabricarea buteliei, informații despre ultimul îmbuteliator al buteliei cu dioxid de carbon.

50. Adăugăm că guvernul finlandez a insistat asupra aspectelor de mediu ale litigiului principal, susținând că valorificarea buteliilor prin reumplerea și reutilizarea lor trebuie încurajată în temeiul politicii de prevenire a deșeurilor, care este unul dintre obiectivele urmărite de Directiva (UE) 2018/852 a Parlamentului European și a Consiliului din 30 mai 2018 de modificare a

<sup>55</sup> A se vedea Hotărârea din 8 iulie 2010, Portakabin (C-558/08, EU:C:2010:416, punctul 80). A se vedea de asemenea Hotărârea Viking Gas (punctele 37 și 39).

<sup>56</sup> A se vedea, în privința utilizatorilor de internet, Hotărârea din 8 iulie 2010, Portakabin (C-558/08, EU:C:2010:416, punctul 81). În ceea ce privește consumatorii în general, a se vedea Hotărârea Viking Gas (punctele 39 și 40).

<sup>57</sup> Hotărârea din 14 iulie 2011 (C-46/10, EU:C:2011:485).

<sup>58</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 39).

<sup>59</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 40). Reamintim că această situație nu se regăsește în cadrul litigiului principal.

<sup>60</sup> În speță, două autocolante erau aplicate pe butelie de către întreprinderea care o reumplea, fără ca marca verbală și marca figurativă ale întreprinderii care introduseseră butelia respectivă pe piață pentru prima dată să fi fost îndepărtate sau acoperite (a se vedea Hotărârea Viking Gas, punctul 11).

<sup>61</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 41).

<sup>62</sup> Reținem astfel această formulare care ne pare mai mult sau mai puțin echivalentă cu cea utilizată în Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții (a se vedea, pentru comparație, punctul 48 din prezentele concluzii).

<sup>63</sup> În această privință, după cum a arătat Comisia, spre deosebire de faptele din litigiul principal în cauza în care s-a pronunțat Hotărârea Viking Gas, buteliile reîncărcate nu sunt vândute în magazine care poartă sigla persoanei care le-a reîncărcat, astfel încât ar putea fi mai dificil pentru consumator să distingă rolul exact al fiecăreia dintre mărcile aplicate pe aceste butelii.

Directivei 94/62/CE privind ambalajele și deșeurile de ambalaje<sup>64</sup>. Pentru aceasta, nu ar trebui, potrivit guvernului menționat, ca valorificarea buteliilor să devină prea complexă, dintr-o considerație excesivă acordată drepturilor fabricantului buteliei, titular al mărcii.

51. În lumina tuturor acestor elemente, considerăm că articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001 și articolul 15 alineatul (2) din Directiva 2015/2436 trebuie interpretate în sensul că, atunci când un terț reîncarcă cu gaz și revinde o butelie de dioxid de carbon, îndepărtează eticheta cu marca fabricantului buteliei, lăsând în același timp marca respectivă gravată pe gâtul vizibil, și aplică pe aceasta propria etichetă, trebuie apreciată impresia globală creată de noua etichetare pentru a se stabili dacă informațiile referitoare la autorul reambalării produsului și cele referitoare la fabricantul produsului respectiv sunt clare și neechivoce pentru un consumator normal informat și suficient de atent. Aceste informații, așa cum sunt prezentate prin noua etichetare, nu trebuie mai ales să lase impresia că există o legătură economică sau o relație specială între terțul care a reîncărcat butelia și titularul mărcii. Pentru a aprecia impresia creată de noua etichetare, trebuie să fie luate în considerare în special practicile specifice sectorului în cauză și nivelul de cunoaștere al consumatorilor cu privire la aceste practici.

### ***C. Cu privire la aplicarea testului care rezultă din Hotărârea Viking Gas***

52. Cu titlu subsidiar, în cazul în care Curtea nu ar trebui să urmeze linia de raționament propusă anterior, se pare că aplicarea testului schițat în Hotărârea sa Viking Gas ar fi posibilă, pentru un rezultat aproape echivalent.

53. Amintim că, în această cauză, Curtea trebuia să stabilească în ce condiții deținătorul unei licențe exclusive pentru utilizarea buteliilor de gaz compozite destinate a fi reutilizate, a căror formă este protejată ca marcă tridimensională și pe care acest deținător a aplicat denumirea și logoul său, înregistrate ca marcă verbală și ca marcă figurativă, putea să se opună, în temeiul articolelor 5 și 7 din Prima Directivă 89/104, ca aceste butelii, după achiziționarea lor de către consumatori care ulterior au consumat gazul conținut inițial de acestea, să fie schimbate de un terț, contra cost, cu butelii compozite încărcate cu gaz care nu provine de la acest deținător<sup>65</sup>.

