



## Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a doua)

8 mai 2014\*

„Recurs — Marcă comunitară — Procedură de opoziție — Cerere de înregistrare a mărcii verbale BIMBO DOUGHNUTS — Marca verbală spaniolă anterioară DOGHNUTS — Motive relative de refuz — Regulamentul (CE) nr. 40/94 — Articolul 8 alineatul (1) litera (b) — Aprecieri globală a riscului de confuzie — Poziție distinctivă autonomă a unui element al unei mărci verbale compuse”

În cauza C-591/12 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție al Uniunii Europene, introdus la 10 decembrie 2012,

**Bimbo SA**, cu sediul în Barcelona (Spania), reprezentată de C. Prat, abogado, și de R. Ciullo, barrister,  
recurentă,

celelalte părți în proces fiind:

**Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI)**, reprezentat de A. Folliard-Monguiral și de J. Crespo Carrillo, în calitate de agenți,

pârât în primă instanță,

**Panrico SA**, cu sediul în Esplugues de Llobregat (Spania), reprezentată de D. Pellisé Urquiza, abogado,  
intervenientă în primă instanță,

CURTEA (Camera a doua),

compusă din doamna R. Silva de Lapuerta, președinte de cameră, și domnii J. L. da Cruz Vilaça, G. Arestis, J.-C. Bonichot și A. Arabadjiev (raportor), judecători,

avocat general: domnul P. Mengozzi,

grefier: doamna L. Hewlett, administrator principal,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 7 noiembrie 2013,

după ascultarea concluziilor avocatului general în ședința din 23 ianuarie 2014,

pronunță prezenta

\* Limba de procedură: engleza.

## Hotărâre

- 1 Prin recursul formulat, Bimbo SA (denumită în continuare „Bimbo”) solicită anularea Hotărârii Tribunalului Uniunii Europene, Bimbo/OAPI – Panrico (BIMBO DOUGHNUTS) (T-569/10, EU:T:2012:535, denumită în continuare „hotărârea atacată”), prin care s-a respins acțiunea introdusă de aceasta care urmărea, cu titlu principal, modificarea sau, cu titlu subsidiar, anularea Deciziei Camerei a patra de recurs a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) (OAPI) din 7 octombrie 2010 (cauza R 838/2009-4), privind o procedură de opoziție între Panrico SA (denumită în continuare „Panrico”) și Bimbo (denumită în continuare „decizia în litigiu”).

### Cadrul juridic

- 2 Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 146) a fost abrogat și înlocuit prin Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1). Acest din urmă regulament a intrat în vigoare la 13 aprilie 2009.
- 3 Sub titlul „Motive relative de refuz”, articolul 8 alineatul (1) din Regulamentul nr. 40/94 dispunea:  
„La opoziția titularului unei mărci anterioare, se respinge înregistrarea mărcii solicitate atunci când:  
[...]  
(b) din cauza identității sau asemănării sale cu marca anterioară și din cauza identității sau asemănării produselor sau serviciilor pe care le desemnează cele două mărci, există un risc de confuzie [în percepția publicului de] pe teritoriul în care este protejată marca anterioară; riscul de confuzie presupune riscul de asociere cu marca anterioară.”

### Istoricul cauzei

- 4 Istoricul cauzei este rezumat la punctele 1-14 din hotărârea atacată după cum urmează:
  - „1 La 25 mai 2006, [Bimbo] a formulat o cerere de înregistrare a unei mărci comunitare la [OAPI], potrivit [Regulamentului nr. 40/94], cu modificările ulterioare [înlocuit prin Regulamentul [nr. 207/2009]].
  - 2 Marca a cărei înregistrare a fost solicitată este semnul verbal «BIMBO DOUGHNUTS».
  - 3 Produsele pentru care s-a solicitat înregistrarea mărcii fac parte din clasa 30 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în scopul înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare, și corespund următoarei descrieri: «produse de patiserie și de panificație, în special gogoși».
  - 4 Cererea de înregistrare a unei mărci comunitare a fost publicată în *Buletinul mărcilor comunitare* nr. 42/2006 din 16 octombrie 2006.
  - 5 La 16 ianuarie 2007, [Panrico] a formulat opoziție, în temeiul articolului 42 din Regulamentul nr. 40/94 (devenit articolul 41 din Regulamentul nr. 207/2009), la înregistrarea mărcii solicitate pentru toate produsele vizate la punctul 3 de mai sus.

