



Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a șasea)

6 iunie 2019*

„Recurs – Marcă a Uniunii Europene – Regulamentul (CE) nr. 207/2009 – Procedură de decădere – Marcă figurativă reprezentând o cruce pe partea laterală a unui pantof de sport – Respingerea cererii de decădere”

În cauza C-223/18 P,

având ca obiect un recurs formulat în temeiul articolului 56 din Statutul Curții de Justiție a Uniunii Europene, introdus la 27 martie 2018,

Deichmann SE, cu sediul în Essen (Germania), reprezentată de C. Onken, Rechtsanwältin,

recurentă,

celelalte părți din procedură fiind:

Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), reprezentat de D. Gája, în calitate de agent,

pârât în primă instanță,

Munich SL, cu sediul în Capellades (Spania), reprezentată de J. Güell Serra și de M. del Mar Guix Vilanova, abogados,

intervenientă în primă instanță,

CURTEA (Camera a șasea),

compusă din doamna C. Toader, președintă de cameră, domnii A. Rosas și M. Safjan (raportor), judecători,

avocat general: E. Tanchev,

grefier: A. Calot Escobar,

având în vedere procedura scrisă,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

* Limba de procedură: engleza.

Hotărâre

- 1 Prin recursul formulat, Deichmann SE solicită anularea Hotărârii Tribunalului Uniunii Europene din 17 ianuarie 2018, Deichmann/EUIPO – Munich (Reprezentarea unei cruci pe partea laterală a unui pantof de sport) (T-68/16, denumită în continuare „hotărârea atacată”, EU:T:2018:7), prin care s-a respins acțiunea sa având ca obiect anularea deciziei Camerei a patra de recurs a Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO) din 4 decembrie 2015 (cauza R 2345/2014-4) privind o procedură de decădere între Deichmann și Munich SL (denumită în continuare „decizia în litigiu”).

Cadrul juridic

- 2 Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind [marca Uniunii Europene] (JO 2009, L 78, p. 1) a fost modificat prin Regulamentul (UE) 2015/2424 al Parlamentului European și al Consiliului din 16 decembrie 2015 (JO 2015, L 341, p. 21), care a intrat în vigoare la 23 martie 2016. Regulamentul nr. 207/2009, cu modificările ulterioare, a fost abrogat și înlocuit, cu efect de la 1 octombrie 2017, prin Regulamentul (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene (JO 2017, L 154, p. 1). Cu toate acestea, având în vedere data introducerii cererii de decădere în discuție, și anume 26 ianuarie 2011, care este determinantă pentru identificarea dreptului aplicabil, prezentul litigiu este reglementat de dispozițiile Regulamentului nr. 207/2009.
- 3 Articolul 15 din Regulamentul nr. 207/2009, intitulat „Utilizarea mărcii [Uniunii Europene]”, prevede la alineatul (1) litera (a):

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

În sensul primului paragraf este considerată, de asemenea, utilizare:

- (a) utilizarea mărcii [Uniunii Europene] sub o formă care diferă prin elemente care nu alterează caracterul distinctiv al mărcii în forma în care aceasta a fost înregistrată.”
- 4 Articolul 51 din acest regulament, intitulat „Cauze de decădere”, prevede la alineatul (1) litera (a):

„Titularul mărcii [Uniunii Europene] este declarat decăzut din drepturi ca urmare a unei cereri prezentate la Oficiu sau a unei cereri reconvenționale în cadrul unei acțiuni în contrafacere:

 - (a) în cazul în care, pe o perioadă neîntreruptă de cinci ani, marca nu a făcut obiectul unei utilizări cu bună-credință [a se citi «serioase»] în cadrul [Uniunii] pentru produsele sau serviciile pentru care este înregistrată și în cazul în care nu există motive întemeiate pentru neutilizare; totuși, nimeni nu poate pretinde ca titularul să fie decăzut din drepturi în cazul în care, între expirarea acestei perioade și depunerea cererii sau a cererii reconvenționale, marca a făcut obiectul unei începeri sau unei reluări a utilizării cu bună-credință [a se citi «serioase»]; cu toate acestea, începerea sau reluarea utilizării făcută în termen de trei luni înainte de depunerea cererii sau a cererii reconvenționale, acest termen începând să curgă cel mai devreme la expirarea perioadei neîntrerupte de cinci ani de neutilizare, nu este luată în considerare atunci când pregătirile pentru începerea sau reluarea utilizării intervin numai după ce titularul a aflat că cererea sau cererea reconvențională ar putea fi depusă.”

