CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL
GIOVANNI PITRUZZELLA
prezentate la 6 martie 2019[1]

Cauza C-705/17

Patent-och registreringsverket
împotriva
Mats Hansson

[cerere de decizie preliminară formulată de
Svea hovrätt (Curtea de Apel din Stockholm, Suedia)]

„Trimitere preliminară – Mărci – Directiva 2008/95 – Motive de refuz sau de nulitate cu privire la conflicte cu drepturi anterioare – Marcă anterioară care include o indicație de proveniență geografică inclusă într-o declarație de renunțare (disclaimer) – Efectul unei astfel de declarații asupra aprecierii riscului de confuzie”

1. În legislațiile care o prevăd, înregistrarea unei mărci poate fi însoțită de aplicarea unei declarații de renunțare, așa-numită „disclaimer”, în cazul în care cererea are ca obiect un semn complex sau compus care conține unul sau mai mulți termeni descriptivi sau generici pentru unul sau mai multe produse sau servicii cuprinse în cerere. Declarația de renunțare, care, în funcție de reglementarea aplicabilă, poate fi oferită în mod voluntar de solicitant sau poate fi impusă de biroul competent ca o condiție pentru înregistrare, are scopul de a preciza că termenul sau termenii descriptivi și nedistinctivi care compun semnul a cărui înregistrare se solicită nu vor face obiectul unui drept exclusiv și, prin urmare, rămân disponibili[2]. Prin urmare, titularul mărcii nu va avea dreptul să împiedice utilizarea de către alte întreprinderi a unor astfel de termeni.

2. Utilizarea descrisă mai sus a declarațiilor de renunțare este permisă în dreptul suedez. Prin trimiterea preliminară care face obiectul prezentelor concluzii, Svea hovrätt Patent-och marknadsöverdomstolen (Curtea de Apel din Stockholm în calitate de curte de apel în litigiile de proprietate intelectuală, Suedia) solicită Curții să stabilească dacă și în ce condiții, în cazul unui conflict între un semn a cărui înregistrare ca marcă se solicită și o marcă anterioară, faptul că un element al acesteia din urmă este acoperit de o declarație de renunțare afectează aprecierea riscului de confuzie care trebuie făcută potrivit articolului 4 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95[3].

3. Această problemă a fost formulată în cadrul unui litigiu având ca obiect respingerea de către Patent-och registreringsverket (Oficiul pentru Brevete și Înregistrări suedez, denumit în continuare „PRV”) a unei cereri de înregistrare a unei mărci verbale naționale formulate de domnul Mats Hansson.

1 Limba originală: italiana.

2 A se vedea în acest sens Hotărârea din 7 septembrie 2016, Beiersdorf/EUIPO (Q10) (T-4/15, nepublicată, EU:T:2016:447, punctul 18), și Hotărârea din 19 noiembrie 2009, Agencja Wydawnicza Technopol/OAPI (100 și 300) (T-425/07 și T-426/07, EU:T:2009:454, punctul 19).

3 Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (versiune codificată) (JO 2008, L 299, p. 25). Începând cu 15 ianuarie 2019, Directiva 2008/95 a fost abrogată și înlocuită cu Directiva (UE) 2015/2436 a Parlamentului European și a Consiliului din 16 decembrie 2015 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 2015, L 336, p. 1), care a intrat în vigoare ulterior faptelor din procedura principală.

Cadrul juridic

Dreptul Uniunii

4. Potrivit articolului 4 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95:

„(1) Unei mărci îi este refuzată înregistrarea sau, dacă este înregistrată, poate fi declarată nulă:

[…]

(b) atunci când, din cauza identității sau a similitudinii sale cu marca anterioară și din cauza identității sau a similitudinii produselor sau a serviciilor pe care cele două mărci le desemnează, există, din partea publicului, un risc de confuzie care include riscul de asociere cu marca anterioară.[4]”

5. Potrivit articolului 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95:

„[m]arca înregistrată conferă titularului său următoarele drepturi exclusive. Titularul este îndreptățit să interzică oricărui terț să utilizeze, fără consimțământul său, în cadrul comerțului

[…]

(b) un semn pentru care, din cauza identității sau similitudinii sale cu marca și din cauza identității sau a similitudinii produselor sau a serviciilor aflate sub incidența mărcii și a semnului, există un risc de confuzie din partea publicului; riscul de confuzie include riscul de asociere între semn și marcă”[5].

Dreptul național

6. Articolul 10 primul paragraf punctul 2 din capitolul 1 din varumärkslagen (2010:1877) (Legea nr. 1877 din 2010 privind mărcile, denumită în continuare „Legea din 2010”)[6], care transpune în dreptul suedez articolul 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95, definește conținutul dreptului exclusiv conferit titularului unei mărci înregistrate împotriva utilizării de către terți neautorizați a unor semne care dau naștere unui risc de confuzie sau de asociere cu o astfel de marcă.

7. Potrivit articolului 5 din capitolul 2 din Legea din 2010, care transpune în dreptul suedez articolul 3 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95, pentru a fi înregistrată, marca trebuie să aibă un caracter distinctiv pentru produsele sau serviciile pentru care se solicită înregistrarea acesteia.

8. Conform articolului 12 primul paragraf din capitolul 2 din Legea din 2010, dacă o marcă conține un element care nu poate fi înregistrat în mod individual și există un risc evident ca înregistrarea mărcii să determine incertitudini cu privire la întinderea dreptului exclusiv conferit titularului său, acest element poate fi exclus în mod expres de la protecție la momentul înregistrării. La al doilea paragraf al acestui articol se precizează că, dacă elementul respectiv îndeplinește ulterior cerințele pentru înregistrare, acel element sau marca în ansamblu pot fi înregistrate în urma depunerii unei noi cereri, fără excluderea prevăzută la primul paragraf.

4 Articolul 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2015/2436 este redactat în termeni practic identici.

5 A se vedea articolul 10 alineatul (2) litera (b).

6 O traducere (neoficială) în limba engleză a textului Legii din 2010 poate fi consultată pe pagina de internet a Organizației Mondiale a Proprietății Intelectuale, la adresa https://wipolex.wipo.int/en/text/290530.

Procedura principală și întrebările preliminare

9. La 16 decembrie 2015, domnul Mats Hansson, pârât în procedura principală, a depus la PRV, reclamant în procedura principală, o cerere de înregistrare a termenului ROSLAGSÖL ca marcă verbală națională pentru produse care fac parte din clasa 32 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 (denumit în continuare „Aranjamentul de la Nisa”), în special pentru bere și anumite băuturi nealcoolice (denumită în continuare „marca solicitată”).

