HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a treia)

18 iulie 2013 *

„Mărci — Regulamentul (CE) nr. 207/2009 — Articolul 9 alineatul (1) literele (b) și (c), articolul 15 alineatul (1) și articolul 51 alineatul (1) litera (a) — Motive de decădere — Noțiunea «utilizare serioasă» — Marcă utilizată în combinație cu o altă marcă sau ca parte a unei mărci complexe — Culoare sau combinație de culori în care este utilizată o marcă — Renume”

În cauza C-252/12,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Regatul Unit), prin decizia din 26 aprilie 2012, primită de Curte la 16 mai 2012, în procedura

Specsavers International Healthcare Ltd,

Specsavers BV,

Specsavers Optical Group Ltd,

Specsavers Optical Superstores Ltd

împotriva

Asda Stores Ltd,

CURTEA (Camera a treia),

compusă din domnul M. Ilešič (raportor), președinte de cameră, domnii E. Jarašiūnas și A. Ó Caoimh, doamna C. Toader și domnul C. G. Fernlund, judecători,

avocat general: doamna J. Kokott,

grefier: doamna L. Hewlett, administrator principal,

având în vedere procedura scrisă și în urma ședinței din 20 martie 2013,

luând în considerare observațiile prezentate:

— pentru Specsavers International Healthcare Ltd, Specsavers BV, Specsavers Optical Group Ltd și Specsavers Optical Superstores Ltd, de A. Gold și de K. Mattila, solicitors, precum și de J. Mellor și de A. Speck, QC;

— pentru guvernul Regatului Unit, de L. Christie, în calitate de agent, asistat de S. Malynicz, barrister;

* Limba de procedură: engleza.

— pentru guvernul german, de T. Henze, precum și de J. Kemper și de V. Cramer, în calitate de agenți;

— pentru Comisia Europeană, de F. Bulst și de J. Samnadda, în calitate de agenți,

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

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 9 alineatul (1) literele (b) și (c), a articolului 15 alineatul (1) și a articolului 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1).

2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între Specsavers International Healthcare Ltd, Specsavers BV, Specsavers Optical Group Ltd și Specsavers Optical Superstores Ltd (denumite în continuare, împreună, „grupul Specsavers”), pe de o parte, și Asda Stores Ltd (denumită în continuare „Asda”), pe de altă parte, cu privire la o pretinsă atingere adusă mărcilor comunitare înregistrate de grupul Specsavers.

Cadrul juridic

Dreptul internațional

3 Articolul 5 C alineatele 1) și 2) din Convenția privind protecția proprietății industriale, semnată la Paris la 20 martie 1883, revizuită ultima dată la Stockholm, la 14 iulie 1967, și modificată la 28 septembrie 1979 (*Recueil des traités des Nations unies*, vol. 828, nr. 11851, p. 305, denumită în continuare „Convenția de la Paris”), prevede:

„1) Dacă, într-o țară, folosirea mărcii înregistrate este obligatorie, înregistrarea nu va putea fi anulată decât după un termen echitabil și numai dacă cel interesat nu justifică motivele lipsei sale de acțiune.

2) Folosirea unei mărci de fabrică sau de comerț de către proprietarul ei, sub o formă care diferă prin anumite elemente care nu modifică caracterul distinctiv al mărcii în forma sub care ea a fost înregistrată într-una dintre țările [U]niunii [pentru protecția proprietății industriale, instituită în temeiul articolului 1 din Convenția de la Paris], nu va avea ca urmare invalidarea înregistrării și nu va restrânge protecția acordată mărcii.”

Dreptul Uniunii

4 Considerentul (10) al Regulamentului nr. 207/2009 prevede următoarele:

„Nu se justifică protejarea mărcilor comunitare și nici protecția, împotriva acestora, a oricărei mărci înregistrate anterior decât în măsura în care aceste mărci sunt în mod efectiv utilizate.”

5 Articolul 7 din acest regulament, intitulat „Motive absolute de refuz”, prevede:

„(1) Se respinge înregistrarea următoarelor:

[...]