- 5 Regulamentul de punere în aplicare (UE) 2017/1431 al Comisiei din 18 mai 2017 de stabilire a normelor de punere în aplicare a anumitor dispoziții din Regulamentul (CE) nr. 207/2009 (JO 2017, L 205, p. 39), care, conform termenilor articolului 38 din cuprinsul său, a devenit aplicabil abia la 1 octombrie 2017, și anume ulterior datei adoptării deciziei în litigiu, prevede la articolul 3, intitulat „Reprezentarea mărcii”:

„(1) Marca trebuie să fie reprezentată în orice formă corespunzătoare cu ajutorul tehnologiei general disponibile, atât timp cât aceasta poate fi reprodusă în registru într-un mod clar, precis, autonom, ușor accesibil, inteligibil, durabil și obiectiv, în așa fel încât să permită autorităților competente și publicului să stabilească cu claritate și cu precizie obiectul protecției conferite titularului.

(2) Reprezentarea mărcii trebuie să definească obiectul înregistrării. În cazul în care reprezentarea este însoțită de o descriere în temeiul alineatului (3) literele (d), (e), (f) punctul (ii), (h) sau a alineatului (4), această descriere va concorda cu reprezentarea și nu va extinde domeniul de aplicare al acesteia.

(3) În cazul în care cererea se referă la oricare dintre tipurile de mărci enumerate la literele (a)-(j), ea conține o mențiune în acest sens. Fără a aduce atingere alineatului (1) sau (2), tipul mărcii și reprezentarea acesteia vor concorda una cu alta, după cum urmează:

- (a) în cazul unei mărci compuse exclusiv din cuvinte sau din litere, cifre, alte caractere tipografice standard sau o combinație a acestora (marcă verbală), marca este reprezentată prin depunerea unei reproduceri a semnului în prezentare standard, fără nicio reprezentare grafică sau culoare;
- (b) în cazul unei mărci pentru care se utilizează caractere, o stilizare sau o dispunere nestructurată sau pentru care se utilizează o reprezentare grafică ori o culoare (marcă figurativă), inclusiv mărci care constau exclusiv în elemente figurative sau într-o combinație de elemente verbale și figurative, marca este reprezentată prin depunerea unei reproduceri a semnului care indică toate elementele și, dacă este cazul, culorile sale;
- (c) în cazul unei mărci compuse dintr-o formă tridimensională sau extinsă la o astfel de formă, inclusiv containerele, ambalajele, produsul în sine sau aspectul acestora (marcă tridimensională), marca este reprezentată prin depunerea fie a unei reproduceri grafice a formei, inclusiv a unei imagini generate de calculator, fie a unei reproduceri fotografice. Reproducerea grafică sau fotografică poate conține diferite moduri de vizualizare; în cazul în care reprezentarea nu este furnizată electronic, ea poate conține până la șase moduri de vizualizare diferite;
- (d) în cazul unei mărci care constă în modul specific în care marca este amplasată sau aplicată pe produs (marcă de poziționare), marca este reprezentată prin depunerea unei reproduceri care identifică în mod corespunzător poziția și dimensiunea mărcii sau proporția acesteia față de produsele relevante. Elementele care nu fac parte din obiectul înregistrării sunt indicate vizual, de preferință prin linii întrerupte sau punctate. Reprezentarea poate fi însoțită de o descriere care să detalieze modul în care semnul este aplicat pe produse;
- (e) în cazul unei mărci compuse exclusiv dintr-un set de elemente grafice care se repetă cu regularitate (marcă dinamică), marca este reprezentată prin depunerea unei reproduceri care prezintă modelul repetitiv. Reprezentarea poate fi însoțită de o descriere care să detalieze modul în care elementele sale se repetă cu regularitate;
- (f) în cazul unei mărci de culoare:
 - (i) în cazul în care marca este compusă exclusiv dintr-o singură culoare fără contururi, marca este reprezentată prin depunerea unei reproduceri a culorii, însoțită de indicarea culorii respective prin trimitere la un cod de culori general recunoscut;