54. Așadar, Curtea a recunoscut mai întâi buteliilor destinate a fi reutilizate calitatea de produse în sine, iar nu numai de ambalaje<sup>66</sup>. În continuare, aceasta a realizat o evaluare comparativă între, pe de o parte, interesul legitim al licențiatului dreptului asupra mărcii constituite din forma buteliei și titular al mărcilor aplicate pe aceasta de a obține un profit din drepturile asociate respectivelor mărci și, pe de altă parte, interesele la fel de legitime ale cumpărătorilor buteliilor, dintre care în special acela de a dispune pe deplin de dreptul lor de proprietate asupra acestor butelii, precum și interesul general de menținere a unei concurențe nedenaturate<sup>67</sup>. În sfârșit, Curtea a amintit că realizarea valorificării economice a mărcilor aferente buteliilor decurge din vânzarea lor, iar o vânzare care permite o asemenea realizare a valorificării economice a mărcii epuizează drepturile exclusive conferite de Prima Directivă 89/104<sup>68</sup>.

<sup>64</sup> JO 2018, L 150, p. 141.

<sup>65</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 15).

<sup>66</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 30).

<sup>67</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 31).

<sup>68</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 32).

55. Din punctul de vedere al cumpărătorilor, dacă dreptul lor de proprietate ar trebui limitat de drepturile asupra mărcii după comercializare, ei nu ar mai fi liberi în exercitarea dreptului menționat, ci ar fi legați de un singur furnizor de gaz pentru încărcarea ulterioară a buteliilor<sup>69</sup>. Din punctul de vedere al concurenței, o asemenea situație ar permite licențiatului dreptului asupra mărcii să reducă în mod nejustificat concurența pe piața în aval de încărcare a buteliilor de gaz și ar implica riscul unei împărțiri a acestei piețe<sup>70</sup>.

56. Prin urmare, Curtea a declarat că vânzarea buteliei compozite „epuizează drepturile conferite licențiatului dreptului asupra mărcii [respective] [...] și transferă cumpărătorului dreptul de a dispune în mod liber de această butelie, inclusiv dreptul de a o schimba sau de a o reîncărca, odată ce gazul inițial a fost consumat, apelând în acest scop la o întreprindere la alegerea sa [...], dar și la unul dintre concurenții săi. Acest drept al cumpărătorului are drept corolar dreptul concurenților menționați de a reîncărca și de a schimba buteliile goale, în limitele stabilite la articolul 7 alineatul (2) din [Prima] Directivă 89/104”<sup>71</sup>, aceste limite privind existența unor motive legitime susceptibile să justifice o opoziție la comercializarea ulterioară a produselor introduse pe piață de titularul mărcii. Respectivele motive legitime pot consta în modificarea sau alterarea stării produselor care poartă marca, în utilizarea de către un terț a unui semn identic sau similar cu o marcă care aduce o atingere serioasă renumelui acesteia sau care lasă impresia că există o legătură economică între titularul mărcii și acest terț (precum existența unei relații speciale între cei doi sau apartenența la o rețea de distribuție a titularului)<sup>72</sup>. Aprecierea existenței unei impresii de legătură economică trebuie să țină seama de etichetarea buteliilor și de condițiile în care ele sunt schimbate<sup>73</sup>, care nu trebuie să determine consumatorul mediu, normal informat și suficient de atent și de avizat să considere că există o legătură între cele două întreprinderi în cauză sau că gazul care a servit la reîncărcare provine de la titularul mărcii. De asemenea, vor trebui luate în considerare practicile din sector și aspectul dacă consumatorii sunt obișnuiți ca buteliile să fie reîncărcate de alți distribuitori. Va fi astfel posibil să se prezume că un consumator care se adresează în mod direct unui concurent pentru a-și reîncărca butelia sau pentru a-și schimba butelia goală cu o butelie încărcată va fi mai ușor în măsură să cunoască lipsa unei legături între concurentul în discuție și titularul mărcii<sup>74</sup>. Curtea a admis de asemenea că faptul că marca buteliei rămâne vizibilă, în pofida etichetării suplimentare<sup>75</sup> efectuate de concurent, constituie un element relevant în măsura în care pare să excludă faptul că etichetarea a modificat starea buteliilor prin mascarea originii acestora<sup>76</sup>.