10. Prin decizia din 14 iulie 2016, PRV a respins cererea de înregistrare pentru motivul că exista un risc de confuzie între marca solicitată și marca figurativă anterioară ROSLAGS PUNSCH (denumită în continuare „marca anterioară”), reprezentată în continuare:

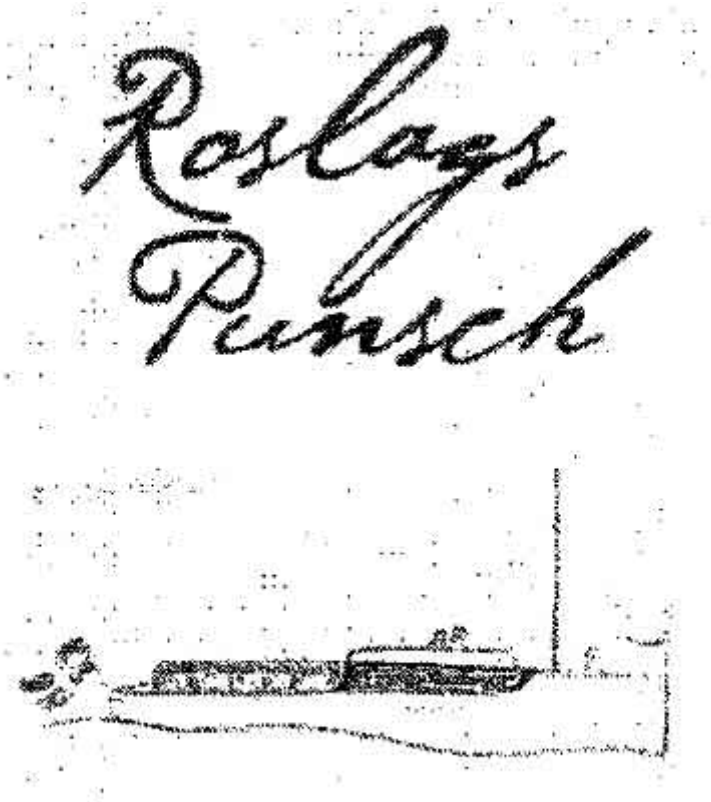


Fig. 1.

înregistrată pentru băuturi alcoolice din clasa 33 în sensul Aranjamentului de la Nisa și deținută începând cu anul 2007 de societatea Norrtelje Brenneri Aktiebolag[7]. Înregistrarea acestei din urmă mărci este însoțită de următoarea mențiune: „înregistrarea nu conferă un drept exclusiv cu privire la termenul «Roslagspunsch»”.

11. Cuvântul „Roslagen” desemnează o regiune situată pe coasta de est a Suediei.

7 Din ordonanța de trimitere reiese că, potrivit dreptului suedez, examinarea riscului de confuzie cu mărci anterioare se face din oficiu la momentul examinării cererii de înregistrare.

12. PRV a ajuns la concluzia că există un risc de confuzie ținând seama, pe de o parte, de faptul că mărcile în conflict încep cu termenul descriptiv „Roslags”, care are un caracter dominant în ambele semne, și, pe de altă parte, că aceste mărci sunt destinate să fie utilizate pentru produse identice sau similare, care pot fi distribuite prin aceleași canale de vânzare și să se adreseze acelorași clienți.

13. Împotriva deciziei PRV din 14 iulie 2016, domnul Hansson a introdus o acțiune la Patent-och marknadsdomstolen (Tribunalul de Primă Instanță pentru Brevete și Mărci, Suedia), susținând, pe de o parte, lipsa unei similitudini între marca solicitată, care este o marcă verbală, și marca anterioară, care este o marcă figurativă, și, pe de altă parte, faptul că termenul „Roslagen” este utilizat în prezent în semnele distinctive ale unor întreprinderi stabilite în regiunea la care se face referire. În cursul procedurii în fața Patent-och marknadsdomstolen, părțile și-au exprimat poziția cu privire la efectele declarației de renunțare care însoțește înregistrarea mărcii anterioare. PRV a susținut că, de regulă, elementele unei mărci care sunt excluse de la protecție printr-o declarație de renunțare sunt considerate ca fiind lipsite de caracter distinctiv și, prin urmare, nu trebuie să fie luate în considerare în cadrul examinării riscului de confuzie. PRV a arătat însă că practica sa în ceea ce privește înregistrarea denumirilor geografice s-a modificat în timp și că, în temeiul regulilor urmate în prezent, termenul „Roslags”, care figurează în marca anterioară, trebuie luat în considerare, în pofida declarației de renunțare, pentru aprecierea existenței unui motiv de refuz întemeiat pe riscul de confuzie cu marca anterioară [8].

14. Patent-och marknadsdomstolen a admis acțiunea introdusă de domnul Hansson. Acesta a considerat în esență că, în pofida declarației de renunțare, termenii „Roslags” și „Punsch” trebuiau să fie luați în considerare în aprecierea riscului de confuzie între mărcile în conflict, dată fiind incidența lor asupra impresiei de ansamblu produse de marca anterioară. Cu toate acestea, instanța menționată a considerat, pe de o parte, că elementele figurative ale mărcii anterioare, precum și faptul că partea verbală a acesteia din urmă este compusă din doi termeni separați, creează o deosebire vizuală între cele două mărci și, pe de altă parte, că diferența dintre elementul verbal „punsch”, din marca anterioară, și literele care formează termenul „öl”, la sfârșitul cuvântului din care se compune marca solicitată, ar reduce similitudinea între cele două mărci pe plan fonetic. Ținând seama și de gradul redus de similitudine între produsele în discuție, Patent-och marknadsdomstolen a ajuns, așadar, la concluzia că nu există un risc de confuzie.

15. Împotriva hotărârii pronunțate în primă instanță, PRV a declarat apel în fața instanței de trimitere.

16. Această din urmă instanță arată că, în timp ce dispozițiile de drept material privind protecția mărcilor fac obiectul unei armonizări totale prin Directiva 2008/95, normele procedurale rămân, în principiu, de competența statelor membre. Aceasta se întreabă dacă o dispoziție națională care permite să se introducă o declarație de renunțare la momentul înregistrării unei mărci poate fi calificată drept normă procedurală atunci când are ca efect modificarea criteriilor în temeiul cărora trebuie să se efectueze aprecierea impresiei de ansamblu produse de marcă în vederea examinării riscului de confuzie în sensul articolului 4 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95.

17. În plus, instanța de trimitere se întreabă dacă o astfel de dispoziție se opune ca elementele unei mărci care sunt acoperite de o declarație de renunțare să fie excluse de la examinarea riscului de confuzie sau ca acestora să li se acorde, în cadrul unei asemenea examinări, o importanță mai mică decât cea care le-ar fi recunoscută în lipsa unei declarații de renunțare.