- (ii) în cazul în care marca este compusă exclusiv dintr-o combinație de culori fără contururi, marca este reprezentată prin depunerea unei reproduceri care indică dispunerea sistematică a combinației de culori într-o manieră uniformă și prestabilită, însoțită de indicarea respectivelor culori prin trimitere la un cod de culori general recunoscut. De asemenea, poate fi adăugată o descriere care indică dispunerea sistematică a culorilor;
 - (g) în cazul unei mărci compuse exclusiv dintr-un sunet sau dintr-o combinație de sunete (marcă sonoră), marca este reprezentată prin depunerea unui fișier audio care reproduce sunetul sau printr-o reprezentare precisă a sunetului în note muzicale;
 - (h) în cazul unei mărci compuse dintr-o deplasare sau o schimbare a poziției elementelor mărcii (marcă în mișcare), marca este reprezentată prin depunerea unui fișier video sau printr-o serie de imagini statice secvențiale care arată deplasarea sau schimbarea de poziție. În cazul în care se utilizează imagini statice, acestea pot fi numerotate sau însoțite de o descriere care să explice succesiunea lor;
 - (i) în cazul unei mărci compuse dintr-o combinație de imagini și de sunete (marcă multimedia) sau extinse la o astfel de combinație, marca este reprezentată prin depunerea unui fișier audiovizual care conține combinația imaginilor și a sunetelor;
 - (j) în cazul unei mărci compuse din elemente cu caracteristici holografice (marcă hologramă), marca este reprezentată prin depunerea unui fișier video sau a unei reproduceri grafice sau fotografice conținând vizualizările necesare pentru a identifica într-o măsură suficientă efectul holografic în ansamblul său.
- (4) În cazul în care marca nu corespunde niciunui dintre tipurile enumerate la alineatul (3), reprezentarea sa trebuie să corespundă standardelor stabilite la alineatul (1) și poate fi însoțită de o descriere.
- (5) În cazul în care reprezentarea este furnizată electronic, directorul executiv al Oficiului stabilește formatele și dimensiunea fișierului electronic, precum și orice alte specificații tehnice relevante.
- (6) În cazul în care reprezentarea nu este furnizată electronic, marca este reprodușă pe o foaie de hârtie separată de foaia pe care apare textul cererii. Foaia pe care este reprodușă marca trebuie să conțină toate imaginile sau vizualizările relevante și nu trebuie să depășească dimensiunea DIN A4 (29,7 cm înălțime, 21 cm lățime). Se lasă o margine de cel puțin 2,5 cm de jur împrejur.
- (7) În cazul în care orientarea corectă a mărcii nu este evidentă, ea trebuie indicată prin mențiunea «sus» pe fiecare reproducere.
- (8) Reproducerea mărcii trebuie să fie de o astfel de calitate încât să permită:
- (a) micșorarea dimensiunii la minimum 8 cm lățime pe 8 cm înălțime
 - sau
 - (b) mărirea dimensiunii la maximum 8 cm lățime pe 8 cm înălțime.
- (9) Prezentarea unui eșantion sau a unei mostre nu constituie o reprezentare corespunzătoare a mărcii.”

Istoricul cauzei și decizia în litigiu

- 6 Istoricul cauzei, astfel cum reiese din cuprinsul punctelor 1-14 din hotărârea atacată, poate fi rezumat după cum urmează:
- 7 La 6 noiembrie 2002, intervenienta, Munich, a formulat o cerere de înregistrare a unei mărci a Uniunii Europene la EUIPO în temeiul Regulamentului nr. 207/2009.
- 8 Marca figurativă a cărei înregistrare a fost solicitată (denumită în continuare „marca în discuție”) era reprezentată după cum urmează:



