Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (cinquième chambre)

5 septembre 2019 *

« Renvoi préjudiciel – Marque de l'Union européenne – Règlement (CE) nº 207/2009 – Article 97, paragraphe 5 – Compétence judiciaire – Action en contrefaçon – Compétence des juridictions de l'État membre sur le territoire duquel "le fait de contrefaçon a été commis" – Publicités et offres à la vente affichées sur un site Internet et sur des plateformes de médias sociaux »

Dans l'affaire C-172/18,

ayant pour objet une demande de décision préjudicielle au titre de l'article 267 TFUE, introduite par la Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) [Cour d'appel (Angleterre et pays de Galles) (division civile), Royaume-Uni], par décision du 12 février 2018, parvenue à la Cour le 5 mars 2018, dans la procédure

AMS Neve Ltd,

Barnett Waddingham Trustees,

Mark Crabtree

contre

Heritage Audio SL,

Pedro Rodríguez Arribas,

LA COUR (cinquième chambre),

composée de M. E. Regan, président de chambre, MM. C. Lycourgos, E. Juhász, M. Ilešič (rapporteur) et I. Jarukaitis, juges,

avocat général : M. M. Szpunar,

greffier : M^me^ L. Carrasco Marco, administrateur,

vu la procédure écrite et à la suite de l'audience du 17 janvier 2019,

considérant les observations présentées :

– pour AMS Neve Ltd, Barnett Waddingham Trustees et M. Crabtree, par M^me^ M. McGuirk et M. E. Cronan, solicitors, ainsi que par M. J. Moss, barrister,

* Langue de procédure : l'anglais.

– pour Heritage Audio SL et M. Rodríguez Arribas, par MM. A. Stone et R. Crozier, solicitors, ainsi que par M^me^ J. Reid, barrister,

– pour le gouvernement allemand, initialement par MM. T. Henze, M. Hellmann et J. Techert, puis par MM. M. Hellmann et J. Techert, en qualité d'agents,

– pour la Commission européenne, par M^me^ J. Samnadda ainsi que par MM. É. Gippini Fournier et M. Wilderspin, en qualité d'agents,

ayant entendu l'avocat général en ses conclusions à l'audience du 28 mars 2019,

rend le présent

Arrêt

1 La demande de décision préjudicielle porte sur l'interprétation de l'article 97, paragraphe 5, du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque [de l'Union européenne] (JO 2009, L 78, p. 1).

2 Cette demande a été présentée dans le cadre d'un litige opposant AMS Neve Ltd, Barnett Waddingham Trustees (ci-après « BW Trustees ») et M. Mark Crabtree à Heritage Audio SL et M. Pedro Rodríguez Arribas au sujet d'une action en contrefaçon en raison de la prétendue violation de droits conférés, notamment, par une marque de l'Union européenne.

Le cadre juridique

3 Le règlement n° 207/2009, qui avait abrogé et remplacé le règlement (CE) n° 40/94 du Conseil, du 20 décembre 1993, sur la marque communautaire (JO 1994, L 11, p. 1), a été modifié par le règlement (UE) 2015/2424 du Parlement européen et du Conseil, du 16 décembre 2015 (JO 2015, L 341, p. 21), qui est entré en vigueur le 23 mars 2016. Il a, par la suite, été abrogé et remplacé, avec effet au 1^er^ octobre 2017, par le règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil, du 14 juin 2017, sur la marque de l'Union européenne (JO 2017, L 154, p. 1). Toutefois, compte tenu de la date de l'introduction de l'action en contrefaçon en cause dans l'affaire au principal, le présent renvoi préjudiciel est examiné au regard du règlement n° 207/2009, dans sa version initiale.

4 Aux termes du considérant 17 du règlement n° 207/2009 :

« Il convient d'éviter que des jugements contradictoires soient rendus à la suite d'actions dans lesquelles sont impliquées les mêmes parties et qui sont formées pour les mêmes faits sur la base d'une marque [de l'Union européenne] et de marques nationales parallèles. [...] »

5 L'article 9, paragraphes 1 et 2, de ce règlement disposait :

« 1. La marque [de l'Union européenne] confère à son titulaire un droit exclusif. Le titulaire est habilité à interdire à tout tiers, en l'absence de son consentement, de faire usage dans la vie des affaires :

a) d'un signe identique à la marque [de l'Union européenne] pour des produits ou des services identiques à ceux pour lesquels celle-ci est enregistrée ;

b) d'un signe pour lequel, en raison de son identité ou de sa similitude avec la marque [de l'Union européenne] et en raison de l'identité ou de la similitude des produits ou des services couverts par la marque [de l'Union européenne] et le signe, il existe un risque de confusion dans l'esprit du public ; le risque de confusion comprend le risque d'association entre le signe et la marque ;

[...]

2. Il peut notamment être interdit, si les conditions énoncées au paragraphe 1 sont remplies :

[...]

b) d'offrir les produits, de les mettre dans le commerce [...] sous le signe ;

[...]

d) d'utiliser le signe dans [...] la publicité. »

6 L'article 94 du règlement nº 207/2009 énonçait :

« 1. À moins que le présent règlement n'en dispose autrement, les dispositions du règlement (CE) nº 44/2001 [du Conseil, du 22 décembre 2000, concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale (JO 2001, L 12, p. 1),] sont applicables aux procédures concernant les marques [de l'Union européenne] et les demandes de marque [de l'Union européenne] ainsi qu'aux procédures concernant les actions simultanées ou successives menées sur la base de marques [de l'Union européenne] et de marques nationales.