8 În ședință, ca răspuns la o întrebare adresată de Curte, PRV a precizat, cu privire la modificarea practicii menționate în ordonanța de trimitere, că, în timp ce în trecut o declarație de renunțare era solicitată în mod sistematic ca o condiție pentru înregistrarea unor semne în care figurau componente legate de o denumire geografică, începând cu anul 2012, PRV a început, în temeiul criteriului indicat la punctul 31 din Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230), să facă distincție între cazurile în care denumirea geografică are o legătură cu categoria de produse în discuție și cazurile în care o astfel de legătură nu poate fi identificată. În cele dintâi cazuri, înregistrarea este în prezent respinsă, în timp ce în celelalte cazuri este autorizată, fără obligația unei declarații de renunțare.

18. În această privință, instanța de trimitere arată că, într-o hotărâre din anul 1991 [9], Högsta förvaltningsrätten (Curtea Administrativă Supremă, Suedia, în prezent denumită Regeringsrätten), competentă la data respectivă să judece în ultimă instanță litigiile în materie de mărci, a considerat că elementele unei mărci înregistrate acoperite de o declarație de renunțare trebuiau să fie luate în considerare pentru stabilirea impresiei de ansamblu produse de o astfel de marcă în vederea aprecierii existenței unui risc de confuzie cu un semn ulterior. Cu toate acestea, în hotărâri mai recente, pronunțate de alte instanțe decât cele de ultim grad, elementele acoperite de o declarație de renunțare au fost considerate ca fiind lipsite de caracter distinctiv și, prin urmare, li s-a atribuit doar o importanță secundară în stabilirea impresiei de ansamblu produse de marcă [10].

19. În acest context, prin decizia din 20 noiembrie 2017, Svea hovrätt (Curtea de Apel din Stockholm, Suedia) a suspendat judecarea cauzei aflate pe rolul său și a adresat următoarele întrebări preliminare:

„Articolul 4 alineatul (1) litera (b) din Directiva [2008/95] trebuie interpretat în sensul că evaluarea globală a tuturor factorilor relevanți care trebuie făcută pentru a aprecia riscul de confuzie poate fi afectată de faptul că un element al mărcii a fost exclus în mod expres de la protecție în momentul înregistrării, cu alte cuvinte de faptul că o așa-numită declarație de renunțare a fost introdusă la înregistrare?

În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare, declarația de renunțare poate afecta, în acest caz, aprecierea globală astfel încât autoritatea competentă să ia în considerare elementul în cauză, dar să îi acorde o importanță mai limitată, astfel încât acesta să nu fie considerat ca având un caracter distinctiv, chiar dacă elementul respectiv ar avea, *de facto*, un caracter distinctiv și dominant pentru marca anterioară?

În cazul unui răspuns afirmativ la prima întrebare și al unui răspuns negativ la a doua întrebare, declarația de renunțare poate, chiar și în acest caz, să afecteze aprecierea globală în orice alt mod?”

Procedura în fața Curții

20. PRV, domnul Hansson și Comisia au depus la Curte observații scrise, în temeiul articolului 23 din Statutul Curții. Părțile interesate menționate au fost ascultate în ședința din 13 decembrie 2018.

Analiză

21. Prin intermediul celor trei întrebări care fac obiectul prezentei trimiteri preliminare, care trebuie examinate împreună, Svea hovrätt (Curtea de Apel din Stockholm) solicită în esență să se stabilească dacă faptul că un element al mărcii anterioare este acoperit de o declarație de renunțare afectează și, eventual, în ce condiții examinarea riscului de confuzie în sensul articolului 4 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95.

9 RÅ 1991, ref. 10, MTV Music Television.

10 Instanța de trimitere citează, cu titlu de exemplu, hotărârea pronunțată de Patentbesvërsätten (Tribunalul Administrativ pentru Brevete) la 3 octombrie 2011 în cauza nr. 10 136, BIOGEN.

22. Deși nu este menționată în mod expres în Directiva 2008/95, instituția declarației de renunțare, prevăzută de un număr restrâns de state membre [11], nu poate fi considerată, în sine, incompatibilă cu această directivă [12]. Astfel, după cum se arată în considerentul (4) al directivei, aceasta nu urmărește obiectivul unei apropieri totale a legislațiilor statelor membre în domeniul mărcilor, ci vizează doar armonizarea dispozițiilor naționale care au incidența cea mai directă asupra funcționării pieței interne [13], cum ar fi cele privind condițiile de dobândire și de păstrare a dreptului la marca înregistrată [14], lăsând statelor membre printre altele „libertatea" de a stabili dispozițiile de procedură [15], inclusiv cele privind înregistrarea mărcilor [16].

23. Chiar reglementarea privind marca Uniunii, în paralel cu cea prevăzută de sistemele naționale armonizate [17], a permis, timp de peste 20 de ani, înregistrarea unor semne care conțin elemente lipsite de caracter distinctiv, cu condiția ca solicitantul să declare, la cererea, mai întâi, a Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (OAPI) și, ulterior, a Oficiului Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală (EUIPO), că nu va invoca drepturi exclusive asupra unor astfel de elemente [18].

24. Compatibilitatea cu Directiva 2008/95 a recurgerii la declarațiile de renunțare este însă condiționată de respectarea dispozițiilor acestei directive.

25. De exemplu, nu ar putea fi considerată admisibilă utilizarea unor declarații de renunțare care ar permite înregistrarea unor mărci compuse exclusiv din elemente descriptive sau care sunt lipsite de caracter distinctiv [19], întrucât este incompatibilă cu articolul 3 alineatul (1) literele (c) și (b) din Directiva 2008/95. În termeni mai generali, dat fiind că funcția declarației de renunțare este de a permite înregistrarea unei mărci care ar putea fi înregistrată în ansamblu, dar care conține în cadrul său elemente care, luate în mod izolat, nu pot fi înregistrate, o utilizare a declarației de renunțare care

11 Pe lângă Suedia, Irlanda și Letonia, în timp ce în Regatul Unit declarațiile de renunțare impuse de biroul care efectuează înregistrarea au fost deja eliminate, a se vedea Max Planck Institute for Intellectual Property and Competition Law, *Study on the overall functioning of the European Trade Mark System*, 2013, disponibil pe site-ul internet https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/5f878564-9b8d-4624-ba68-72531215967e, p. 74, punctul 2.40.

12 A se vedea în acest sens Concluziile avocatului general Ruiz-Jarabo Colomer prezentate în cauza Koninklijke KPN Nederland (C-363/99, EU:C:2002:65, punctul 45). În hotărârea pronunțată în acea cauză, Curtea a exclus limitarea efectelor înregistrării, fără a lua însă în mod expres o poziție cu privire la admisibilitatea declarațiilor de renunțare (a se vedea Hotărârea din 12 februarie 2004, Koninklijke KPN Nederland (C-363/99, EU:C:2004:86, punctele 114 și 115).