- 9 Produsele pentru care a fost solicitată înregistrarea fac parte din clasa 25 în sensul Aranjamentului de la Nisa privind clasificarea internațională a produselor și serviciilor în vederea înregistrării mărcilor din 15 iunie 1957, cu revizuirile și modificările ulterioare, și corespund descrierii „Încălțăminte de sport”.
- 10 Marca contestată a fost înregistrată la 24 martie 2004 sub numărul 2923852.
- 11 În cadrul acțiunii în contrafacere inițiate de Munich în fața Landgericht Düsseldorf (Tribunalul Regional din Düsseldorf, Germania) împotriva Deichmann, aceasta din urmă a introdus, la 29 iunie 2010, o cerere reconvențională în temeiul articolului 51 alineatul (1) litera (a), al articolului 52 alineatul (1) litera (a) și al articolului 100 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009. La 26 octombrie 2010, Landgericht Düsseldorf (Tribunalul Regional din Düsseldorf) a hotărât să suspende judecarea acțiunii în contrafacere în temeiul articolului 100 alineatul (7) din Regulamentul nr. 207/2009 și a invitat Deichmann să prezinte o cerere de decădere și de declarare a nulității la EUIPO într-un termen de trei luni.
- 12 La 26 ianuarie 2011, recurenta a depus la EUIPO o cerere de decădere a mărcii în cauză în temeiul articolului 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009, pentru motivul că aceasta nu făcuse obiectul unei utilizări serioase în cadrul Uniunii Europene, în special în cursul celor cinci ani care precedă data cererii reconvenționale, pentru produsele pentru care fusese înregistrată.
- 13 Prin decizia din 7 august 2014, divizia de anulare a EUIPO a admis cererea de decădere, a pronunțat decăderea mărcii în cauză începând de la 26 ianuarie 2011 și a obligat Munich la plata cheltuielilor de judecată.
- 14 La 10 septembrie 2014, Munich a formulat o cale de atac împotriva deciziei diviziei de anulare.
- 15 Prin decizia atacată, Camera a patra de recurs a EUIPO a anulat decizia diviziei de anulare și a respins cererea de decădere. În esență, aceasta a arătat că elementele de probă privind utilizarea demonstau utilizarea mărcii în cauză pentru „încălțăminte de sport” din clasa 25, în sensul Aranjamentului de la Nisa, în perioada relevantă, pe care a definit-o ca fiind perioada de cinci ani care precedă data depunerii cererii reconvenționale.

Procedura în fața Tribunalului și hotărârea atacată

- 16 Prin cererea introductivă depusă la grefa Tribunalului la 15 februarie 2016, recurenta a introdus o acțiune împotriva deciziei în litigiu.
- 17 În susținerea acțiunii formulate, recurenta a invocat trei motive. Primul motiv se întemeia pe încălcarea de către camera de recurs a articolului 51 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, în măsura în care aceasta din urmă ar fi apreciat în mod greșit obiectul mărcii în cauză, considerând că aspectul dacă aceasta era o marcă figurativă sau o marcă de poziție era lipsit de relevanță. Al doilea motiv se întemeia pe încălcarea articolului 51 alineatul (1) și a articolului 15 alineatul (1) din același regulament, în măsura în care, pentru a determina dacă marca în cauză era utilizată sub forma înregistrată sau sub o formă care nu alterează caracterul său distinctiv, camera de recurs s-ar fi mulțumit să compare numai o parte a acesteia, și anume două benzi încrucișate, cu benzile aplicate pe încălțăminte de sport despre care se pretinde că este comercializată de intervenientă. Prin intermediul celui de al treilea motiv, recurenta susținea încălcarea de către camera de recurs a articolului 51 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009 prin faptul că s-a întemeiat pe modele de încălțăminte a căror comercializare de către intervenientă nu fusese demonstrată.
- 18 Prin hotărârea atacată, Tribunalul a respins aceste trei motive și, prin urmare, acțiunea în totalitate.
- 19 În ceea ce privește primul motiv, Tribunalul a considerat, la punctele 33 și 34 din hotărârea atacată, că „mărcile de poziție” se apropie de categoria mărcilor figurative și tridimensionale, întrucât vizează aplicarea de elemente figurative sau tridimensionale pe suprafața unui produs. Acesta a apreciat că reiese din jurisprudență că, în cadrul aprecierii caracterului distinctiv al unei mărci, calificarea unei „mărci de poziție” ca marcă figurativă sau tridimensională ori ca o categorie specifică de mărci este lipsită de relevanță. Pe de altă parte, jurisprudența ar recunoaște posibilitatea ca anumite mărci figurative să fie în realitate mărci „de poziție”.
- 20 Potrivit Tribunalului, din simplul fapt că respectiva căsuță „marcă figurativă” a fost bifată la înregistrarea mărcii în cauză nu se poate deduce că marca nu poate fi considerată, în același timp, ca fiind o marcă „de poziție”. În această privință, Tribunalul a arătat, la punctul 36 din hotărârea atacată, că este necesar în special să se țină seama de faptul că reprezentarea grafică a mărcii identifică în mod clar, prin linii continue, elementul a cărui protecție se solicită și, prin linii punctate, contururile produselor în cauză, pe care acesta este aplicat. Tribunalul a precizat că, deși se apreciază că ține de tipul „marcă de poziție”, marca în cauză rămâne de asemenea o marcă figurativă.
- 21 La punctul 40 din hotărârea atacată, Tribunalul a apreciat că putea deduce direct din reprezentarea grafică a mărcii în cauză că protecția solicitată viza doar o cruce, constituită din două linii negre încrucișate, reprezentate prin linii continue. Acesta a considerat, în schimb, că liniile „punctate”, care formează contururile pantofului de sport și șireturile acestuia, trebuie înțelese în sensul că permit să se precizeze amplasarea crucii menționate, în măsura în care liniile punctate sunt utilizate în mod obișnuit în acest sens în situații comparabile.
- 22 Tribunalul a dedus din aceasta, la punctul 44 din hotărârea atacată, că, în mod întemeiat, camera de recurs a putut să considere că, „în măsura în care reprezentarea grafică [era cea] care [definea] marca, aspectul [dacă era vorba] despre o marcă de poziție sau despre o marcă figurativă [nu era] relevant”.
- 23 În ceea ce privește al doilea și al treilea motiv, Tribunalul a arătat că, în mod întemeiat, camera de recurs a considerat că elementele de probă prezentate în fața diviziei de anulare erau suficiente pentru a dovedi utilizarea serioasă a mărcii în cauză.