(b) mărcile care sunt lipsite de caracter distinctiv;

(c) mărci care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații ce pot să servească, în comerț, pentru a desemna specia, calitatea, cantitatea, destinația, valoarea, proveniența geografică sau data fabricației produsului sau a prestării serviciului sau alte caracteristici ale acestora;

(d) mărci care sunt compuse exclusiv din semne sau indicații devenite uzuale în limbajul curent sau în practica comercială loială și constantă;

[...]

(3) Alineatul (1) literele (b), (c) și (d) nu se aplică în cazul în care marca a dobândit, pentru produsele sau serviciile pentru care se cere înregistrarea, un caracter distinctiv după ce a fost utilizată."

6 Potrivit articolului 9 alineatul (1) din regulamentul menționat, intitulat „Dreptul conferit de marca comunitară":

„O marcă comunitară conferă titularului său un drept exclusiv. Titularul este îndreptățit să interzică oricărui terț să folosească, fără acordul său, în comerț:

[...]

(b) un semn pentru care, din cauza identității sau similitudinii sale cu marca comunitară și din cauza identității sau similitudinii produselor sau serviciilor acoperite de marca comunitară și de semn, există un risc de confuzie pentru public; riscul de confuzie cuprinde riscul de asociere între semn și marcă;

(c) un semn identic sau similar cu marca comunitară pentru produse sau servicii care nu sunt similare cu cele pentru care este înregistrată marca comunitară, atunci când aceasta este de notorietate în [Uniune] și când folosirea semnului fără motiv întemeiat generează un profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii comunitare sau aduce atingere acestora."

7 Articolul 15 alineatul (1) din același regulament, intitulat „Utilizarea mărcii comunitare", are următorul cuprins:

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

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

(a) utilizarea mărcii comunitare sub o formă care diferă prin elemente care nu alterează caracterul distinctiv al mărcii în forma în care aceasta a fost înregistrată;

[...]"

8 Articolul 51 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, intitulat „Cauze de decădere”, prevede:

„Titularul mărcii comunitare este declarat decăzut din drepturi ca urmare a unei cereri prezentate la [Oficiul pentru Armonizare în cadrul Pieței Interne (mărci, desene și modele industriale)] sau a unei cereri reconvenționale în cadrul unei acțiuni în contrafacere:

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

[...]”

Situația de fapt din litigiul principal și întrebările preliminare

9 În luna octombrie 2009, Asda, proprietară a unui lanț de supermarketuri, a lansat o campanie publicitară pentru produse de optică ce viza grupul Specsavers, acesta din urmă fiind cel mai mare lanț de magazine de optică din Regatul Unit, dar și principalul concurent al Asda. În cadrul acestei campanii, Asda a utilizat sloganurile „Be a real spec saver at Asda” și „Spec savings at ASDA”, precum și următoarele logouri:



10 La scurt timp după începerea acestei campanii publicitare, la 19 octombrie 2009, grupul Specsavers a introdus o acțiune împotriva Asda la High Court of Justice (England & Wales), întemeiată pe încălcarea următoarelor mărci comunitare:

— mărcile comunitare verbale nr. 1321298 și nr. 3418928, constând în cuvântul „Specsavers”;

— mărcile comunitare figurative nr. 449256 și nr. 1321348 (denumite în continuare „mărcile cu elemente grafice suprapuse”), care constau în următorul semn:



— marca comunitară figurativă nr. 5608385, care constă în următorul semn:



— și marca comunitară figurativă nr. 1358589 (denumită în continuare „marca fără cuvinte”), care acoperă următorul semn:



11 În hotărârea pronunțată la 6 octombrie 2010, High Court of Justice (England & Wales) a apreciat că Asda nu a încălcat mărcile comunitare ale grupului Specsavers. În plus, această instanță a pronunțat decăderea din dreptul la marca fără cuvinte pentru neutilizare. Grupul Specsavers a formulat apel împotriva acestei hotărâri la Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division).