2. En ce qui concerne les procédures résultant des actions et demandes visées à l'article 96 :

a) l'article 2, l'article 4, l'article 5, points 1, 3, 4 et 5, et l'article 31 du règlement (CE) nº 44/2001 ne sont pas applicables ;

[...] »

7 Aux termes de l'article 95, paragraphe 1, de ce règlement :

« Les États membres désignent sur leurs territoires un nombre aussi limité que possible de juridictions nationales de première et de deuxième instance, ci-après dénommées "tribunaux des marques [de l'Union européenne]", chargées de remplir les fonctions qui leur sont attribuées par le présent règlement. »

8 L'article 96 dudit règlement disposait :

« Les tribunaux des marques [de l'Union européenne] ont compétence exclusive :

a) pour toutes les actions en contrefaçon et – si la loi nationale les admet – en menace de contrefaçon d'une marque [de l'Union européenne] ;

[...] »

9 L'article 97 du même règlement énonçait :

« 1. Sous réserve des dispositions du présent règlement ainsi que des dispositions du règlement (CE) nº 44/2001 applicables en vertu de l'article 94, les procédures résultant des actions et demandes visées à l'article 96 sont portées devant les tribunaux de l'État membre sur le territoire duquel le défendeur a son domicile ou, si celui-ci n'est pas domicilié dans l'un des États membres, de l'État membre sur le territoire duquel il a un établissement.

[...]

5. Les procédures résultant des actions et demandes visées à l'article 96, à l'exception des actions en déclaration de non-contrefaçon d'une marque [de l'Union européenne], peuvent également être portées devant les tribunaux de l'État membre sur le territoire duquel le fait de contrefaçon a été commis ou menace d'être commis [...] »

10 Aux termes de l'article 98 du règlement nº 207/2009 :

« 1. Un tribunal des marques [de l'Union européenne] dont la compétence est fondée sur l'article 97, paragraphes 1 à 4, est compétent pour statuer sur :

a) les faits de contrefaçon commis ou menaçant d'être commis sur le territoire de tout État membre ;

[...]

2. Un tribunal des marques [de l'Union européenne] dont la compétence est fondée sur l'article 97, paragraphe 5, est compétent uniquement pour statuer sur les faits commis ou menaçant d'être commis sur le territoire de l'État membre dans lequel est situé ce tribunal. »

11 L'article 109, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 disposait :

« Lorsque des actions en contrefaçon sont formées pour les mêmes faits entre les mêmes parties devant des juridictions d'États membres différents saisies l'une sur la base d'une marque [de l'Union européenne] et l'autre sur la base d'une marque nationale :

a) la juridiction saisie en second lieu doit, même d'office, se dessaisir en faveur de la juridiction première saisie lorsque les marques en cause sont identiques et valables pour des produits ou services identiques. La juridiction qui devrait se dessaisir peut surseoir à statuer si la compétence de l'autre juridiction est contestée ;

b) la juridiction saisie en second lieu peut surseoir à statuer lorsque les marques en cause sont identiques et valables pour des produits ou services similaires ainsi que lorsque les marques en cause sont similaires et valables pour des produits ou services identiques ou similaires. »

12 Le libellé des articles 9, 94 à 98 et 109 du règlement nº 207/2009 a, pour l'essentiel, été repris aux articles 9, 122 à 126 et 136 du règlement 2017/1001. L'article 125, paragraphe 5, du règlement 2017/1001 correspond à l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 et à l'article 93, paragraphe 5, du règlement nº 40/94.

13 Le règlement nº 44/2001, auquel se réfèrent les articles 94 et 97 du règlement nº 207/2009, a été remplacé par le règlement (UE) nº 1215/2012 du Parlement européen et du Conseil, du 12 décembre 2012, concernant la compétence judiciaire, la reconnaissance et l'exécution des décisions en matière civile et commerciale (JO 2012, L 351, p. 1). Aux termes de l'article 66, paragraphe 1, de ce dernier

règlement, celui-ci « n'est applicable qu'aux actions judiciaires intentées, aux actes authentiques dressés ou enregistrés formellement et aux transactions judiciaires approuvées ou conclues à compter du 10 janvier 2015 ».

Le litige au principal et la question préjudicielle

14 AMS Neve est une société établie au Royaume-Uni qui fabrique et commercialise des équipements audiophoniques. BW Trustees, également établie au Royaume-Uni, est le fiduciaire du régime de retraite des dirigeants d'AMS Neve. M. Crabtree est un administrateur d'AMS Neve.

15 Heritage Audio est une société établie en Espagne qui commercialise des équipements audiophoniques. M. Rodríguez Arribas, domicilié en Espagne, est l'administrateur unique d'Heritage Audio.

16 Le 15 octobre 2015, AMS Neve, BW Trustees et M. Crabtree ont formé contre Heritage Audio et M. Rodríguez Arribas, devant l'Intellectual Property and Enterprise Court (tribunal de la propriété intellectuelle et de l'entreprise, Royaume-Uni), une action en contrefaçon d'une marque de l'Union européenne dont BW Trustees et M. Crabtree sont les titulaires et pour l'utilisation de laquelle AMS Neve détient une licence exclusive.