- 6 Opoziția s-a întemeiat pe mai multe mărci verbale și figurative naționale și internaționale anterioare. Aceasta s-a întemeiat în special pe marca verbală spaniolă DOGHNUTS, înregistrată la 18 iunie 1994 sub nr. 1288926, pentru produse care fac parte din clasa 30 și care corespund următoarei descrieri: «produse și preparate de cofetărie și de patiserie și produse și preparate pe bază de zahăr și dulciuri de toate tipurile; zahăr, ciocolată, ceai, cacao, cafea și înlocuitori ai acestora; vanilie, esențe și produse și preparate pentru cremă caramel și prăjituri, produse comestibile pe bază de ciocolată și de zahăr, înghețată, zahăr candel, ciocolate, gogoși de formă rotundă, gume de mestecat și biscuiți».
- 7 Motivele invocate în susținerea opoziției erau cele prevăzute la articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009 și la articolul 8 alineatul (5) din același regulament.
- 8 La 25 mai 2009, divizia de opoziție a admis opoziția.
- 9 La 24 iulie 2009, reclamanta a formulat o cale de atac la OAPI împotriva deciziei diviziei de opoziție, în temeiul articolelor 58-64 din Regulamentul nr. 207/2009.
- 10 Prin [decizia în litigiu], Camera a patra de recurs [(denumită în continuare «camera de recurs»)] a respins calea de atac. La fel ca divizia de opoziție, camera de recurs s-a limitat să compare marca solicitată cu marca verbală spaniolă anterioară DOGHNUTS (denumită în continuare «marca anterioară») și a stabilit existența unui risc de confuzie, în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009, pe această bază.
- 11 Camera de recurs a arătat că «doughnut» este un cuvânt englezesc, care înseamnă «[...] prăjitură mică, de consistență moale, sub forma unui inel gros făcut din aluat». În opinia camerei de recurs, acest cuvânt nu există în spaniolă, limbă în care echivalentele sale ar fi «dónut» sau «rosquilla». Camera de recurs a considerat că, pentru consumatorul spaniol mediu (cu excepția celor care vorbesc engleza), cuvântul «doughnut» nu descrie produsele în cauză și nici calitățile lor și nu prezintă nicio conotație specială referitoare la acestea. În opinia camerei de recurs, semnul anterior, la fel ca semnul solicitat, va fi perceput de majoritatea consumatorilor drept un termen străin sau fantezist.
- 12 De asemenea, camera de recurs a considerat că semnele în cauză sunt similare în măsura în care marca anterioară era inclusă, în mod aproape identic, în marca solicitată. Mărcile în cauză ar prezenta un grad mediu de similitudine vizuală și fonetică. O comparație conceptuală nu ar fi posibilă.
- 13 Produsele vizate de mărcile în conflict ar fi identice. Caracterul distinctiv al mărcii anterioare ar fi mediu.
- 14 Camera de recurs a concluzionat că, ținând seama de caracterul distinctiv mediu al mărcii anterioare, în cadrul unei aprecieri globale a riscului de confuzie, există, din cauza gradului mediu de similitudine vizuală și fonetică dintre semne, un risc de confuzie în percepția consumatorilor relevanți pentru toate produsele contestate, care au fost considerate identice.”

#### **Procedura în fața Tribunalului și hotărârea atacată**

- 5 Bimbo a introdus o acțiune prin care urmărea, cu titlu principal, modificarea deciziei în litigiu sau, cu titlu subsidiar, anularea sa.
- 6 În susținerea cererii de anulare a deciziei în litigiu, Bimbo a invocat două motive, întemeiate, primul, pe o încălcare a articolelor 75 și 76 din Regulamentul nr. 207/2009, iar al doilea, pe încălcarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din acest regulament.