12 Prin hotărârea din 31 ianuarie 2012, instanța de trimitere a soluționat litigiul pronunțându-se cu privire la pretinsa încălcare a mărcilor comunitare verbale nr. 1321298 și nr. 3418928, precum și a mărcilor comunitare figurative nr. 449256, 1321348 și 5608385 ale grupului Specsavers. Instanța a apreciat că, în temeiul mărcilor respective și al articolului 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, acesta era în drept să interzică Asda să utilizeze sloganurile „Be a real spec saver at Asda” și „Spec savings at Asda”, precum și logoul utilizat de Asda în cadrul campaniei publicitare.

13 În schimb, instanța de trimitere a apreciat că, pentru a se pronunța asupra aspectului din litigiul principal referitor la marca fără cuvinte, trebuia să adreseze Curții întrebări cu privire la câteva probleme.

14 Pe de o parte, și în măsura în care Asda a solicitat decăderea din drepturile întemeiate pe marca fără cuvinte pentru neutilizare, instanța de trimitere ridică problema dacă utilizarea mărcilor cu elemente grafice suprapuse poate constitui o utilizare a mărcii fără cuvinte.

15 Pe de altă parte, această instanță ar dori să afle dacă notorietatea sporită a reprezentării figurative de culoare verde, care este cea utilizată dintotdeauna de grupul Specsavers pentru reprezentarea mărcii sale fără cuvinte, poate fi luată în considerare în cadrul articolului 9 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009 în pofida faptului că marca amintită a fost înregistrată în alb și negru. Instanța de trimitere apreciază că aceasta ar fi situația, dar a considerat că dreptul Uniunii este totuși interpretabil în această privință.

16 În aceste condiții, Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) În cazul în care un operator este titularul unor înregistrări distincte ale unor mărci comunitare pentru

a) o marcă figurativă [și]

b) o marcă verbală

și le utilizează împreună, o astfel de utilizare poate reprezenta utilizarea mărcii ce conține o reprezentare grafică în sensul articolelor 15 și 51 din Regulamentul nr. 207/2009? În cazul unui răspuns afirmativ, cum trebuie apreciată problema utilizării mărcii figurative?

2) Situația este diferită dacă:

a) marca verbală este suprapusă peste elementul grafic?

b) operatorul a înregistrat ca marcă comunitară și marca combinată care conține atât elementul grafic, cât și marca verbală?

3) Răspunsul la [prima și la a doua întrebare] depinde de aspectul dacă elementul grafic și cuvintele sunt percepute de consumatorul mediu[, pe de o parte,] ca fiind semne distincte sau[, pe de altă parte,] ca având fiecare un rol distinct și independent? Iar în cazul unui răspuns afirmativ, în ce mod?

4) În cazul în care o marcă comunitară nu este înregistrată într-o anumită culoare, însă titularul său a utilizat-o în mod extensiv într-o anumită culoare sau într-o anumită combinație de culori, astfel încât aceasta a început să fie asociată, în percepția unei părți importante a publicului (de pe o parte a teritoriului Uniunii, însă nu de pe întreg teritoriul Uniunii), cu această culoare sau combinație de culori, prezintă relevanță culoarea sau culorile în care pârâta utilizează semnul contestat la aprecierea globală [fie] a riscului de confuzie, în temeiul articolului 9 alineatul (1) litera (b) [din Regulamentul nr. 207/2009, fie] a profitului necuvenit, în temeiul articolului 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009? În cazul unui răspuns afirmativ, în ce mod?

5) În cazul unui răspuns afirmativ, prezintă relevanță în cadrul aprecierii globale faptul că pârâta însăși este asociată, în percepția unei părți importante a publicului, cu culoarea sau cu combinația specială de culori pe care aceasta o utilizează pentru semnul contestat?”

Cu privire la întrebările preliminare

Cu privire la prima-a treia întrebare

17 Prin intermediul primelor trei întrebări, care trebuie analizate împreună, instanța de trimitere solicită, în esență, să se stabilească dacă condiția privind utilizarea serioasă a unei mărci comunitare în sensul articolului 15 alineatul (1) și al articolului 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009 este îndeplinită atunci când o marcă comunitară figurativă este utilizată doar împreună cu o marcă comunitară verbală care este suprapusă, combinația celor două mărci fiind, în plus, ea însăși înregistrată ca marcă comunitară.