13 Directiva 2015/2436 depășește apropierea limitată realizată prin Directiva 2008/95, extinzând-o la alte aspecte atât de drept material, cât și de drept procedural [a se vedea în special considerentele (8) și (9)].

14 A se vedea considerentul (8) al Directivei 2008/95. A se vedea în același sens considerentul (12) al Directivei 2015/2436.

15 După cum am arătat, Directiva 2015/2436 realizează o armonizare mai accentuată, aliniind, după cum se menționează în considerentul (9), „principalele norme procedurale în domeniul înregistrării mărcilor", deși se limitează la a stabili principiile generale și lasă statelor membre libertatea de a prevedea norme mai specifice.

16 Potrivit considerentului (6) al Directivei 2008/95, „[e]ste de competența [statelor membre], de exemplu, să stabilească forma procedurilor de înregistrare și de nulitate, să decidă dacă drepturile anterioare trebuie invocate în procedura de înregistrare sau în procedura de nulitate sau în ambele ori, mai mult, în cazul în care drepturile anterioare pot fi invocate în procedura de înregistrare, să prevadă o procedură de opoziție sau o examinare din oficiu sau ambele", precum și să stabilească efectele decăderii din drepturi sau ale nulității mărcilor.

17 A se vedea considerentul (2) al Regulamentului (UE) 2017/1001 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind marca Uniunii Europene (JO 2017, L 154, p. 1) și considerentul (3) al Directivei 2015/2436, potrivit căruia „[c]oexistența și echilibrul sistemelor mărcilor la nivel național și la nivelul Uniunii reprezintă de fapt o piatră de temelie a abordării Uniunii referitoare la protecția proprietății intelectuale".

18 A se vedea articolul 38 alineatul (2) din Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO 1994, L 11, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 01, p. 146) și articolul 37 alineatul (2) din Regulamentul [(CE) nr. 207/2009] al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO 2009, L 78, p. 1). Această din urmă dispoziție a rămas în vigoare până la abrogarea sa, cu efect de la 23 martie 2016, prin Regulamentul (UE) 2015/2424 al Parlamentului European și al Consiliului din 16 decembrie 2015 de modificare a Regulamentului (CE) nr. 207/2009 privind marca comunitară și a Regulamentului (CE) nr. 2868/95 al Comisiei de punere în aplicare a Regulamentului (CE) nr. 40/94 al Consiliului privind marca comunitară și de abrogare a Regulamentului (CE) nr. 2869/95 al Comisiei privind taxele care trebuie plătite Oficiului pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale) [JO 2015, L 341, p. 21, a se vedea articolul 1 punctul 35 litera (b) și, pentru data de aplicare, articolul 4 primul și al doilea paragraf].

19 A se vedea în acest sens, cu privire la articolul 37 alineatul (2) din Regulamentul nr. 207/2009, Hotărârea din 7 septembrie 2016, Beiersdorf/EUIPO (Q10) (T-4/15, nepublicată, EU:T:2016:447, punctul 18), în care Tribunalul a statuat că nu poate fi admisă declarația de renunțare furnizată de solicitant, care avea ca obiect elementul verbal al unei mărci compuse în care elementele figurative erau constituite din culoarea galbenă și din stilizarea specifică a elementului verbal „Q10". Constatarea caracterului dominant al elementului verbal acoperit de declarația de renunțare și a caracterului pur ornamental al elementelor figurative a condus Tribunalul la aprecierea că, în cazul în care declarația de renunțare ar fi fost admisă, în semnul solicitat nu ar fi rămas niciun element distinctiv care să poată beneficia de dreptul exclusiv prevăzut la articolul 9 din Regulamentul nr. 207/2009.

ar permite înlăturarea motivelor absolute de refuz al înregistrării mărcii ar fi contrară atât acestei funcții, cât și dispozițiilor Directivei 2008/95. În mod similar, nu ar putea fi admisă o declarație de renunțare care ar avea ca obiect elemente distinctive ale mărcii solicitate. O astfel de declarație de renunțare nu numai că ar fi incompatibilă cu dispozițiile Directivei 2008/95 care prevăd condițiile de dobândire a mărcii, ci ar limita în mod nejustificat și întinderea protecției acordate acesteia din urmă, căreia această directivă a urmărit să îi dea un caracter unitar [20].

26. În definitiv, declarația de renunțare nu este, în sine, incompatibilă cu Directiva 2008/95, în cazul în care funcția sa se limitează la a preciza, în conformitate cu cerința unei transparențe și a unei securități juridice sporite, limitele protecției acordate mărcii înregistrate (în ceea ce privește unele dintre elementele conținute în aceasta), care decurg deja din aplicarea dispozițiilor privind motivele absolute de refuz prevăzute de Directiva 2008/95. În această privință, arătăm că la articolul 6 alineatul (1) litera (b) din această directivă, intitulat „Limitarea efectelor mărcii”, se precizează că dreptul conferit de marcă nu permite titularului său să interzică unui terț utilizarea, în cadrul comerțului, a „indicațiilor [21] privind felul, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, originea geografică sau data fabricației produsului sau a prestării serviciului sau a altor caracteristici ale acestora” [22], reafirmând, în termeni generali, disponibilitatea unor astfel de indicații – care, în sine, nu pot fi înregistrate ca marcă [23] – atunci când acestea constituie elemente ale unor semne compuse sau complexe care au făcut obiectul înregistrării [24].

27. Dacă, în limitele descrise mai sus, înregistrarea unei mărci însoțită de o declarație de renunțare poate fi considerată conformă cu Directiva 2008/95 și, în prezent, cu Directiva 2015/2436, este necesar să se aprecieze, astfel cum instanța de trimitere solicită Curții, care sunt consecințele unei astfel de declarații de renunțare în cazul unui conflict între marcă și un semn ulterior.

28. Protecția acordată unei mărci presupune, conform articolului 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95, dreptul titularului mărcii de a interzice oricărui terț să utilizeze, fără consimțământul său, în cadrul comerțului „un semn pentru care, din cauza identității sau similitudinii sale cu marca și din cauza identității sau a similitudinii produselor sau a serviciilor aflate sub incidența mărcii și a semnului, există un risc de confuzie din partea publicului; riscul de confuzie include riscul de asociere între semn și marcă”. În mod corelativ, articolul 4 alineatul (1) litera (b) din această directivă prevede că unei mărci îi este refuzată înregistrarea sau, dacă este înregistrată, poate fi declarată nulă atunci când există un astfel de risc de confuzie cu o marcă anterioară.