- 7 Prin hotărârea atacată, Tribunalul a declarat inadmisibilă cererea de modificare a deciziei în litigiu și a respins motivele privind anularea acestei decizii.

### **Concluziile părților**

- 8 Bimbo solicită Curții anularea hotărârii atacate și a deciziei în litigiu, precum și obligarea OAPI la plata cheltuielilor de judecată.
- 9 OAPI solicită Curții respingerea recursului și obligarea Bimbo la plata cheltuielilor de judecată.
- 10 Panrico solicită Curții declararea memoriului său în răspuns drept admisibil și întemeiat, confirmarea hotărârii atacate și obligarea Bimbo la plata cheltuielilor de judecată.

### **Cu privire la recurs**

- 11 În susținerea recursului, Bimbo invocă un motiv unic, care comportă două aspecte și care este întemeiat pe încălcarea articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009.
- 12 Or, dat fiind că, în speță, cererea de înregistrare a mărcii comunitare în litigiu a fost introdusă la 25 mai 2006 și că această dată este determinantă în vederea identificării dreptului material aplicabil (a se vedea în acest sens Ordonanța Shah/Three-N-Products Private, C-14/12 P, EU:C:2013:349, punctul 2, și Ordonanța DMK/OAPI, C-346/12 P, EU:C:2013:397, punctul 2), în prezentul litigiu sunt aplicabile, pe de o parte, dispozițiile procedurale ale Regulamentului nr. 207/2009 și, pe de altă parte, dispozițiile materiale ale Regulamentului nr. 40/94.

### *Cu privire la primul aspect al motivului unic*

#### Argumentele părților

- 13 Bimbo susține, mai întâi, că, prin raționamentul prezentat la punctul 97 din hotărârea atacată, Tribunalul a confundat noțiunile „caracter distinctiv” și „element lipsit de orice semnificație”, pe de o parte, și „poziție distinctivă autonomă”, pe de altă parte. Or, nici caracterul distinctiv intrinsec și nici gradul de semnificație al unui element al unei mărci compuse nu pot fi confundate cu poziția distinctivă a acestuia din urmă în cadrul acestei mărci. Termenul „poziție” ar sugera că este vorba despre o noțiune care trebuie apreciată din perspectiva caracteristicilor celorlalte elemente care constituie semnul respectiv.
- 14 Apoi, raționamentul Tribunalului implică, în opinia Bimbo, ca orice marcă compusă din două elemente, dintre care unul este o marcă de renume, iar celălalt o marcă ce prezintă un caracter distinctiv mediu, lipsit de o semnificație anume pentru publicul relevant, să fie considerată ca fiind alcătuită din două elemente cu poziție distinctivă autonomă. Or, Curtea ar fi considerat că consumatorul mediu percepe o marcă, în mod obișnuit, ca pe un tot și doar în anumite cazuri speciale aceasta ar fi admis că nu se poate exclude ca un element al unei mărci compuse să își poată păstra o poziție distinctivă autonomă în cadrul semnului compus respectiv.
- 15 În același sens, Curtea ar fi afirmat, la punctul 38 din Hotărârea Becker/Harman International Industries (C-51/09 P, EU:C:2010:368), că, în cadrul unei mărci compuse, un nume de familie nu păstrează în toate cazurile o poziție distinctivă autonomă pentru simplul motiv că va fi perceput ca un astfel de nume. Constatarea unei asemenea poziții nu se poate întemeia decât pe o analiză a ansamblului factorilor relevanți în speță.