18 Toate părțile care au depus observații la Curte susțin, în esență, că utilizarea unei mărci comunitare figurative împreună cu o altă marcă verbală care este suprapusă poate constitui o utilizare serioasă în sensul articolului 15 alineatul (1) și al articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009 cu condiția ca respectiva marcă figurativă să păstreze un rol distinctiv autonom în configurația de ansamblu.

19 Mai întâi, trebuie precizat că o situație precum cea în discuție în litigiul principal, în care o marcă verbală este suprapusă peste o marcă figurativă, se circumscrie ipotezei de la articolul 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009, și anume ipoteza utilizării unei mărci sub o formă care diferă de cea în care aceasta a fost înregistrată.

20 Astfel, suprapunerea semnului verbal „Specsavers” peste marca fără cuvinte modifică forma sub care aceasta fusese înregistrată, nefiind vorba despre o simplă juxtapunere, deoarece anumite părți ale mărcii fără cuvinte sunt în acest fel ascunse de semnul verbal.

21 Trebuie arătat în continuare că rezultă în mod direct din dispozițiile articolului 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009 că utilizarea mărcii sub o formă care diferă de cea în care aceasta a fost înregistrată este considerată o utilizare în sensul primului paragraf al acestui articol cu condiția să nu se altereze caracterul distinctiv al mărcii în forma în care aceasta a fost înregistrată.

22 Caracterul distinctiv al unei mărci în sensul Regulamentului nr. 207/2009 implică faptul că această marcă permite să se identifice produsul a cărui înregistrare este solicitată ca provenind de la o întreprindere determinată și, așadar, să se distingă acel produs de cele ale altor întreprinderi (a se vedea în acest sens Hotărârea din 29 aprilie 2004, Procter & Gamble/OAPI, C-468/01 P-C-472/01 P, Rec., p. I-5141, punctul 32, Hotărârea din 8 mai 2008, Eurohypo/OAPI, C-304/06 P, Rep., p. I-3297, punctul 66, și Hotărârea din 12 iulie 2012, Smart Technologies/OAPI, C-311/11 P, punctul 23).

23 Acest caracter distinctiv al unei mărci înregistrate poate rezulta de asemenea atât din utilizarea, ca parte a unei mărci înregistrate, a unui element al acesteia, cât și din utilizarea unei mărci distincte în combinație cu o marcă înregistrată. În ambele cazuri este, așadar, suficient ca mediile interesate, ca urmare a acestei utilizări, să perceapă efectiv produsul sau serviciul în cauză ca provenind de la o întreprindere determinată (a se vedea prin analogie Hotărârea din 7 iulie 2005, Nestlé, C-353/03, Rec., p. I-6135, punctul 30).

24 Rezultă că utilizarea mărcii fără cuvinte împreună cu semnul verbal suprapus „Specsavers”, deși această utilizare corespunde în definitiv unei utilizări ca parte dintr-o marcă înregistrată sau în combinație cu aceasta, poate fi considerată o utilizare serioasă a mărcii fără cuvinte ca atare cu condiția ca respectiva marcă, astfel cum a fost înregistrată, mai precis, fără ca o parte a acesteia să fie ascunsă de semnul verbal suprapus „Specsavers”, să facă întotdeauna trimitere sub această formă la produsele grupului Specsavers vizate de înregistrare, ceea ce revine instanței de trimitere să aprecieze.

25 Această concluzie nu este afectată de împrejurarea că semnul verbal „Spescsavers”, precum și combinația logoului fără cuvinte cu semnul verbal suprapus „Specsavers” sunt de asemenea înregistrate ca mărci comunitare.

26 Astfel, Curtea a statuat deja că condiția privind utilizarea serioasă a unei mărci, în sensul articolului 15 alineatul (1) din Regulamentul nr. 207/2009, poate fi îndeplinită în cazul în care marca este utilizată numai prin intermediul unei alte mărci complexe sau în cazul în care este utilizată numai împreună cu altă marcă, combinația acestor două mărci fiind, în plus, ea însăși înregistrată ca marcă, cu condiția ca marca să continue să fie percepută ca o indicație a originii produsului în cauză (a se vedea în acest sens Hotărârea din 18 aprilie 2013, Colloseum Holding, C-12/12, punctele 35 și 36).