17 Leur action porte, en outre, sur la contrefaçon alléguée de deux marques enregistrées au Royaume-Uni dont BW Trustees et M. Crabtree sont également les titulaires.

18 La marque de l'Union européenne invoquée est constituée par le chiffre 1073 et a été enregistrée pour des produits relevant de la classe 9 au sens de l'arrangement de Nice concernant la classification internationale des produits et des services aux fins de l'enregistrement des marques, du 15 juin 1957, tel que révisé et modifié. Les produits visés correspondent notamment à la description suivante : « équipements d'enregistrement, de mixage et de traitement de son en studio ».

19 Il est reproché aux défendeurs au principal d'avoir offert à la vente à des consommateurs au Royaume-Uni des imitations de produits d'AMS Neve revêtus d'un signe identique ou similaire à ladite marque de l'Union européenne et auxdites marques nationales ou se référant à ce signe, et d'avoir fait de la publicité pour ces produits.

20 Les requérants au principal ont produit des documents à l'appui de leur action, dont notamment les contenus du site Internet d'Heritage Audio et des comptes Facebook et Twitter de celle-ci, une facture émise par Heritage Audio à un particulier résidant au Royaume-Uni ainsi qu'un échange de courriels entre Heritage Audio et une personne établie au Royaume-Uni concernant d'éventuelles livraisons d'équipements audiophoniques.

21 Les requérants au principal ont notamment fourni des impressions d'écran provenant de ce site Internet sur lesquelles apparaîtraient des offres à la vente d'équipements audiophoniques revêtus d'un signe identique ou similaire à ladite marque de l'Union européenne. Ils ont souligné le fait que ces offres sont rédigées en langue anglaise et qu'une rubrique intitulée « *where to buy* » (« où acheter ») énumère des distributeurs établis dans différents pays, y compris au Royaume-Uni. Par ailleurs, il ressortirait des conditions générales de vente qu'Heritage Audio accepte des commandes en provenance de tout État membre de l'Union européenne.

22 Les défendeurs au principal ont soulevé une exception d'incompétence de la juridiction saisie.

23 Tout en n'excluant pas que les produits d'Heritage Audio puissent avoir été achetés, au Royaume-Uni, par l'intermédiaire d'autres sociétés, ils affirment qu'ils n'ont, eux-mêmes, ni fait de la publicité au Royaume-Uni ni réalisé des ventes dans cet État membre. Ils font par ailleurs valoir qu'ils n'ont jamais désigné de distributeur pour le Royaume-Uni. Enfin, ils soutiennent que les contenus affichés sur le site

Internet d'Heritage Audio et sur les plateformes auxquels se réfèrent les requérants au principal étaient, déjà au cours de la période visée par l'action en contrefaçon, obsolètes et ne devaient, de ce fait, pas être pris en compte.

24 Par jugement du 18 octobre 2016, l'Intellectual Property and Enterprise Court (tribunal de la propriété intellectuelle et de l'entreprise) a constaté qu'elle n'avait pas compétence pour connaître de cette action en contrefaçon, en tant que celle-ci est fondée sur la marque de l'Union européenne en cause.

25 Elle relève que les requérants au principal ont fourni des indices susceptibles de démontrer que le site Internet d'Heritage Audio visait notamment le Royaume-Uni. Elle estime, par ailleurs, que les faits du litige lui permettent de constater que M. Rodríguez Arribas est solidairement responsable des agissements d'Heritage Audio et que les juridictions du Royaume-Uni sont compétentes pour en connaître, dans la mesure où ce litige porte sur la protection des droits nationaux de propriété intellectuelle.

26 L'Intellectual Property and Enterprise Court (tribunal de la propriété intellectuelle et de l'entreprise) considère en revanche que ledit litige, en tant qu'il porte sur la contrefaçon de la marque de l'Union européenne, relève, conformément à l'article 97, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, de la compétence des tribunaux de l'État membre sur le territoire duquel le défendeur à son domicile, en l'occurrence le Royaume d'Espagne. Cette juridiction précise que la compétence des juridictions espagnoles découle également du paragraphe 5 de cet article 97, en vertu duquel les actions en contrefaçon peuvent aussi être portées devant les tribunaux de l'État membre sur le territoire duquel le fait de contrefaçon a été commis.

27 À ce dernier égard, l'Intellectual Property and Enterprise Court (tribunal de la propriété intellectuelle et de l'entreprise) considère que la juridiction territorialement compétente pour connaître d'une action intentée par le titulaire d'une marque dirigée contre un tiers ayant fait usage de signes identiques ou similaires à cette marque dans des publicités et des offres à la vente sur un site Internet ou sur des plateformes de médias sociaux est celle du ressort du lieu où le tiers a pris la décision de faire ces publicités et d'offrir à la vente ces produits sur ce site ou sur ces plateformes et a pris les modalités de mise en œuvre de cette décision.

28 Les requérants au principal ont interjeté appel de ce jugement devant la Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) [Cour d'appel (Angleterre et pays de Galles) (division civile), Royaume-Uni].