Concluziile părților

- 24 Recurenta solicită Curții:
- anularea hotărârii atacate;
 - anularea deciziei în litigiu sau, cu titlu de măsură conservatorie, trimiterea cauzei Tribunalului spre judecată și
 - obligarea intimatului și a intervenientei la plata cheltuielilor de judecată aferente atât procedurii în primă instanță, cât și celei în recurs.
- 25 Munich și EUIPO solicită Curții respingerea recursului și obligarea recurente la plata cheltuielilor de judecată.

Cu privire la recurs

- 26 În susținerea acțiunii, recurenta invocă un motiv unic, întemeiat pe încălcarea articolului 51 alineatul (1) litera (a) și a articolului 15 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009. În susținerea acestui motiv, recurenta apreciază, în primul rând, că, prin faptul că a considerat ca fiind lipsită de relevanță problema dacă marca în cauză este o marcă de poziție sau o marcă figurativă, Tribunalul nu a ținut seama de importanța și de consecințele juridice ale stabilirii tipului de marcă în cauză. În al doilea rând, Tribunalul nu ar fi stabilit în mod corect obiectul mărcii în cauză, ci ar fi considerat și tratat marca respectivă drept marcă de poziție în cadrul aprecierii utilizării serioase a acesteia. În al treilea rând, Tribunalul ar fi admis în mod greșit că Munich ar fi reușit să demonstreze utilizarea serioasă a mărcii sale făcând proba vânzării de încălțăminte cu două benzi încrucișate pe partea laterală.

Argumentele părților

- 27 Prin intermediul unicului său motiv, recurenta arată, mai întâi, că Tribunalul, la punctul 44 din hotărârea atacată, a considerat în mod eronat că, „în măsura în care reprezentarea grafică [era cea] care [definea] marca, aspectul [dacă era vorba] despre o marcă de poziție sau despre o marcă figurativă [nu era] relevant”.
- 28 Ea subliniază, în această privință, că, pentru a determina dacă marca în discuție a făcut sau nu obiectul unei utilizări serioase, este necesar să se stabilească dacă aceasta a fost înregistrată ca marcă de poziție sau ca marcă figurativă.
- 29 Condițiile legale, obiectul și domeniul de protecție ale diverselor tipuri de mărci și utilizarea lor ar fi astfel distincte. În cazul în care marca în cauză ar trebui să fie considerată ca fiind o marcă figurativă, obiectul său ar consta în reprezentarea grafică astfel cum a fost înregistrată, și anume o imagine stilizată a unui pantof cu șireturi și talpă invizibilă, cu două benzi încrucișate pe partea laterală. Dacă, în schimb, marca în cauză ar trebui considerată ca fiind o marcă de poziție, obiectul acesteia ar consta în două benzi încrucișate care urmează să fie aplicate într-un loc specific pe produs.
- 30 Recurenta contestă de asemenea punctul 34 din hotărârea atacată, prin care Tribunalul a arătat că jurisprudența recunoaște posibilitatea ca anumite mărci figurative să fie în realitate mărci „de poziție”. Ea susține că această interpretare este contrară articolului 3 alineatul (3) litera (d) din Regulamentul de punere în aplicare 2017/1431, potrivit căruia mărcile de poziție constituie o categorie specifică de mărci, diferită de categoria mărcilor figurative. De asemenea, recurenta susține că jurisprudența citată de Tribunal, în special Hotărârea Curții din 18 aprilie 2013, Colloseum Holding (C-12/12,