- 16 În sfârșit, Bimbo arată că, în opinia sa, noțiunile „ansamblu unitar” și „unitate logică”, utilizate de Tribunal, nu se regăsesc în jurisprudența Curții. Dacă prin aceste noțiuni Tribunalul ar înțelege că marca compusă conține diferite elemente „autonome”, acest fapt nu ar presupune că acestea din urmă ocupă o poziție distinctivă autonomă.
- 17 OAPI și Panrico contestă temeinicia argumentației societății Bimbo. În special, OAPI susține că primul aspect al motivului unic invocat este inadmisibil, întrucât din cuprinsul punctului 97 din hotărârea atacată ar reieși că Tribunalul s-a limitat să examineze semnificația concretă a semnului a cărui înregistrare este solicitată și că, prin urmare, a procedat la o apreciere a faptelor.

#### Aprecierea Curții

- 18 În ceea ce privește admisibilitatea primului aspect al motivului unic invocat, trebuie arătat că Bimbo reproșează Tribunalului faptul că a confundat anumite noțiuni de drept, faptul că a încălcat regula potrivit căreia poziția distinctivă autonomă a unui element al unei mărci compuse nu poate fi constatată decât cu titlu excepțional și faptul că a utilizat o terminologie străină de jurisprudența în materie. În consecință, contrar celor pretinse de OAPI, Bimbo nu se limitează la a solicita Curții o nouă apreciere a faptelor, ci impută Tribunalului săvârșirea unor erori de drept. În consecință, acest aspect este admisibil.
- 19 Cu privire la fond, trebuie amintit că, potrivit unei jurisprudențe constante, constituie risc de confuzie, în sensul articolului 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94, riscul ca publicul să creadă că produsele sau serviciile în cauză provin de la aceeași întreprindere sau, eventual, de la întreprinderi legate din punct de vedere economic (a se vedea Hotărârea OAPI/Shaker, C-334/05 P, EU:C:2007:333, punctul 33, și Hotărârea Nestlé/OAPI, C-193/06 P, EU:C:2007:539, punctul 32).
- 20 Existența unui risc de confuzie în percepția publicului trebuie apreciată în mod global, ținând seama de toți factorii relevanți din cauză (a se vedea în acest sens Hotărârea SABEL, C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 22, Hotărârea OAPI/Shaker, EU:C:2007:333, punctul 34, și Hotărârea Nestlé/OAPI, EU:C:2007:539, punctul 33).
- 21 Aprecierea globală a riscului de confuzie trebuie să se întemeieze, în ceea ce privește similitudinea vizuală, auditivă sau conceptuală a mărcilor în conflict, pe impresia de ansamblu produsă de acestea, ținând cont în special de elementele lor distinctive și dominante. Percepția asupra mărcilor pe care o are consumatorul mediu al produselor sau al serviciilor în cauză are un rol determinant în aprecierea globală a riscului amintit. În această privință, consumatorul mediu percepe o marcă în mod normal ca pe un tot și nu procedează la o examinare a diferitor detalii ale acesteia (a se vedea în acest sens Hotărârea SABEL, EU:C:1997:528, punctul 23, Hotărârea OAPI/Shaker, EU:C:2007:333, punctul 35, și Hotărârea Nestlé/OAPI, EU:C:2007:539, punctul 34).
- 22 Aprecierea similitudinii dintre două mărci nu se poate limita la luarea în considerare a unei singure componente a unei mărci complexe și la compararea acesteia cu o altă marcă. Dimpotrivă, comparația trebuie să se facă prin examinarea mărcilor în cauză, apreciate fiecare ca întreg (Hotărârea OAPI/Shaker, EU:C:2007:333, punctul 41).
- 23 Impresia de ansamblu produsă de o marcă complexă în memoria publicului relevant poate fi dominată, în anumite împrejurări, de una sau de mai multe dintre componentele sale. Cu toate acestea, aprecierea similitudinii se va putea face exclusiv pe baza elementului dominant numai dacă toate celelalte componente ale mărcii sunt neglijabile (Hotărârea OAPI/Shaker, EU:C:2007:333, punctele 41 și 42, Hotărârea Nestlé/OAPI, EU:C:2007:539, punctele 42 și 43, precum și jurisprudența citată).