29 La juridiction de renvoi estime que la juridiction de première instance, tout en ayant mentionné dans son jugement certains arrêts de la Cour, tels que ceux du 19 avril 2012, Wintersteiger (C-523/10, EU:C:2012:220), et du 5 juin 2014, Coty Germany (C-360/12, EU:C:2014:1318), a fait une interprétation erronée de ces arrêts et de la jurisprudence de la Cour en général.

30 La juridiction de renvoi est d'avis qu'une telle interprétation conduirait, en substance, à considérer que « l'État membre sur le territoire duquel le fait de contrefaçon a été commis », au sens de l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009, est l'État membre sur le territoire duquel le défendeur a organisé son site Internet et ses comptes de médias sociaux. Or, il résulterait du libellé, de la finalité et du contexte de cette disposition que le territoire de l'État membre visé à celle-ci est celui sur lequel résident les consommateurs ou les professionnels auxquels les publicités et les offres à la vente sont destinées.

31 La juridiction de renvoi ajoute que le Bundesgerichtshof (Cour fédérale de justice, Allemagne) a, dans son arrêt du 9 novembre 2017 dit « Parfummarken » (I ZR 164/16), jugé que l'interprétation des termes « loi du pays dans lequel il a été porté atteinte à ce droit », figurant à l'article 8, paragraphe 2, du règlement (CE) nº 864/2007 du Parlement européen et du Conseil, du 11 juillet 2007, sur la loi applicable aux obligations non contractuelles (« Rome II ») (JO 2007, L 199, p. 40), effectuée dans

l'arrêt du 27 septembre 2017, Nintendo (C-24/16 et C-25/16, EU:C:2017:724), est transposable à l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009. Or, la juridiction de renvoi nourrit des doutes sur cette appréciation de ladite juridiction allemande.

32 Dans ces circonstances, la Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) [Cour d'appel (Angleterre et pays de Galles) (division civile)] a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour la question préjudicielle suivante, en précisant dans sa décision que cette question porte sur l'interprétation de l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 :

« Lorsqu'une entreprise, établie et ayant son siège social sur le territoire d'un État membre A, a pris des mesures dans ce territoire pour faire de la publicité et offrir à la vente des produits revêtus d'un signe identique à une marque de l'Union européenne au moyen d'un site Internet visant à la fois des professionnels et des consommateurs d'un État membre B :

i) un tribunal des marques de l'Union européenne de l'État membre B a-t-il compétence pour statuer sur une action en contrefaçon de la marque de l'Union européenne en raison de cette publicité et de cette offre de vente des produits effectuées sur le territoire de l'État membre B ;

ii) dans la négative, quels autres critères doivent être pris en compte par ce tribunal des marques de l'Union européenne pour déterminer s'il a compétence pour statuer sur une telle action ;

iii) dans la mesure où la réponse au point ii) ci-dessus requiert que ce tribunal des marques de l'Union européenne détermine si l'entreprise a pris des mesures actives dans l'État membre B, quels critères doivent être pris en compte pour déterminer si cette entreprise a pris de telles mesures ? »

Sur la question préjudicielle

33 Par sa question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 doit être interprété en ce sens que le titulaire d'une marque de l'Union européenne, qui s'estime lésé par l'usage sans son consentement, par un tiers, d'un signe identique à cette marque dans des publicités et des offres à la vente affichées par la voie électronique pour des produits identiques ou similaires à ceux pour lesquels ladite marque est enregistrée, peut introduire une action en contrefaçon contre ce tiers devant un tribunal des marques de l'Union européenne de l'État membre sur le territoire duquel se trouvent des consommateurs et des professionnels visés par ces publicités ou ces offres à la vente, nonobstant le fait que ledit tiers a pris les décisions et les mesures en vue de cet affichage électronique dans un autre État membre.

34 Il y a lieu, tout d'abord, de rappeler que, nonobstant le principe de l'application du règlement nº 44/2001 – et, à partir du 10 janvier 2015, du règlement nº 1215/2012 – aux actions en justice portant sur une marque de l'Union européenne, l'article 94, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009 exclut, en ce qui concerne notamment les actions en contrefaçon d'une telle marque, l'application de certaines dispositions du règlement nº 44/2001, telle que celle des règles contenues aux articles 2 et 4 ainsi qu'à l'article 5, point 3, de ce dernier. En raison de cette exclusion, la compétence des tribunaux des marques de l'Union européenne visés à l'article 95, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 pour connaître des actions en contrefaçon d'une marque de l'Union européenne résulte des règles prévues directement par le règlement nº 207/2009, lesquelles ont le caractère d'une lex specialis par rapport aux règles énoncées par le règlement nº 44/2001 (arrêts du 5 juin 2014, Coty Germany, C-360/12, EU:C:2014:1318, points 26 et 27, ainsi que du 18 mai 2017, Hummel Holding, C-617/15, EU:C:2017:390, point 26).

35 En revanche, pour ce qui concerne les marques nationales, la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil, du 22 octobre 2008, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 2008, L 299, p. 25), n'a pas instauré de règles spécifiques en matière de compétence juridictionnelle. Il en va de même de la directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil, du 16 décembre 2015, rapprochant les législations des États membres sur les marques (JO 2015, L 336, p. 1), qui a abrogé et remplacé, avec effet au 15 janvier 2019, la directive 2008/95.