20 A se vedea considerentul (10) al Directivei 2008/95, în care se precizează că, „[p]entru a facilita libera circulație a mărfurilor și libera prestare a serviciilor”, este esențial să se garanteze că „mărcile înregistrate beneficiază de aceeași protecție în legislația tuturor statelor membre”. În același sens, a se vedea considerentul (10) al Directivei 2015/2436, în care se afirmă că „[e]ste fundamental să se asigure faptul că mărcile înregistrate beneficiază de aceeași protecție în sistemele juridice ale tuturor statelor membre”.

21 Articolul 14 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2015/2436 a adăugat referirea și la „semnele” descriptive, pe lângă „indicațiile” descriptive, deja prevăzute la articolul 6 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95.

22 Potrivit celui de al doilea paragraf al alineatului (1) al articolului 6 din Directiva 2008/95, o astfel de utilizare trebuie să fie conformă „cu practicile loiale în materie industrială sau comercială”; cu privire la interpretarea acestei condiții, a se vedea Hotărârea din 7 ianuarie 2004, Gerolsteiner Brunnen (C-100/02, EU:C:2004:11, punctul 25), în ceea ce privește interpretarea dispoziției identice din Prima directivă 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. 01, p. 92), care a precedat Directiva 2008/95, potrivit căreia simplul fapt că există un risc de „confuzie fonetică” între indicația privind originea geografică în discuție, chiar dacă este utilizată ca marcă, și o marcă verbală anterioară nu este, în sine, suficient pentru a concluziona că utilizarea acestei indicații nu este conformă cu utilizările menționate.

23 A se vedea formularea identică cu cea a articolului 3 alineatul (1) litera (c) din Directiva 2008/95 [și, în prezent, cu cea a articolului 4 alineatul (1) litera (c) din Directiva 2015/2436], în pofida autonomiei dintre cele două dispoziții, subliniată de Curte în Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230, punctul 28), și în Hotărârea din 10 martie 2011, Agencja Wydawnicza Technopol/OAPI (C-51/10 P, EU:C:2011:139, punctele 59-62).

24 A se vedea, în ceea ce privește articolul 6 alineatul (1) litera (b) din Directiva 89/104, Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230, punctul 28). Curtea a precizat că, „printr-o limitare a efectelor drepturilor pe care titularul unei mărci le are în temeiul articolului 5 din Directiva 89/104, articolul 6 din aceeași directivă urmărește concilierea intereselor fundamentale ale protecției drepturilor conferite de marcă cu cele ale liberei circulații a mărfurilor, precum și ale liberei prestări a serviciilor în cadrul pieței comune, astfel încât dreptul la marcă să își poată îndeplini funcția de element esențial al sistemului de concurență nedenaturată pe care tratatul urmărește să îl stabilească și să îl mențină”, a se vedea Hotărârea din 23 februarie 1999, BMW (C-63/97, EU:C:1999:82, punctul 62), și Hotărârea din 7 ianuarie 2004, Gerolsteiner Brunnen (C-100/02, EU:C:2004:11, punctul 16).

29. Riscul de confuzie constituie, așadar, „condiția specifică a protecției” acordate de Directiva 2008/95 mărcii înregistrate, în special împotriva utilizării de către terți a unor semne care nu sunt identice [25]. Curtea a definit această condiție ca fiind 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 [26].

30. După cum se menționează în considerentul (11) al Directivei 2008/95 [27], pentru a stabili existența unui risc de confuzie, sunt luați în considerare diferiți factori și, în primul rând, cunoașterea mărcii pe piață, asocierea care poate fi făcută cu semnul utilizat sau înregistrat, gradul de similitudine dintre semnele în conflict și dintre produsele și serviciile pe care acestea le desemnează. Prin urmare, riscul de confuzie trebuie să fie apreciat global, ținând seama de toți factorii relevanți ai speței [28].

31. Pentru a aprecia, în special, gradul de similitudine existent între semnele în conflict, trebuie să se determine gradul lor de similitudine vizuală, auditivă și conceptuală și, eventual, să se evalueze importanța care trebuie acordată acestor factori diferiți, ținând seama de categoria de produse sau de servicii în cauză și de condițiile în care sunt comercializate sau oferite spre comercializare [29]. Similitudinea vizuală, auditivă și conceptuală dintre semnele în cauză trebuie să facă obiectul unei aprecieri globale, în cadrul căreia *percepția* asupra unor astfel de semne pe care o are consumatorul mediu al produselor sau serviciilor respective joacă un rol determinant [30]. În această privință, jurisprudența a precizat că consumatorul mediu percepe o marcă în mod normal ca un tot și *nu face o examinare a diferitor detalii ale acesteia* [31]. Aprecierea globală a similitudinii vizuale, auditive și conceptuale dintre semnele în conflict trebuie, așadar, să fie întemeiată pe *impresia de ansamblu* produsă de astfel de semne, ținând seama în special de elementele lor distinctive și dominante [32]. Curtea a precizat de asemenea că aprecierea similitudinii dintre două semne nu se poate limita la luarea în considerare numai a unei componente a unui semn complex și la compararea acesteia cu un alt semn, ci, dimpotrivă, comparația trebuie să se efectueze prin examinarea semnelor în cauză, apreciat fiecare ca întreg [33]. În aceste condiții, Curtea a precizat că, în principiu, și un element care are doar un caracter distinctiv slab poate domina impresia de ansamblu asupra unei mărci compuse atunci când, în special din cauza poziției acestuia în cadrul semnului sau din cauza dimensiunilor sale, este „susceptibil să se impună percepției consumatorului și să rămână în memoria acestuia” [34]. În sfârșit,

25 A se vedea considerentul (11) al Directivei 2008/95 și considerentul (16) al Directivei 2015/2436.

26 A se vedea în special Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 17), Hotărârea din 6 octombrie 2005, Medion (C-120/04, EU:C:2005:594, punctele 24 și 26), și Hotărârea din 10 aprilie 2008, adidas și adidas Benelux (C-102/07, EU:C:2008:217, punctul 28).

27 A se vedea în același sens considerentul (16) al Directivei 2015/2436.

28 A se vedea Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 22), Hotărârea din 22 iunie 2000, Marca Mode (C-425/98, EU:C:2000:339, punctul 40), Hotărârea din 6 octombrie 2005, Medion (C-120/04, EU:C:2005:594, punctul 27), Hotărârea din 10 aprilie 2008, adidas și adidas Benelux (C-102/07, EU:C:2008:217, punctul 29), și Hotărârea din 12 iunie 2007, OAPI/Shaker (C-334/05 P, EU:C:2007:333, punctul 33).