27 Pe de altă parte, Curtea a mai apreciat, prin raportare la articolul 10 alineatul (2) litera (a) din Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 12 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, Ediție specială, 17/vol. 1, p. 92), care corespunde, în esență, articolului 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009, că titularul unei mărci înregistrate poate, pentru a dovedi utilizarea acesteia în sensul dispoziției menționate, să invoce utilizarea sa într-o formă care diferă de cea în care a fost înregistrată această marcă, fără ca diferențele dintre aceste două forme să altereze caracterul distinctiv al acestei mărci, în pofida faptului că forma diferită este de asemenea înregistrată ca marcă (Hotărârea din 25 octombrie 2012, Rintisch, C-553/11, punctul 30).

28 Argumentele care au determinat Curtea să interpreteze articolul 10 alineatul (2) litera (a) din Directiva 89/104 în acest sens pot fi transpuse *mutatis mutandis* în cazul articolului 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009.

29 Această interpretare este, în special, coroborată cu finalitatea urmărită de articolul 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009, care, evitând să impună o conformitate strictă între forma utilizată în comerț și cea sub care a fost înregistrată marca, vizează să permită titularului acesteia din urmă să opereze asupra semnului, cu ocazia exploatării comerciale a acestuia, variațiile care permit, fără să îi modifice caracterul distinctiv, să fie mai bine adaptat la exigențele privind comercializarea și promovarea produselor sau a serviciilor în cauză. Într-adevăr, această finalitate ar fi compromisă în cazul în care, pentru a dovedi utilizarea mărcii înregistrate, s-ar impune o condiție suplimentară potrivit căreia forma diferită sub care este utilizată această marcă nu ar trebui să fi făcut de asemenea obiectul unei înregistrări ca marcă (a se vedea prin analogie Hotărârea Rintisch, citată anterior, punctele 21 și 22).

30 În fond, această interpretare a articolului 15 alineatul (1) al doilea paragraf litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009 este conformă cu articolul 5 C alineatul (2) din Convenția de la Paris, întrucât nimic din această dispoziție nu lasă să se înțeleagă că înregistrarea unui semn ca marcă are drept consecință faptul că utilizarea acestuia nu mai poate fi invocată pentru a dovedi utilizarea unei alte mărci înregistrate de care se diferențiază numai într-un astfel de mod încât caracterul distinctiv al acesteia din urmă nu este alterat (a se vedea Hotărârea Rintisch, citată anterior, punctul 23).

31 Ținând seama de ansamblul considerațiilor care precedă, trebuie să se răspundă la prima-a treia întrebare că articolul 15 alineatul (1) și articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul nr. 207/2009 trebuie interpretate în sensul că condiția privind „utilizarea serioasă”, în sensul acestor dispoziții, poate fi îndeplinită atunci când o marcă comunitară figurativă este utilizată numai în combinație cu o marcă comunitară verbală suprapusă, combinația celor două mărci fiind, în plus, ea însăși înregistrată ca marcă comunitară, cu condiția ca diferențele dintre forma în care marca este utilizată și cea în care această marcă a fost înregistrată să nu altereze caracterul distinctiv al mărcii respective, astfel cum a fost ea înregistrată.

Cu privire la a patra întrebare

32 Prin intermediul celei de a patra întrebări, instanța de trimitere solicită să se stabilească dacă articolul 9 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009 trebuie interpretat în sensul că, în cazul în care o marcă comunitară nu este înregistrată într-o anumită culoare, însă titularul său a utilizat-o în mod extensiv într-o anumită culoare sau într-o anumită combinație de culori, astfel încât aceasta a început să fie asociată, în percepția unei părți importante a publicului, cu această culoare sau combinație de culori, prezintă relevanță, la aprecierea globală a riscului de confuzie sau la aprecierea globală a profitului necuvenit în sensul acestor dispoziții, culoarea sau culorile pe care un terț le utilizează pentru reproducerea unui semn indicat ca aducând atingere mărcii respective.

33 Grupul Specsavers și Comisia Europeană propun să se răspundă afirmativ la această întrebare, în timp ce guvernul Regatului Unit apreciază că trebuie să se răspundă negativ.