36 Par conséquent, une action en contrefaçon telle que celle intentée par les requérants au principal le 15 octobre 2015 relève, en tant qu'elle porte sur des marques nationales, des règles de compétence juridictionnelle énoncées par le règlement nº 1215/2012 et, en tant qu'elle porte sur une marque de l'Union européenne, des règles de compétence juridictionnelle énoncées par le règlement nº 207/2009.

37 En vertu de l'article 97, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, lorsque le défendeur a son domicile dans un État membre, le requérant porte son action devant les tribunaux de celui-ci.

38 Cela étant, le paragraphe 5 de cet article énonce que le requérant peut « également » porter son action devant les tribunaux de l'État membre « sur le territoire duquel le fait de contrefaçon a été commis ou menace d'être commis ».

39 L'article 98 de ce règlement précise, à son paragraphe 1, que, lorsqu'un tribunal des marques de l'Union européenne est saisi sur le fondement de l'article 97, paragraphe 1, dudit règlement, il dispose de la compétence pour statuer sur les faits de contrefaçon commis ou menaçant d'être commis sur le territoire de tout État membre et, à son paragraphe 2, que, lorsqu'un tel tribunal est saisi sur le fondement de l'article 97, paragraphe 5, du même règlement, il ne peut statuer que sur les faits commis ou menaçant d'être commis sur le territoire de l'État membre dont il relève.

40 Il résulte de cette distinction que le requérant, selon qu'il choisit de porter l'action en contrefaçon devant le tribunal des marques de l'Union européenne du domicile du défendeur ou devant celui du territoire sur lequel le fait de contrefaçon a été commis ou menace d'être commis, détermine l'étendue du champ de compétence territorial du tribunal saisi. En effet, lorsque l'action en contrefaçon est fondée sur le paragraphe 1 de cet article 97, elle vise potentiellement les faits de contrefaçon commis sur l'ensemble du territoire de l'Union, alors que, lorsqu'elle est fondée sur le paragraphe 5 dudit article, elle est limitée aux faits de contrefaçon commis ou menaçant d'être commis sur le territoire d'un seul État membre, à savoir celui dont relève le tribunal saisi.

41 La faculté conférée au requérant de choisir l'un ou l'autre fondement, qui résulte de l'emploi du terme « également » figurant à l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009, ne saurait être comprise en ce sens que le requérant peut, par rapport aux mêmes faits de contrefaçon, cumuler des actions fondées sur les paragraphes 1 et 5 de cet article, mais exprime seulement, ainsi que l'a relevé M. l'avocat général au point 31 de ses conclusions, le caractère alternatif du for indiqué audit paragraphe 5, par rapport aux fors indiqués aux autres paragraphes dudit article.

42 En prévoyant un tel for alternatif et en délimitant, à l'article 98, paragraphe 2, du règlement nº 207/2009, la compétence territoriale attachée à ce for, le législateur de l'Union permet au titulaire de la marque de l'Union européenne d'intenter, s'il le souhaite, des actions ciblées dont chacune porte sur les faits de contrefaçon commis sur le territoire d'un seul État membre. Ainsi que la Cour l'a déjà relevé, lorsque plusieurs actions en contrefaçon entre les mêmes parties sont relatives à l'utilisation du même signe, mais ne portent pas sur le même territoire, elles n'ont pas le même objet et ne relèvent dès lors pas des règles de litispendance (voir, en ce sens, arrêt du 19 octobre 2017, Merck, C-231/16, EU:C:2017:771, point 42). Ainsi, les juridictions de différents États membres saisies dans de telles circonstances ne peuvent prononcer des « jugements contradictoires », au sens du considérant 17 du règlement nº 207/2009, dès lors que les actions que le requérant a intentées portent sur des territoires distincts.

43 C'est à la lumière de ces éléments qu'il convient de répondre aux interrogations de la juridiction de renvoi quant à la portée des termes « territoire [de l'État membre où] le fait de contrefaçon a été commis », figurant à l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009.

44 Saisie d'une demande d'interprétation de l'article 93, paragraphe 5, du règlement nº 40/94, la Cour a relevé que le critère de compétence juridictionnelle exprimé par ces termes se rapporte à un comportement actif de l'auteur de la contrefaçon alléguée (arrêt du 5 juin 2014, Coty Germany, C-360/12, EU:C:2014:1318, point 34).

45 La Cour en a déduit que, dans le cas d'une vente et d'une livraison d'un produit contrefait opérées sur le territoire d'un État membre, suivies d'une revente par l'acquéreur dans un autre État membre sur le territoire duquel le vendeur initial n'a pas lui-même agi, ce critère ne permet pas d'établir la compétence juridictionnelle du tribunal des marques de l'Union européenne de ce dernier État membre pour connaître d'une action en contrefaçon dirigée contre le vendeur initial. Une telle compétence juridictionnelle serait fondée sur un effet de la contrefaçon commise par ce vendeur initial et non sur l'acte illicite allégué commis par celui-ci, ce qui irait à l'encontre des termes « territoire [de l'État membre où] le fait de contrefaçon a été commis » (voir, en ce sens, arrêt du 5 juin 2014, Coty Germany, C-360/12, EU:C:2014:1318, points 34, 37 et 38).