EU:C:2013:253), și Hotărârea Tribunalului din 28 septembrie 2010, Rosenruist/OAPI (Reprezentarea a două linii curbe pe un buzunar) (T-388/09, nepublicată, EU:T:2010:410), nu ar fi aplicabilă în speță, întrucât cererea de înregistrare a mărcii în discuție în prezenta cauză, desemnată ca marcă figurativă, nu conține nici o descriere a acesteia care să poată conduce la considerarea ei ca fiind o marcă de poziție, nici o declarație de renunțare.

- 31 În continuare, recurenta consideră că Tribunalul s-a contrazis prin faptul că, pe de o parte, a afirmat că aspectul dacă era vorba despre o marcă de poziție sau despre o marcă figurativă nu era relevant și, pe de altă parte, a tratat marca în cauză, la punctele 26, 28, 35, 40, 49 și 65 și următoarele din hotărârea atacată, drept o marcă de poziție.
- 32 Aceasta apreciază că ar fi, în orice caz, greșit să se considere marca în cauză drept o marcă de poziție, în condițiile în care a fost desemnată pe formularul de cerere și înregistrată ca marcă figurativă. Astfel, potrivit recurente, Tribunalul a săvârșit o eroare în stabilirea obiectului mărcii contestate, ceea ce l-a determinat să considere și să trateze marca respectivă drept o marcă de poziție în cadrul aprecierii utilizării serioase a acesteia.
- 33 În primul rând și contrar aprecierii Tribunalului, potrivit căreia contururile exacte ale pantofului de sport nu sunt revendicate cu titlu de marcă, având în vedere că acestea sunt punctate, simpla trasare a unei linii punctate sau discontinue nu ar demonstra, în lipsa altor criterii care să sugereze că este vorba despre o marcă de poziție, că elementele care apar în această formă au făcut obiectul unei renunțări. În lipsa unei declarații de renunțare sau a unei descrieri, ar trebui să se presupună că aceste linii fac parte din marca în cauză.
- 34 În al doilea rând, nicio dispoziție legală nu ar prevedea că simpla utilizare a unor linii punctate pentru reprezentarea unei mărci ar însemna calificarea acesteia ca marcă de poziție.
- 35 În al treilea rând, la punctul 38 din hotărârea atacată, Tribunalul ar fi considerat în mod eronat că marca contestată trebuia să fie considerată o marcă de poziție, având în vedere că Munich ar fi revendicat o anterioritate pe baza unei mărci spaniole înregistrate în anul 1992 a cărei reprezentare grafică era identică cu marca în cauză și care conținea o descriere care preciza că marca consta în reprezentarea unei cruci situate pe partea laterală a unui pantof de sport.
- 36 În sfârșit, recurenta susține că Tribunalul a încălcat articolul 51 alineatul (1) litera (a) și articolul 15 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009 prin faptul că s-a limitat să examineze dacă benzile încrucișate erau sau nu aplicate într-o poziție precisă pe încălțăminte vândută de Munich, fără a compara semnele utilizate de aceasta și marca, astfel cum a fost înregistrată. Procedând astfel, Tribunalul ar fi considerat în mod greșit că Munich demonstrase utilizarea serioasă a mărcii în cauză dovedind vânzarea unor pantofi pe partea laterală a cărora erau aplicate două linii încrucișate.
- 37 EUIPO apreciază că motivul nu este fondat.
- 38 München, care invocă, cu titlu principal, inadmisibilitatea motivului, consideră că acesta este, în orice caz, nefondat.