34 Referitor, în primul rând, la analiza riscului de confuzie în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009, trebuie amintit că, potrivit unei jurisprudențe constante, existența unui risc de confuzie în percepția publicului trebuie apreciată în mod global, ținând seama de toți factorii pertinenți în cauză (a se vedea în special Hotărârea din 11 noiembrie 1997, SABEL, C-251/95, Rec., p. I-6191, punctul 22, Hotărârea din 6 octombrie 2005, Medion, C-120/04, Rec., p. I-8551, punctul 27, și Hotărârea din 12 iunie 2007, OAPI/Shaker, C-334/05 P, Rep., p. I-4529, punctul 34).

35 Curtea a statuat de asemenea în mai multe rânduri că aprecierea globală a riscului de confuzie trebuie să se întemeieze, în ceea ce privește similitudinea vizuală, auditivă sau conceptuală a mărcilor în cauză, pe impresia de ansamblu produsă de acestea, ținând cont în special de elementele lor distinctive și dominante. Percepția asupra mărcilor pe care o are consumatorul mediu al produselor sau serviciilor în cauză joacă un rol determinant în aprecierea globală a riscului amintit. În această privință, consumatorul mediu percepe o marcă în mod normal ca pe un tot și nu face o examinare a diferitor detalii ale acesteia (a se vedea în special Hotărârile citate anterior SABEL, punctul 23, Medion, punctul 28, și OAPI/Shaker, punctul 35).

36 În plus, din jurisprudența Curții rezultă că riscul de confuzie este cu atât mai ridicat cu cât caracterul distinctiv se dovedește important. Prin urmare, mărcile care au un caracter distinctiv ridicat, fie intrinsec, fie datorită faptului că sunt cunoscute pe piață, se bucură de o protecție mai extinsă decât cele al căror caracter distinctiv este mai redus (Hotărârea din 29 septembrie 1998, Canon, C-39/97, Rec., p. I-5507, punctul 18).

37 Or, cel puțin în cazul unei mărci înregistrate în alb și negru, iar nu într-o anumită culoare sau cu o anumită caracteristică, culoarea sau combinația de culori în care marca este ulterior efectiv utilizată afectează percepția acestei mărci de către consumatorul mediu al produselor în cauză și poate, așadar, crește riscul de confuzie sau de asociere dintre marca anterioară și semnul indicat ca aducând atingere acesteia.

38 În aceste condiții, nu ar fi logic să se aprecieze că împrejurarea că un terț utilizează, pentru reproducerea unui semn indicat ca aducând atingere unei mărci comunitare anterioare, o culoare sau o combinație de culori care, în percepția unei părți importante a publicului, este asociată cu această marcă anterioară prin utilizarea de către titularul său în această culoare sau în această combinație de culori nu poate fi luată în considerare la aprecierea globală pentru simplul motiv că marca anterioară a fost înregistrată în alb și negru.

39 Referitor, în al doilea rând, la analiza profitului necuvenit generat din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009, trebuie de asemenea efectuată o apreciere globală care să țină seama de toți factorii pertinenți în cauză, printre care figurează în special intensitatea renumelui și gradul de caracter distinctiv al mărcii, gradul de similitudine dintre mărcile în conflict, precum și natura și gradul de asemănare a produselor sau a serviciilor vizate. În ceea ce privește intensitatea renumelui și gradul de caracter distinctiv al mărcii, Curtea a mai statuat că existența unei atingeri va fi cu atât mai ușor admisă cu cât caracterul distinctiv și renumele acestei mărci sunt mai importante (a se vedea Hotărârea din 18 iunie 2009, L'Oréal și alții, C-487/07, Rep., p. I-5185, punctul 44).

40 În această privință, din decizia de trimitere reiese că similitudinea dintre mărcile grupului Specsavers și semnele utilizate de Asda a fost în mod deliberat urmărită pentru ca în percepția publicului să se creeze o asociere între cele două însemne. Or, faptul că Asda a utilizat o culoare similară celei utilizate de grupul Specsavers în scopul de a profita de caracterul distinctiv și de renumele mărcilor

acestuia din urmă este un factor care trebuie avut în vedere pentru a stabili dacă se poate constata existența unui profit necuvenit din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii (a se vedea prin analogie Hotărârea L'Oréal și alții, citată anterior, punctul 48).