46 Conformément à cette jurisprudence et aux éléments rappelés aux points 40 à 42 du présent arrêt, un tribunal des marques de l'Union européenne saisi d'une action en contrefaçon sur le fondement de l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 doit, lorsqu'il est amené à contrôler sa compétence juridictionnelle pour statuer sur l'existence d'une contrefaçon sur le territoire de l'État membre dont il relève, s'assurer que les actes reprochés au défendeur ont été commis sur ce territoire.

47 Lorsque les actes reprochés au défendeur consistent en des publicités et en des offres à la vente affichées par la voie électronique pour des produits revêtus d'un signe identique ou similaire à une marque de l'Union européenne sans le consentement du titulaire de cette marque, il importe, ainsi que cela découle du point 63 de l'arrêt du 12 juillet 2011, L'Oréal e.a. (C-324/09, EU:C:2011:474), de considérer que ces actes, qui relèvent de l'article 9, paragraphe 2, sous b) et d), du règlement nº 207/2009, ont été commis sur le territoire où se trouvent les consommateurs ou les professionnels auxquels ces publicités et ces offres à la vente sont destinées, nonobstant le fait que le défendeur est établi sur un autre territoire, que le serveur du réseau électronique qu'il utilise se trouve sur un autre territoire, ou encore que les produits faisant l'objet desdites publicités et offres se situent dans un autre territoire.

48 En effet, ainsi qu'il ressort du même point dudit arrêt, il doit être évité que le tiers qui dirige des publicités et des offres à la vente vers les consommateurs de l'Union en utilisant un signe identique ou similaire à une marque de l'Union européenne pour des produits identiques ou similaires à ceux pour lesquels cette marque est enregistrée puisse échapper à l'application de l'article 9 du règlement nº 207/2009 et ainsi porter atteinte à l'effet utile de celui-ci en invoquant le fait que ces publicités et ces offres ont été mises en ligne en dehors de l'Union.

49 De manière analogue, il doit être évité que le tiers qui a fait usage d'un signe identique ou similaire à une marque de l'Union européenne sans le consentement du titulaire de cette marque pour des produits identiques ou similaires à ceux pour lesquels cette dernière est enregistrée puisse s'opposer à l'application de l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 et ainsi porter atteinte à l'effet utile de cette disposition en invoquant le lieu de la mise en ligne de ses publicités et de ses offres aux fins d'exclure la compétence juridictionnelle de tout tribunal autre que celui de ce lieu et celui de son établissement.

50 Si les termes « territoire [de l'État membre où] le fait de contrefaçon a été commis », figurant à l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009, devaient être interprétés en ce sens qu'ils se rapportent à l'État membre sur le territoire duquel l'auteur desdits actes commerciaux a organisé son site Internet et a déclenché l'affichage de ses publicités et de ses offres à la vente, il suffirait aux contrefacteurs établis dans l'Union, opérant par la voie électronique et souhaitant empêcher les titulaires des marques de l'Union européenne contrefaites de disposer d'un for alternatif, de faire coïncider le territoire de la mise en ligne avec celui de leur établissement. De cette manière, ledit article 97, paragraphe 5, serait, dans le cas où les publicités et les offres sont destinées aux consommateurs d'autres États membres, privé de toute portée alternative à l'égard de la règle de compétence juridictionnelle énoncée au paragraphe 1 du même article.

51 Une interprétation des termes « territoire [de l'État membre où] le fait de contrefaçon a été commis » en ce sens que ceux-ci viseraient le lieu où le défendeur a pris les décisions et les mesures techniques de déclenchement de l'affichage sur Internet serait d'autant plus inappropriée que, dans de nombreux cas, il peut s'avérer excessivement difficile, voire impossible, pour le requérant de connaître ce lieu. En effet, contrairement aux situations dans lesquelles un litige est d'ores et déjà pendant, celle dans laquelle le titulaire de la marque de l'Union européenne se trouve avant l'introduction de l'action juridictionnelle est caractérisée par l'impossibilité de contraindre le défendeur de divulguer ledit lieu, aucun juge n'étant saisi à ce stade.

52 Afin de préserver l'effet utile du for alternatif prévu par le législateur de l'Union, il est nécessaire, conformément à la jurisprudence selon laquelle les termes d'une disposition du droit de l'Union qui ne comporte aucun renvoi exprès au droit des États membres pour déterminer son sens et sa portée doivent être interprétés en tenant compte du contexte de cette disposition et des objectifs poursuivis par la réglementation dont elle fait partie (voir, notamment, arrêts du 3 septembre 2014, Deckmyn et Vrijheidsfonds, C-201/13, EU:C:2014:2132, point 14, ainsi que du 18 mai 2017, Hummel Holding, C-617/15, EU:C:2017:390, point 22), de donner aux termes « territoire [de l'État membre où] le fait de contrefaçon a été commis » une interprétation qui soit cohérente avec les autres dispositions du règlement nº 207/2009 en matière de contrefaçon.

53 Parmi ces dispositions figure, en particulier, l'article 9 de ce règlement, qui énonce les faits de contrefaçon auxquels le titulaire d'une marque de l'Union européenne peut s'opposer.