29 A se vedea Hotărârea din 12 iunie 2007, OAPI/Shaker (C-334/05 P, EU:C:2007:333, punctul 36), și Hotărârea din 24 martie 2011, Ferrero/OAPI (C-552/09 P, EU:C:2011:177, punctul 85).

30 A se vedea Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 23).

31 A se vedea în special Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 23), Hotărârea din 12 iunie 2007, OAPI/Shaker (C-334/05 P, EU:C:2007:333, punctul 35), și Hotărârea din 20 septembrie 2007, Nestlé/OAPI (C-193/06 P, nepublicată, EU:C:2007:539, punctul 34).

32 A se vedea în special Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 23), Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 25), Hotărârea din 12 iunie 2007, OAPI/Shaker (C-334/05 P, EU:C:2007:333, punctul 35), și Hotărârea din 3 septembrie 2009, Aceites del Sur-Coosur/Koipe și OAPI (C-498/07 P, EU:C:2009:503, punctul 60).

33 A se vedea în special Hotărârea OAPI/Shaker (C-334/05 P, EU:C:2007:333, punctul 41) și Hotărârea Aceites del Sur-Coosur/Koipe (C-498/07 P, EU:C:2009:503, punctul 61). În această privință, Curtea a precizat că, deși impresia de ansamblu produsă de o marcă complexă în memoria publicului vizat poate fi dominată, în anumite împrejurări, de una sau de mai multe dintre componentele sale, aprecierea similitudinii se va putea face exclusiv pe baza elementului dominant numai dacă toate celelalte componente ale mărcii sunt neglijabile, a se vedea Hotărârea OAPI/Shaker (C-334/05 P, EU:C:2007:333, punctele 41 și 42) și Hotărârea din 20 septembrie 2007, Nestlé/OAPI (C-193/06 P, nepublicată, EU:C:2007:539, punctele 42 și 43 și jurisprudența citată).

34 A se vedea în acest sens Hotărârea din 13 iulie 2004, AVEX/OAPI – Ahlers (a) (T-115/02, EU:T:2004:234, punctul 20), și Hotărârea din 13 iunie 2006, Inex/OAPI – Wiseman (Reprezentarea unei piei de vacă) (T-153/03, EU:T:2006:157, punctul 32).

Curtea a precizat că aprecierea similitudinii dintre semne nu trebuie făcută în mod abstract, ci în mod concret, ținând seama de modurile în care consumatorul intră în contact cu marca și în special având în vedere că „numai rareori consumatorul mediu are posibilitatea să facă o comparație directă între mărci, ci trebuie să se bazeze pe imaginea imperfectă a acestora pe care a păstrat-o în memorie” [35].

32. Din principiile prezentate mai sus decurg două indicații fundamentale pentru răspunsul la întrebările adresate în prezenta trimitere preliminară.

33. În primul rând, după cum s-a văzut, similitudinea dintre semnele în conflict trebuie apreciată în raport cu percepția publicului. Această regulă, ale cărei criterii de aplicare au fost precizate treptat în jurisprudența Curții și în cea a Tribunalului, își are originea în funcția pe care dreptul Uniunii o recunoaște mărcii. În Directiva 2008/95 (și, în prezent, în Directiva 2015/2436), precum și în Regulamentul privind marca Uniunii [36], marca este protejată în primul rând pentru a-și îndeplini funcția distinctivă [37], și anume ca semn care permite identificarea sursei economice de origine a produselor sau a serviciilor pe care aceasta le desemnează. Riscul de confuzie, ca o condiție a protecției acordate mărcii, vizează asigurarea îndeplinirii funcției menționate fără interferențe față de persoanele cărora li se adresează marca, și anume consumatorii produselor sau serviciilor pe care aceasta le desemnează.

34. În ipoteza în care aprecierea similitudinii dintre semnele în conflict, în cadrul examinării existenței unui risc de confuzie, ar fi efectuată prin excluderea *a priori* din această apreciere a uneia dintre componentele semnului anterior, imaginea semnului cu care publicul intră în contact ar fi astfel denaturată, ceea ce ar face mai dificilă o apreciere în strictă conformitate cu percepția consumatorului vizat în speță, așa cum, în schimb, impune jurisprudența citată mai sus [38].

35. În al doilea rând, potrivit jurisprudenței Curții și a Tribunalului, regula privind percepția, care are un caracter prioritar, este cea potrivit căreia marca este percepută ca un întreg. Diferitele componente ale acesteia trebuie analizate individual, pentru a stabili ponderea lor relativă în cadrul mărcii și interacțiunile dintre ele, însă obiectivul unei astfel de analize este să stabilească, în mod sintetic, impresia de ansamblu produsă de semn în ansamblul său care poate fi păstrată în memorie de publicul vizat. Acest fapt implică două consecințe.

36. Pe de o parte, dacă similitudinea între semnele în conflict, de care depinde existența unui risc de confuzie [39], trebuie apreciată pe baza impresiei de ansamblu pe care aceste semne o produc asupra consumatorului mediu al produselor sau serviciilor în cauză, rezultă că titularul unei mărci complexe nu poate totuși, independent de existența unei declarații de renunțare, să revendice un drept exclusiv numai asupra unei părți a mărcii. Protecția prevăzută la articolul 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95 este acordată, de fapt, împotriva utilizării unor semne care pot fi confundate cu marca luată în considerare în ansamblul său, iar nu în ceea ce privește componentele sale individuale. Acest aspect limitează și mai mult funcția declarației de renunțare la un simplu instrument de clarificare a limitelor protecției de care beneficiază marca.

35 A se vedea printre altele Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 26).

36 Regulamentul 2017/1001.

37 A se vedea printre altele Hotărârea din 29 septembrie 1998, Canon (C-39/97, EU:C:1998:442, punctul 28).

38 Este adevărat că o astfel de apreciere trebuie să se întemeieze pe elementele distinctive și dominante ale semnelor în conflict, iar nu pe cele descriptive și nedistinctive, însă este de asemenea adevărat, ținând seama de relația dintre diferitele elemente care compun semnul, că impresia de ansamblu pe care acesta o produce în rândul publicului este reconstruită.

39 Amintim că, potrivit jurisprudenței, în lipsa unei similitudini dintre semnele în conflict, existența unui risc de confuzie este exclusă în mod automat, fără a fi necesar să se analizeze ceilalți factori de care depinde constatarea unui astfel de risc, a se vedea printre altele Hotărârea din 24 martie 2011, Ferrero/OAPI (C-552/09 P, EU:C:2011:177, punctul 65).