- 24 În această privință, Curtea a precizat că nu este exclus ca o marcă anterioară, utilizată de un terț în cadrul unui semn compus care cuprinde denumirea întreprinderii acestui terț, să păstreze o poziție distinctivă autonomă în cadrul semnelui compus. În consecință, în vederea constatării unui risc de confuzie, este suficient ca, având în vedere poziția distinctivă autonomă păstrată de marca anterioară, publicul să atribuie și titularului acestei mărci originea produselor sau serviciilor acoperite de semnul compus (Hotărârea Medion, C-120/04, EU:C:2005:594, punctele 30 și 36, precum și Ordonanța Perfetti Van Melle/OAPI, C-353/09 P, EU:C:2011:73, punctul 36).
- 25 Cu toate acestea, un element al unui semn compus nu păstrează o astfel de poziție distinctivă autonomă dacă acest element formează cu celălalt element sau cu celelalte elemente ale semnelui, luate împreună, o unitate cu un sens diferit de sensul elementelor respective luate separat (a se vedea în acest sens Ordonanța ecoblue/OAPI și Banco Bilbao Vizcaya Argentaria, C-23/09 P, EU:C:2010:35, punctul 47, Hotărârea Becker/Harman International Industries, EU:C:2010:368, punctele 37 și 38, precum și Ordonanța Perfetti Van Melle/OAPI, EU:C:2011:73, punctele 36 și 37).
- 26 În speță, Tribunalul a constatat, la punctele 79 și 81 din hotărârea atacată, că, presupunând chiar că elementul „bimbo” ocupa o poziție dominantă în cadrul mărcii a cărei înregistrare se solicită, elementul „doughnuts” nu era neglijabil în cadrul impresiei de ansamblu produse de această marcă și trebuia, în consecință, luat în considerare la compararea mărcilor în conflict.
- 27 La punctul 97 din această hotărâre, Tribunalul a precizat că, întrucât elementul „doughnuts” este lipsit de orice semnificație pentru publicul relevant, acest element nu formează cu celălalt element al semnelui, luate împreună, o unitate cu un sens diferit de sensul elementelor respective luate separat. Astfel, acesta a stabilit că elementul „doughnuts” păstrează o poziție distinctivă autonomă în cadrul mărcii a cărei înregistrare se solicită și trebuie, prin urmare, luat în considerare în aprecierea globală a riscului de confuzie.
- 28 La punctul 100 din hotărârea atacată, Tribunalul a apreciat că, ținând cont de toți factorii relevanți în speță, aprecierea globală confirmă concluzia camerei de recurs potrivit căreia există un risc de confuzie.
- 29 Astfel, Tribunalul nu a constatat existența unui risc de confuzie numai pe baza constatării că elementul „doughnuts” ocupă, în cadrul mărcii solicitate, o poziție distinctivă autonomă, ci a dedus-o dintr-o apreciere globală care cuprinde diferitele etape ale analizei care reies din jurisprudența amintită la punctele 19-25 din prezenta hotărâre și în cadrul căreia a luat în considerare factorii relevanți în speță. Acesta aplicat, astfel, în mod corect articolul 8 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 40/94.
- 30 Această constatare nu este infirmată de celelalte argumente prezentate de Bimbo.
- 31 În măsura în care Bimbo impută Tribunalului, în primul rând, utilizarea, la punctul 97 din hotărârea atacată, a noțiunilor „caracter distinctiv” și „element lipsit de orice semnificație”, este suficient să se arate că Tribunalul s-a limitat, la acest punct, să respingă pretențiile societății Bimbo prin care aceasta solicita să se constate că, întrucât elementul „doughnuts” este lipsit de caracter distinctiv, nu trebuie luat în considerare la aprecierea riscului de confuzie.
- 32 Astfel, Tribunalul și-a completat aprecierea, formulată la punctul 81 din hotărârea atacată, potrivit căreia elementul respectiv nu este neglijabil în cadrul impresiei de ansamblu produse de marca a cărei înregistrare se solicită și trebuie, în consecință, luat în considerare la compararea mărcilor în conflict. Procedând astfel, Tribunalul nu a confundat în niciun fel noțiunile în cauză.
- 33 În continuare, în măsura în care Bimbo arată că Tribunalul a încălcat regula potrivit căreia constatarea unei poziții distinctive autonome a unui element al unui semn compus constituie o excepție care trebuie justificată în mod corespunzător în raport cu regula generală potrivit căreia consumatorul