54 Ainsi, l'expression « le fait de contrefaçon » doit être comprise comme se rapportant aux actes, visés à cet article 9, que le requérant reproche au défendeur, tels que, en l'occurrence, des actes visés au paragraphe 2, sous b) et d), dudit article, consistant en des publicités et en des offres à la vente sous un signe identique à la marque en cause, et ces actes doivent être considérés comme ayant été « commis » sur le territoire où ils ont acquis leur caractère publicitaire et d'offre à la vente, à savoir celui où le contenu commercial a effectivement été rendu accessible aux consommateurs et aux professionnels auxquels il était destiné. Le point de savoir si ces publicités et ces offres ont eu, par la suite, pour effet de provoquer l'achat des produits du défendeur est, en revanche, sans pertinence.

55 Sous réserve de vérification par la juridiction de renvoi, il ressort du dossier dont dispose la Cour et de la question posée que les requérants au principal visent, par l'action en contrefaçon portée devant cette juridiction, les publicités et les offres à la vente affichées par les défendeurs sur un site Internet et sur des plateformes de médias sociaux dans l'unique mesure où ces publicités et ces offres ont été destinées à des consommateurs et/ou à des professionnels au Royaume-Uni.

56 Ainsi, dans des circonstances telles que celles en cause au principal, s'il ressort des contenus du site Internet et des plateformes en cause présentés par les requérants au principal que les publicités et les offres à la vente qu'ils comportaient étaient destinées à des consommateurs ou à des professionnels situés au Royaume-Uni et étaient pleinement accessibles à ceux-ci, ce qu'il incombe à la juridiction de renvoi de vérifier en fonction, notamment, des précisions contenues sur ce site et ces plateformes quant aux zones géographiques de livraison des produits en cause (arrêt du 12 juillet 2011, L'Oréal

e.a., C-324/09, EU:C:2011:474, points 64 et 65), ces requérants disposent de la faculté d'introduire, sur le fondement de l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009, leur action en contrefaçon devant une juridiction du Royaume-Uni, aux fins de faire constater une atteinte à la marque de l'Union européenne dans cet État membre.

57 Cette interprétation est corroborée par le fait que les tribunaux des marques de l'Union européenne de l'État membre de résidence des consommateurs ou des professionnels auxquels s'adressent de telles publicités et de telles offres à la vente sont particulièrement aptes à évaluer si la contrefaçon alléguée existe. Aux points 28 et 29 de l'arrêt du 19 avril 2012, Wintersteiger (C-523/10, EU:C:2012:220), la Cour a déjà tenu compte de cet élément de proximité, en interprétant les termes « lieu où le fait dommageable s'est produit », figurant à l'article 5, point 3, du règlement nº 44/2001, en ce sens que le titulaire d'une marque nationale peut introduire une action en contrefaçon devant les juridictions de l'État membre dans lequel la marque nationale est enregistrée, dès lors que ces juridictions sont, au regard des critères d'appréciation en matière de contrefaçon établis dans les arrêts du 23 mars 2010, Google France et Google (C-236/08 à C-238/08, EU:C:2010:159), ainsi que du 12 juillet 2011, L'Oréal e.a. (C-324/09, EU:C:2011:474), les mieux à même d'évaluer s'il est porté atteinte à la marque. Le juge du lieu où le fait dommageable s'est produit est particulièrement apte à statuer en raison de la proximité du litige et de la facilité de l'administration des preuves (arrêt du 17 octobre 2017, Bolagsupplysningen et Ilsjan, C-194/16, EU:C:2017:766, point 27 ainsi que jurisprudence citée).

58 L'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009, en sa qualité de lex specialis pour les actions en contrefaçon de marques de l'Union européenne, doit certes recevoir une interprétation autonome par rapport à celle de l'article 5, point 3, du règlement nº 44/2001 fournie par la Cour pour les actions en contrefaçon de marques nationales (arrêt du 5 juin 2014, Coty Germany, C-360/12, EU:C:2014:1318, point 31). Néanmoins, l'interprétation des notions de « territoire [de l'État membre où] le fait de contrefaçon a été commis » et de « lieu où le fait dommageable s'est produit », figurant à ces dispositions, doit présenter une certaine cohérence afin de réduire, conformément à l'objectif énoncé au considérant 17 du règlement nº 207/2009, au maximum les cas de litispendance résultant de l'introduction d'actions, dans différents États membres, impliquant les mêmes parties et le même territoire, formées l'une sur la base d'une marque de l'Union européenne et l'autre sur la base de marques nationales parallèles (voir, en ce sens, arrêt du 19 octobre 2017, Merck, C-231/16, EU:C:2017:771, points 30 à 32).

59 En effet, si la règle de compétence juridictionnelle énoncée à l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 devait être interprétée en ce sens que cette disposition ne permettait pas, contrairement à l'article 5, point 3, du règlement nº 44/2001, aux titulaires des marques de l'Union européenne d'introduire une action en contrefaçon devant les juridictions de l'État membre sur le territoire duquel ils souhaitent faire constater la contrefaçon, ces titulaires seraient amenés à intenter l'action en contrefaçon de la marque de l'Union européenne et celle des marques nationales parallèles devant des tribunaux de différents États membres. Le mécanisme prévu à l'article 109 du règlement nº 207/2009 pour résoudre les cas de litispendance risquerait, en raison d'une telle approche divergente de l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 (devenu article 125, paragraphe 5, du règlement 2017/1001) et de l'article 5, point 3, du règlement nº 44/2001 (devenu article 7, point 2, du règlement nº 1215/2012), d'être fréquemment mis en œuvre, méconnaissant ainsi l'objectif consistant à réduire les cas de litispendance poursuivi par ces règlements.