37. Pe de altă parte, necesitatea de a reconstrui impresia de ansamblu produsă de marcă pledează în sensul că existența unei declarații de renunțare nu afectează modalitățile prin care trebuie efectuată comparația între mărcile în conflict. Astfel, neluarea în considerare a elementului acoperit de declarația de renunțare, pe de o parte, ar influența determinarea, în mod concret și în conformitate cu percepția publicului, a acestei impresii de ansamblu și, pe de altă parte, ar obliga la „secționarea" diverselor componente ale mărcii, operațiune care, pe lângă faptul că este artificială, se poate dovedi dificilă în practică [40].

38. În concluzie, date fiind în special conformitatea necesară a aprecierii cu privire la similitudinea între semnele în conflict cu regulile privind percepția și caracterul strict concret pe care trebuie să îl aibă această apreciere, considerăm că existența unei declarații de renunțare cu privire la unul dintre elementele mărcii pentru care se solicită protecție nu trebuie să interfereze cu parametrii acestei aprecieri, nici prin determinarea excluderii acestui element din apreciere, nici prin recunoașterea unei valori a acestuia în cadrul semnului sau a unui caracter distinctiv diferite de cele pe care acesta le are în mod concret. Stabilirea, în mod sintetic, a impresiei de ansamblu produse de marcă în ansamblul său trebuie să se facă, și în acest caz, doar în funcție de percepția publicului vizat.

39. După cum am arătat mai sus, similitudinea dintre semnele în conflict este doar unul dintre factorii de care depinde riscul de confuzie între acestea.

40. Existența sau inexistența unui risc de confuzie cu privire la origine trebuie constatată în cadrul unei aprecieri finale, care să ia în considerare toți factorii relevanți în speță, ponderându-i [41].

41. Și în cadrul unei astfel de aprecieri cu caracter sintetic, percepția publicului joacă un rol central [42]. După cum a statuat Curtea în mod repetat, „aprecierea globală a riscului de confuzie implică o anumită interdependență între factorii care sunt luați în considerare" [43]. Corelarea și evaluarea comparativă a acestor factori diferiți și în special a similitudinii mărcilor și a celei a produselor sau a serviciilor desemnate trebuie să fie efectuată din punctul de vedere al publicului vizat. Însăși recunoașterea de către Curte a existenței unei interdependențe între diferiții factori în cauză vizează asigurarea unei conformități cât mai stricte posibil a întregii aprecieri cu privire la riscul de confuzie cu percepția efectivă a publicului menționat.

42. Printre factorii care trebuie luați în considerare în cadrul aprecierii riscului de confuzie, Curtea a inclus și caracterul distinctiv, inițial sau dobândit, al mărcii a cărei protecție se solicită [44].

43. Caracterul distinctiv mai accentuat sau mai slab al mărcii trebuie de asemenea să fie apreciat în raport cu percepția publicului vizat și în lumina tuturor împrejurărilor speței [45]. În plus, aceasta trebuie să fie stabilită cu luarea în considerare a tuturor componentelor mărcii. Eliminarea dintr-o astfel de apreciere a unuia dintre elementele unei mărci complexe sau acordarea unei ponderi diferite de cea

40 Chiar aceasta este situația în împrejurările din procedura principală, în care numai elementul verbal este acoperit de declarația de renunțare, iar nu stilizarea specială a acestui element.

41 A se vedea printre altele Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 18).

42 A se vedea printre altele Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctul 23).

43 A se vedea Hotărârea din 29 septembrie 1998, Canon (C-39/97, EU:C:1998:442, punctul 17), și Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 19).

44 A se vedea printre altele Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL (C-251/95, EU:C:1997:528, punctele 22 și 24), și Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 20 și următoarele).

45 În Hotărârea din 22 iunie 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer (C-342/97, EU:C:1999:323, punctul 23), Curtea a precizat că, pentru a stabili caracterul distinctiv al unei mărci, „trebuie luate în considerare în special calitățile [sale] intrinseci […], inclusiv faptul că aceasta este sau nu este lipsită de orice element descriptiv pentru produsele sau serviciile pentru care a fost înregistrată, cota de piață deținută de marcă, intensitatea, întinderea geografică și durata utilizării acestei mărci, importanța investițiilor efectuate de întreprindere pentru a o promova, proporția mediilor interesate care, datorită mărcii, identifică produsul ca provenind de la o întreprindere determinată, precum și declarațiile camerelor de comerț și de industrie sau ale altor asociații profesionale". Aceleași criterii sunt enumerate în Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230, punctul 51), în ceea ce privește dobândirea caracterului distinctiv al unei denumiri geografice ca urmare a utilizării date acesteia în sensul articolului 3 alineatul (3) din Directiva 89/104 (cu privire la caracterul concret necesar al aprecierii caracterului distinctiv al mărcii, a se vedea de asemenea punctul 52 din hotărârea menționată).

pe care acesta o are în mod concret poate afecta aprecierea de ansamblu a caracterului distinctiv al mărcii. Un astfel de caracter distinctiv depinde de capacitatea semnului de a transmite un mesaj pe care publicul să îl poată pune în relație cu produsele sau cu serviciile desemnate. În cazul în care un astfel de mesaj este transmis în principal de elementele în mai mare măsură distinctive și dominante ale mărcii, capacitatea acesteia de a identifica originea produselor sau a serviciilor în cauză trebuie să fie apreciată în raport cu semnul în ansamblul său și, prin urmare, în lumina tuturor componentelor acestuia.

44. Este de asemenea necesar să arătăm că, în aprecierea riscului de confuzie, caracterul distinctiv al mărcii a cărei protecție se solicită trebuie să fie evaluat la o dată relevantă ulterioară celei a cererii de înregistrare [46].

45. Or, nu este exclus ca elementul unei mărci complexe care, la momentul înregistrării, era lipsit de caracter distinctiv, întrucât era descriptiv, să fi dobândit caracter distinctiv în timp, de exemplu ca urmare a utilizării date mărcii, în special atunci când este vorba despre un element care nu prezintă o importanță secundară în cadrul acesteia, sau chiar să domine impresia de ansamblu produsă de marcă în rândul publicului vizat.

46. Circumstanțele din procedura principală reprezintă o ilustrare clară a celor arătate mai sus. Potrivit celor reieșite în ședință [47], între înregistrarea mărcii anterioare și aprecierea riscului de confuzie între acea marcă și marca solicitată, PRV și-a modificat practica în ceea ce privește înregistrarea indicațiilor privind originea geografică, aliniind-o la criteriile – conforme în mai mare măsură cu regulile privind percepția [48] – stabilite de Curte în Hotărârea din 4 mai 1999, Windsurfing Chiemsee (C-108/97 și C-109/97, EU:C:1999:230), astfel încât elementul mărcii anterioare acoperit de o declarație de renunțare nu ar mai fi, potrivit noii practici, considerat ca fiind lipsit de caracter distinctiv.