57. Transpuse prezentului litigiu principal, din cele ce precedă rezultă că articolul 15 din Regulamentul 2017/1001 și articolul 15 din Directiva 2015/2436 nu permit titularului mărcii asupra buteliilor de dioxid de carbon destinate a fi reîncărcate și ulterior reutilizate să se opună ca aceste butelii, după ce au fost cumpărate de consumatori care au consumat gazul, după ce au fost duse de acești consumatori la revânzători însărcinați cu colectarea buteliilor goale și după ce au fost reîncărcate de un terț concurent, să fie vândute de terțul respectiv, după ce acesta din urmă a aplicat propria sa marcă pe buteliile menționate, lăsând în același timp vizibilă marca titularului, cu excepția situației în care titularul mărcii este în măsură să invoce un motiv legitim în sensul

<sup>69</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 33).

<sup>70</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 34).

<sup>71</sup> Hotărârea Viking Gas (punctul 35).

<sup>72</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctele 36 și 37).

<sup>73</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 39).

<sup>74</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 40).

<sup>75</sup> În speță, două autocolante erau aplicate pe butelie de întreprinderea care o reîncărca, fără ca marca verbală și marca figurativă ale întreprinderii care introduseser butelia menționată pe piață pentru prima dată să fi fost îndepărtate sau acoperite (a se vedea Hotărârea Viking Gas, punctul 11).

<sup>76</sup> A se vedea Hotărârea Viking Gas (punctul 41).

dispozițiilor menționate mai sus. Instanța de trimitere va trebui să stabilească în acest caz dacă practica în discuție în litigiul principal aduce o atingere gravă reputației titularului mărcii sau dacă utilizarea astfel dată semnului identic este de natură să lase impresia că există o legătură economică între acest titular și terțul în cauză. În acest scop, se atrage atenția instanței de trimitere asupra percepției de către consumatorul normal informat și suficient de atent și de avizat a eventualei existențe a unei legături economice între titularul mărcii și terțul concurent. Vor trebui să fie luate în considerare obiceiurile consumatorilor și practicile de piață. În sfârșit, instanța de trimitere va trebui să se asigure de asemenea că etichetarea efectuată de terțul concurent nu a avut ca efect modificarea stării buteliilor.

#### IV. Concluzie

58. Având în vedere considerațiile care precedă, sugerăm să se răspundă la întrebările adresate de Korkein oikeus (Curtea Supremă, Finlanda) după cum urmează:

- 1) În contextul litigiului principal, articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene și articolul 15 alineatul (2) din Directiva (UE) 2015/2436 a Parlamentului European și a Consiliului din 16 decembrie 2015 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci trebuie interpretate în sensul că titularul mărcii se poate opune în mod legitim comercializării ulterioare, pe teritoriul aceluiași stat membru cu cel în care buteliile de dioxid de carbon au fost introduse pe piață pentru prima dată de titularul menționat sau cu consimțământul acestuia, de către un terț a buteliilor respective care au fost reîncărcate de acesta din urmă, atunci când terțul în cauză a reambalat aceste butelii și a reaplicat marca sa pe ele, cu excepția situației în care se stabilește că o asemenea opoziție ar contribui la o împărțire artificială a pieței. Pentru a aprecia existența unui astfel de risc, revine instanței de trimitere sarcina de a verifica dacă reambalarea efectuată, având în vedere natura produsului în cauză și destinația sa, este necesară pentru a asigura accesul terților la piața reîncărcării cu dioxid de carbon. În cazul în care instanța de trimitere ar trebui să concluzioneze că reambalarea efectuată de terț este necesară, aceasta va trebui să se asigure și că interesele legitime ale titularului mărcii sunt de asemenea protejate.
- 2) Articolul 15 alineatul (2) din Regulamentul 2017/1001 și articolul 15 alineatul (2) din Directiva 2015/2436 trebuie interpretate în sensul că, atunci când un terț reîncarcă cu gaz și revinde o butelie de dioxid de carbon, îndepărtează eticheta cu marca fabricantului buteliei, lăsând în același timp marca respectivă gravată pe gâtul vizibil, și aplică pe aceasta propria etichetă, trebuie apreciată impresia globală creată de noua etichetare pentru a se stabili dacă informațiile referitoare la autorul reambalării produsului și cele referitoare la fabricantul produsului respectiv sunt clare și neechivoce pentru o persoană cu o vedere normală și atentă în mod normal. Aceste informații, așa cum sunt prezentate prin noua etichetare, nu trebuie mai ales să lase impresia că există o legătură economică sau o relație specială între terțul care a reîncărcat butelia și titularul mărcii. Pentru a aprecia impresia creată de noua etichetare, trebuie să fie luate în considerare practicile specifice sectorului în cauză și nivelul de cunoaștere al consumatorilor cu privire la aceste practici.