60 Il y a lieu, enfin, d'observer que l'interprétation dégagée dans le présent arrêt n'est pas infirmée par celle résultant de l'arrêt du 27 septembre 2017, Nintendo (C-24/16 et C-25/16, EU:C:2017:724), auquel la juridiction de renvoi s'est référée dans le contexte qui est résumé au point 31 du présent arrêt.

61 Aux points 108 et 111 de l'arrêt du 27 septembre 2017, Nintendo (C-24/16 et C-25/16, EU:C:2017:724), la Cour a interprété les termes « loi du pays dans lequel il a été porté atteinte [au droit de propriété intellectuelle invoqué] », figurant dans le règlement nº 864/2007, en ce sens qu'ils

visent la loi du pays où l'acte de contrefaçon initial, qui est à l'origine du comportement reproché, a été commis ou risque d'être commis, cet acte initial étant, dans le cadre du commerce électronique, celui qui consiste à déclencher le processus de la mise en ligne de l'offre à la vente.

62 Or, ces termes contenus à l'article 8, paragraphe 2, du règlement nº 864/2007 ont un objet et une finalité qui se distinguent fondamentalement de ceux de l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 et de l'article 5, point 3, du règlement nº 44/2001.

63 L'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 prévoit un for alternatif de compétence juridictionnelle et vise, ainsi qu'il a été exposé au point 42 du présent arrêt, à permettre au titulaire d'une marque de l'Union européenne d'introduire une ou plusieurs actions portant, chacune, spécifiquement sur les actes de contrefaçon commis sur le territoire d'un seul État membre. En revanche, l'article 8, paragraphe 2, du règlement nº 864/2007 ne concerne pas la détermination de la compétence juridictionnelle, mais porte sur le point de savoir comment, en cas d'obligation non contractuelle résultant d'une atteinte à un droit de propriété intellectuelle à caractère unitaire, la loi applicable à toute question qui n'est pas régie par l'instrument de l'Union pertinent doit être déterminée (voir, en ce sens, arrêt du 27 septembre 2017, Nintendo, C-24/16 et C-25/16, EU:C:2017:724, point 91).

64 Cette détermination de la loi applicable peut s'avérer nécessaire lorsqu'une action en contrefaçon, introduite devant une juridiction compétente pour statuer sur des faits de contrefaçon commis sur le territoire de tout État membre, porte sur divers actes de contrefaçon, commis dans différents États membres. Il convient, dans un tel cas, afin d'éviter que le juge saisi doive appliquer une pluralité de lois, qu'un seul de ces actes de contrefaçon, à savoir l'acte de contrefaçon initial, soit identifié comme déterminant la loi applicable au litige (arrêt du 27 septembre 2017, Nintendo, C-24/16 et C-25/16, EU:C:2017:724, points 103 et 104). La nécessité de garantir l'applicabilité d'une loi unique n'existe pas dans le contexte des règles en matière de compétence juridictionnelle, telles que celles contenues dans le règlement nº 44/2001 et dans le règlement nº 207/2009, qui prévoient plusieurs fors.

65 Eu égard à tout ce qui précède, il y a lieu de répondre à la question posée que l'article 97, paragraphe 5, du règlement nº 207/2009 doit être interprété en ce sens que le titulaire d'une marque de l'Union européenne, qui s'estime lésé par l'usage sans son consentement, par un tiers, d'un signe identique à cette marque dans des publicités et des offres à la vente affichées par la voie électronique pour des produits identiques ou similaires à ceux pour lesquels ladite marque est enregistrée, peut introduire une action en contrefaçon contre ce tiers devant un tribunal des marques de l'Union européenne de l'État membre sur le territoire duquel se trouvent des consommateurs ou des professionnels visés par ces publicités ou ces offres à la vente, nonobstant le fait que ledit tiers a pris les décisions et les mesures en vue de cet affichage électronique dans un autre État membre.

Sur les dépens

66 La procédure revêtant, à l'égard des parties au principal, le caractère d'un incident soulevé devant la juridiction de renvoi, il appartient à celle-ci de statuer sur les dépens. Les frais exposés pour soumettre des observations à la Cour, autres que ceux desdites parties, ne peuvent faire l'objet d'un remboursement.

Par ces motifs, la Cour (cinquième chambre) dit pour droit :

L'article 97, paragraphe 5, du règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque [de l'Union européenne], doit être interprété en ce sens que le titulaire d'une marque de l'Union européenne, qui s'estime lésé par l'usage sans son consentement, par un tiers, d'un signe identique à cette marque dans des publicités et des offres à la vente affichées par la voie électronique pour des produits identiques ou similaires à ceux pour lesquels ladite marque est

enregistrée, peut introduire une action en contrefaçon contre ce tiers devant un tribunal des marques de l'Union européenne de l'État membre sur le territoire duquel se trouvent des consommateurs ou des professionnels visés par ces publicités ou ces offres à la vente, nonobstant le fait que ledit tiers a pris les décisions et les mesures en vue de cet affichage électronique dans un autre État membre.

Signatures