47. Excluderea din evaluarea gradului caracterului distinctiv al mărcii, care trebuie efectuată în cadrul aprecierii riscului de confuzie, a unuia dintre elementele sale doar pentru motivul că, pe baza examinării efectuate la momentul înregistrării, acest element a fost considerat ca fiind, în sine, lipsit de caracter distinctiv, astfel încât s-a solicitat includerea unei declarații de renunțare, nu ar permite să se țină seama de eventuala evoluție care putea avea loc în percepția mărcii între momentul înregistrării și data relevantă pentru aprecierea riscului de confuzie, nici de orice alt factor ulterior înregistrării care ar putea influența această apreciere.

46 În Hotărârea din 27 aprilie 2006, Levi Strauss (C-145/05, EU:C:2006:264, punctul 20), în ceea ce privește articolul 5 alineatul (1) din Directiva 89/104, Curtea a precizat că, „[p]entru a stabili întinderea protecției unei mărci legal dobândite în funcție de caracterul său distinctiv, instanța trebuie să țină seama de percepția publicului vizat în momentul în care semnul a cărui utilizare aduce atingere mărcii a început să fie utilizat”. În cazul în care examinarea are loc, precum în procedura principală, în scopul înregistrării semnului ulterior, ar trebui să fie relevantă data depunerii cererii de înregistrare a semnului respectiv.

47 A se vedea nota de subsol 8 de mai sus.

48 Potrivit principiilor stabilite de Curte în această hotărâre, caracterul mai mult sau mai puțin distinctiv al semnelor care conțin indicații privind originea geografică depinde de legătura care se creează în percepția publicului între renumele sau caracteristicile produselor sau serviciilor desemnate de marcă și teritoriul la care aceasta face trimitere și, prin urmare, este apreciat în raport strict cu percepția consumatorului acestor produse sau servicii.

48. Acest fapt nu numai că nu ar permite o evaluare a caracterului distinctiv al mărcii în ceea ce privește actualitatea, efectivitatea și caracterul concret necesare în vederea examinării riscului de confuzie, ci ar putea, dată fiind interdependența dintre diferiții factori luați în considerare [49], să conducă la o apreciere eronată a acestui risc.

49. Prin urmare, considerăm – în concordanță cu cele deja arătate cu privire la aprecierea similitudinii dintre semnele în conflict – că existența unei declarații de renunțare cu privire la unul dintre elementele mărcii a cărei protecție se solicită nu ar trebui să influențeze nici stabilirea gradului caracterului distinctiv al mărcii respective, nici ponderarea și evaluarea interdependenței dintre diferiții factori luați în considerare în aprecierea finală a riscului de confuzie.

50. În termeni mai generali, existența unei declarații de renunțare, precum cea în discuție în procedura principală, nu trebuie, în opinia noastră, să conducă la modificarea regulilor de apreciere a riscului de confuzie, armonizate la nivelul Uniunii. În special, simplul fapt că o componentă a unei mărci complexe a cărei protecție se solicită este acoperită de o declarație de renunțare nu justifică excluderea automată a componentei respective din această apreciere și nici aprecierea rolului pe care îl joacă această componentă în stabilirea impresiei de ansamblu produse de marcă sau a caracterului său distinctiv într-un mod care nu este conform cu percepția publicului. Nicio cerință cu privire la disponibilitate nu justifică, în opinia noastră, o modificare a acestor reguli, care ar putea conduce la înregistrarea unor semne de natură să genereze un risc de confuzie. Interesul operatorilor economici de a utiliza în mod liber indicații sau semne descriptive pentru produsele sau serviciile pe care le comercializează este suficient protejat în primul rând prin dispozițiile Directivei 2008/95 referitoare la motivele absolute de refuz și prin cele care limitează efectele mărcii, amintite mai sus [50], în al doilea rând prin faptul că drepturile conferite de articolul 5 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95 nu permit titularului unei mărci complexe să solicite protecție doar pentru una dintre componentele mărcii și, în sfârșit, chiar prin regulile care guvernează aprecierea riscului de confuzie, potrivit cărora acesta din urmă trebuie să fie stabilit cu luarea în considerare în special a componentelor distinctive și dominante ale semnelor în conflict și a caracterului distinctiv al mărcii a cărei protecție se solicită.

Concluzie

51. Având în vedere ansamblul considerațiilor care precedă, propunem Curții să răspundă după cum urmează la întrebările adresate de Svea hovrätt (Curtea de Apel din Stockholm, Suedia):

„Articolul 4 alineatul (1) litera (b) din Directiva 2008/95 trebuie interpretat în sensul că existența unei declarații de renunțare (disclaimer) precum cea în discuție în procedura principală, având ca obiect unul dintre elementele care compun marca anterioară, nu influențează aprecierea riscului de confuzie între marca respectivă și un semn ulterior a cărui înregistrare ca marcă se solicită.”

49 Întrucât este un factor al aprecierii riscului de confuzie, caracterul distinctiv al mărcii trebuie să fie pus în relație cu toți ceilalți factori relevanți, în scopul de a conferi acestei aprecieri cel mai puternic caracter concret posibil. Astfel cum a statuat deja Curtea cu mai multe ocazii, caracterul distinctiv al mărcii pentru care se solicită protecție constituie unul dintre diversele elemente care intervin cu ocazia aprecierii globale a existenței unui risc de confuzie (a se vedea în special Ordonanța din 29 noiembrie 2012, Hrbek/OAPI, C-42/12 P, nepublicată, EU:C:2012:765, punctul 61, și Ordonanța din 2 octombrie 2014, Przedsiębiorstwo Handlowe Medox Lepiarz/OAPI, C-91/14 P, nepublicată, EU:C:2014:2261, punctul 22; C-43/15 P, punctul 61) și, deși este adevărat că riscul de confuzie este cu atât mai mare cu cât caracterul distinctiv al mărcii anterioare se dovedește mai important, acest risc nu este însă exclus atunci când caracterul distinctiv al mărcii anterioare este slab (a se vedea în special Ordonanța din 19 noiembrie 2015, Fetim/OAPI, C-190/15 P, nepublicată, EU:C:2015:778, punctul 40 și jurisprudența citată, C-43/15 P, punctul 62), în special din cauza unei similitudini între semnele și produsele sau serviciile avute în vedere (a se vedea în special Ordonanța din 2 octombrie 2014, Przedsiębiorstwo Handlowe Medox Lepiarz/OAPI, C-91/14 P, nepublicată, EU:C:2014:2261, punctul 24 și jurisprudența citată, precum și Ordonanța din 7 mai 2015, Adler Modemärkte/OAPI, C-343/14 P, nepublicată, EU:C:2015:310, punctul 59; C-43/15 P, punctul 63).

50 A se vedea punctul 26 din prezentele concluzii.