percepe o marcă în mod normal ca pe un tot, trebuie arătat că analiza existenței sau a inexistenței unei poziții distinctive autonome a unuia dintre elementele unui semn compus urmărește să le determine pe acelea dintre elementele respective care vor fi percepute de publicul vizat.

- 34 Astfel, după cum a arătat avocatul general la punctele 25 și 26 din concluzii, este necesar să se determine, în fiecare caz în parte, în special printr-o analiză a componentelor semnului și a ponderii lor relative în percepția publicului vizat, impresia de ansamblu produsă de semnul a cărui înregistrare se solicită în memoria publicului respectiv și ulterior să se procedeze, în lumina acestei impresii de ansamblu și a tuturor factorilor relevanți din cauză, la aprecierea riscului de confuzie.
- 35 Or, pe de o parte, determinarea elementelor unui semn compus care contribuie la impresia de ansamblu produsă de acest semn în memoria publicului vizat este efectuată înaintea aprecierii globale a riscului de confuzie al semnelor în cauză. O astfel de apreciere trebuie să se întemeieze pe impresia de ansamblu produsă de mărcile în conflict, dat fiind că un consumator mediu percepe o marcă în mod normal ca pe un tot și nu procedează la o examinare a diferitor detalii ale acesteia, după cum s-a amintit la punctul 21 din prezenta hotărâre. În consecință, nu trebuie să se considere că este vorba despre o excepție care trebuie justificată în mod corespunzător în raport cu această regulă generală.
- 36 Pe de altă parte, este necesar să se sublinieze că aprecierea individuală a fiecărui semn, astfel cum este impusă de jurisprudența constantă a Curții, trebuie efectuată în funcție de circumstanțele specifice ale speței și, în consecință, nu se poate considera că este supusă unor prezumții generale. După cum a arătat avocatul general la punctul 24 din concluzii, reiese în special din jurisprudența ulterioară Hotărârii Medion (EU:C:2005:594) că, prin această hotărâre, Curtea nu a introdus o derogare de la principiile care guvernează aprecierea riscului de confuzie.
- 37 În sfârșit, în ceea ce privește argumentația rezumată la punctul 16 din prezenta hotărâre, este necesar să se constate că expresiile „ansamblu unitar” și „unitate logică”, utilizate de Tribunal la punctul 97 din hotărârea atacată, corespund expresiei „unitate cu sens diferit”, utilizată de Curte în jurisprudența amintită la punctul 25 din prezenta hotărâre.
- 38 Rezultă din considerațiile care precedă că aprecierea efectuată de Tribunal nu este viciată de erorile de drept invocate de Bimbo și că, în consecință, primul aspect al motivului unic invocat trebuie înlăturat ca fiind nefondat.

#### *Cu privire la al doilea aspect al motivului unic*

##### Argumentele părților

- 39 Bimbo apreciază, mai întâi, că Tribunalul și-a întemeiat constatarea privind existența unui risc de confuzie pe prezumția că elementul „doughnuts” ocupă o poziție distinctivă autonomă, fără să țină cont de toți ceilalți factori specifici cauzei.
- 40 Astfel, Tribunalul nu ar fi ținut seama de faptul că marca a cărei înregistrare se solicită este caracterizată de primul său element, „bimbo”, marcă ce se bucură de un larg renume în Spania pentru produsele pentru care s-a solicitat înregistrarea mărcii. Acesta nu ar fi arătat nici că marca anterioară nu prezintă un caracter distinctiv pronunțat sau special și că termenul „doughnuts” nu este reprodus în mod identic în cadrul mărcii a cărei înregistrare se solicită.
- 41 În continuare, Bimbo arată că forța unei mărci de renume, care este primul element al mărcii compuse, permite de regulă să se evite ca impresia globală produsă de această marcă să fie percepută de publicul relevant ca atribuind proveniența produselor în cauză titularului mărcii anterioare sau unor întreprinderi legate din punct de vedere economic.