Aprecierea Curții

- 39 În ceea ce privește, cu titlu introductiv, excepția de inadmisibilitate ridicată de Munich și întemeiată pe natura pretins factuală a aprecierii Tribunalului cu privire la elementele constitutive ale mărcii în cauză, și anume că aceasta consta doar într-o cruce neagră, iar nu într-un fundal în linii punctate, din recurs reiese că recurenta susține că Tribunalul a săvârșit o eroare de drept prin faptul că a apreciat că

nu era relevant în speță să se stabilească dacă marca în cauză era o marcă de poziție sau o marcă figurativă. Întrucât excepția de inadmisibilitate nu vizează aprecierea Tribunalului contestată în cadrul acestui motiv, se impune respingerea acesteia.

- 40 În ceea ce privește fondul motivului, trebuie să se constate, mai întâi, că, la data relevantă în speță, legislația aplicabilă nu definea „mărcile de poziție”, astfel încât Tribunalul nu era obligat să considere că calificarea mărcii în discuție ca marcă figurativă sau marcă de poziție era relevantă.
- 41 În continuare, este necesar să se arate că Tribunalul nu s-a contrazis atunci când, pe de o parte, a apreciat ca fiind lipsit de relevanță aspectul dacă marca în cauză trebuia să fie considerată ca fiind o marcă de poziție sau o marcă figurativă și, pe de altă parte, a tratat această marcă drept marcă de poziție. Astfel, reiese din cuprinsul punctului 36 din hotărârea atacată că Tribunalul a considerat că marca în cauză, deși se apreciază că ține de tipul mărcilor de poziție, rămâne de asemenea o marcă figurativă. Pe de altă parte, Tribunalul s-a întemeiat în esență pe reprezentarea grafică a mărcii în cauză, indiferent de clasificarea sa, pentru a aprecia existența sau inexistența unei utilizări serioase a acesteia, atunci când a arătat, la punctele 40 și 42-44 din această hotărâre, că protecția solicitată viza doar o cruce constituită din două linii negre încrucișate, reprezentate prin linii continue, și că liniile punctate care formează contururile pantofului de sport și șireturile acestuia trebuie doar să permită delimitarea mai ușoară a amplasării grafismului pe partea laterală a pantofului.
- 42 În mod întemeiat, la punctul 33 din hotărârea atacată, Tribunalul a amintit că „mărcile de poziție” se apropie de categoria mărcilor figurative și tridimensionale, întrucât vizează aplicarea de elemente figurative sau tridimensionale pe suprafața unui produs, și că, în cadrul aprecierii caracterului distinctiv al unei mărci, calificarea unei „mărci de poziție” ca marcă figurativă sau tridimensională sau ca o categorie specifică de mărci este lipsită de relevanță [Hotărârea din 15 iunie 2010, X Technology Swiss/OAPI (Colorare în portocaliu a vârfului unei șosete), T-547/08, EU:T:2010:235].
- 43 O astfel de calificare este de asemenea lipsită de relevanță la aprecierea, precum în speță, a utilizării serioase a unei astfel de mărci. Astfel, Curtea a statuat deja că cerințele care prevalează în ceea ce privește verificarea utilizării serioase a unei mărci sunt analoge celor privind dobândirea caracterului distinctiv al unui semn prin utilizarea în vederea înregistrării sale (a se vedea în acest sens Hotărârea din 25 iulie 2018, Société des produits Nestlé/Mondelez UK Holdings & Services, C-84/17 P, C-85/17 P și C-95/17 P, EU:C:2018:596, punctul 70, precum și jurisprudența citată).
- 44 Pe de altă parte, în ceea ce privește stabilirea obiectului mărcii în cauză, reiese din jurisprudența Curții că reprezentarea grafică a unei mărci trebuie să fie clară, precisă, completă prin ea însăși, ușor accesibilă, inteligibilă, durabilă și obiectivă (Hotărârea din 12 decembrie 2002, Sieckmann, C-273/00, EU:C:2002:748, punctul 55).
- 45 În această privință, Tribunalul a constatat, la punctul 40 din hotărârea atacată, că pentru reprezentarea grafică a mărcii în cauză fuseseră utilizate două tipuri de grafism, și anume linii discontinue sau „punctate”, care reprezintă aspectul produsului acoperit de această marcă, și două linii continue, reprezentând o cruce aplicată. Tribunalul a dedus de aici, la punctul 42 din hotărârea atacată, că liniile „punctate”, care formează contururile pantofului de sport și șireturile acestuia, trebuie înțelese în sensul că permit să se precizeze amplasarea crucii, asemenea linii discontinue fiind utilizate în mod obișnuit pentru a arăta, în mod precis, poziția unui semn pe produsul pentru care acest semn a fost înregistrat, fără că contururile produsului respectiv să fie însă vizate de marcă.
- 46 Această apreciere a faptelor, pe care Curtea nu are competența de a o controla în cadrul unui recurs, susține aprecierea Tribunalului, la punctul 40 din hotărârea atacată, potrivit căreia se poate deduce direct și cu suficientă precizie din reprezentarea grafică a mărcii în cauză că protecția solicitată viza doar o cruce, constituită din două linii negre încrucișate, reprezentate prin linii continue.

- 47 Contrar argumentației recurente, faptul că marca în cauză a fost înregistrată ca marcă figurativă nu este necesar în speță pentru a stabili întinderea cererii de protecție. Astfel, în cadrul aprecierii caracteristicilor unui semn pot fi luate în considerare, pe lângă reprezentarea grafică și eventualele descrieri depuse cu ocazia depunerii cererii de înregistrare, alte elemente utile pentru identificarea convenabilă a caracteristicilor esențiale ale unui semn (a se vedea în acest sens Hotărârea din 6 martie 2014, Pi-Design și alții/Yoshida Metal Industry, C-337/12, EU:C:2014:129, punctul 54).
- 48 În ceea ce privește argumentul recurente potrivit căruia, dacă o marcă ce conține linii discontinue sau linii punctate nu este descrisă ca o marcă de poziție sau dacă liniile discontinue sau punctate nu fac obiectul unei declarații de renunțare expresă, ar trebui să se deducă din aceasta că respectivele linii fac parte din marcă, este suficient să se constate că solicitantul protecției mărcilor are libertatea de a preciza întinderea protecției solicitate, adăugând o descriere a obiectului mărcii înregistrate.
- 49 Deși este adevărat că, astfel cum subliniază recurenta, utilizarea liniilor discontinue la înregistrarea unei mărci este adesea însoțită de o descriere sau de o declarație de renunțare, în scopul de a limita întinderea protecției solicitate, nu este mai puțin adevărat că nici legislația aplicabilă *ratione temporis*, nici jurisprudența nu impun depunerea unor astfel de declarații. În măsura în care recurenta susține, în plus, că Ghidurile EUIPO impun ca o marcă de poziție să fie descrisă în mod expres ca atare, trebuie amintit că acestea nu constituie acte juridice obligatorii pentru interpretarea dispozițiilor dreptului Uniunii (a se vedea în acest sens Hotărârea din 19 decembrie 2012, Leno Merken, C-149/11, EU:C:2012:816, punctul 48).
- 50 În sfârșit, fără a săvârși o eroare de drept, Tribunalul a considerat, în urma unei examinări detaliate care figurează la punctele 64-69 din hotărârea atacată, că diferențele dintre marca în cauză și variantele utilizate pe încălțăminte de sport comercializată de Munich au un caracter neglijabil care îi permitea acesteia din urmă să justifice o „utilizare serioasă” a mărcii în cauză.
- 51 Prin urmare, este necesar să se respingă ca nefondat motivul unic invocat de recurentă și, prin urmare, recursul trebuie respins în totalitate.

Cu privire la cheltuielile de judecată

- 52 Potrivit 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 184 alineatul (1) din același regulament, partea care cade în pretenții este obligată, la cerere, la plata cheltuielilor de judecată.
- 53 Întrucât EUIPO și Munich au solicitat obligarea recurente la plata cheltuielilor de judecată, iar aceasta din urmă a căzut în pretenții, se impune obligarea recurente la plata cheltuielilor de judecată.

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

1) Respinge recursul.

2) Obligă Deichmann SE la plata cheltuielilor de judecată.

Semnături