- 42 Prin urmare, în opinia Bimbo, Tribunalul ar fi trebuit, pentru a putea constata existența unui risc de confuzie între mărcile în conflict, să justifice motivele pentru care, în mod excepțional în speță, marca a cărei înregistrare se solicită ar da naștere, având în vedere impresia de ansamblu pe care o produce asupra publicului relevant, unui risc de confuzie.
- 43 În sfârșit, Bimbo consideră că, în aprecierea riscului de confuzie, Tribunalul nu a ținut cont în mod corespunzător de faptul că, contrar uzanțelor din sectorul comercial la care se referă cauza în care a fost pronunțată Hotărârea Medion (EU:C:2005:594), ar fi extrem de neuzual ca în sectorul panificației să se încheie acorduri comerciale sau de asociere în scopul oferirii de produse.
- 44 OAPI și Panrico contestă argumentația societății Bimbo.

#### Aprecierea Curții

- 45 Mai întâi, după cum a arătat avocatul general la punctele 37-42 din concluzii, având în vedere raționamentul prezentat în special la punctele 91-100 din hotărârea atacată, nu se poate imputa Tribunalului că ar fi dedus în mod automat riscul de confuzie între semnele în conflict din constatarea poziției distinctive autonome a elementului „doughnuts” în cadrul mărcii solicitate.
- 46 Astfel, din cuprinsul acestor puncte reiese că Tribunalul a realizat o apreciere globală a riscului de confuzie și că a ținut cont, în acest sens, de factorii specifici cauzei. Mai mult, această apreciere este întemeiată pe o analiză detaliată, la punctele 52-89 din hotărârea atacată, a tuturor elementelor invocate de Bimbo și, în special, pe renumele acestei mărci. Argumentația expusă în această privință de societatea respectivă în fața Curții rezultă, așadar, dintr-o lectură eronată a acestei hotărâri și trebuie, pentru acest motiv, să fie respinsă.
- 47 În continuare, având în vedere constatările efectuate la punctele 33 și 34 din prezenta hotărâre, argumentația rezumată la punctele 41 și 42 din aceasta rezultă dintr-o interpretare eronată a jurisprudenței relevante și trebuie, pentru acest motiv, să fie înlăturată.
- 48 În sfârșit, în ceea ce privește argumentația societății Bimbo rezumată la punctul 43 din prezenta hotărâre, este suficient să se constate, astfel cum arată în mod întemeiat OAPI, că aceasta este invocată pentru prima dată în fața Curții și că, prin urmare, conform unei jurisprudențe constante, trebuie respinsă ca inadmisibilă.
- 49 Rezultă că al doilea aspect al motivului unic invocat de Bimbo trebuie înlăturat ca fiind în parte inadmisibil și în parte neîntemeiat.
- 50 În consecință, se impune ca motivul unic invocat în susținerea recursului să fie înlăturat, iar acesta din urmă să fie respins.

#### Cu privire la cheltuielile de judecată

- 51 În temeiul articolului 184 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Curții, atunci când recursul nu este fondat, Curtea se pronunță asupra cheltuielilor de judecată. Potrivit articolului 138 alineatul (1) din acest regulament, aplicabil procedurii de recurs în temeiul articolului 118 alineatul (1) din acesta, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.
- 52 Întrucât Bimbo a căzut în pretenții cu privire la motivele invocate, iar OAPI și Panrico au solicitat obligarea acesteia la plata cheltuielilor de judecată, se impune obligarea sa la plata cheltuielilor de judecată.



Pentru aceste motive, Curtea (Camera a doua) declară și hotărăște:

- 1) **Respinge recursul.**
- 2) **Obligă Bimbo SA la plata cheltuielilor de judecată.**

Semnături