41 Având în vedere cele de mai sus trebuie să se răspundă la a patra întrebare că articolul 9 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009 trebuie interpretat în sensul că, în cazul în care o marcă comunitară nu este înregistrată într-o anumită culoare, însă titularul său a utilizat-o în mod extensiv într-o anumită culoare sau într-o anumită combinație de culori, astfel încât aceasta a început să fie asociată, în percepția unei părți importante a publicului, cu această culoare sau combinație de culori, prezintă relevanță, la aprecierea globală a riscului de confuzie sau la aprecierea globală a profitului necuvenit în sensul acestei dispoziții, culoarea sau culorile pe care un terț le utilizează pentru reproducerea unui semn indicat ca aducând atingere mărcii respective.

Cu privire la a cincea întrebare

42 Prin intermediul celei de a cincea întrebări, instanța de trimitere solicită să se stabilească dacă articolul 9 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009 trebuie interpretat în sensul că împrejurarea că un terț care utilizează un semn indicat ca aducând atingere unei mărci înregistrate este el însuși asociat, în percepția unei părți importante a publicului, cu culoarea sau cu combinația specială de culori pe care acesta o utilizează pentru reprezentarea acestui semn este un factor pertinent în cadrul aprecierii globale a riscului de confuzie și a profitului necuvenit în sensul acestei dispoziții.

43 Grupul Specsavers propune să se răspundă afirmativ la această întrebare, dar Comisia, la rândul său, consideră că acest element poate fi luat în considerare numai la aprecierea motivului întemeiat, în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009. Întrucât propune să se dea un răspuns negativ la a patra întrebare, guvernul Regatului Unit apreciază că nu este necesar să se răspundă la a cincea întrebare.

44 În această privință, trebuie arătat că, astfel cum s-a amintit la punctele 34 și 39 din prezenta hotărâre, atât riscul de confuzie în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (b) din Regulamentul nr. 207/2009, cât și profitul necuvenit în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (c) din același regulament trebuie apreciate în mod global, ținând seama de toți factorii pertinenți în speță.

45 Din jurisprudența Curții rezultă de asemenea că aceste aprecieri trebuie să țină cont de contextul precis în care a fost utilizat semnul pretins similar cu marca înregistrată [a se vedea în acest sens, referitor la articolul 5 alineatul (1) din Directiva 89/104, Hotărârea Curții din 12 iunie 2008, O2 Holdings și O2 (UK), C-533/06, Rep., p. I-4231, punctul 64].

46 În aceste condiții, trebuie constatat că împrejurarea că terțul care utilizează un semn indicat ca aducând atingere mărcii înregistrate este el însuși asociat, în percepția unei părți importante a publicului, cu culoarea sau cu combinația specială de culori pe care acesta o utilizează pentru reprezentarea acestui semn este un element care, printre altele, poate avea o anumită importanță la analiza existenței unui risc de confuzie sau a profitului necuvenit în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (b) sau litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009.

47 Pe de o parte, nu se poate exclude că o astfel de împrejurare poate influența percepția pe care o are publicul în privința semnelor în cauză și, în consecință, poate avea un impact asupra existenței unui risc de confuzie între respectivele semne în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (b) din același regulament.

48 Astfel, în cauza principală, faptul că Asda este ea însăși asociată culorii verde, pe care o utilizează pentru semnele indicate ca aducând atingere mărcilor grupului Specsavers, ar putea avea drept consecință mai ales o diminuare a riscului de confuzie sau de asociere dintre aceste semne și mărcile grupului Specsavers, în măsura în care publicul relevant ar putea înțelege că acea culoare verde a semnelor amintite aparține Asda, ceea ce revine instanței de trimitere să verifice.

49 Pe de altă parte, după cum a arătat Comisia în observațiile prezentate Curții, împrejurarea că terțul care utilizează un semn indicat ca aducând atingere mărcii înregistrate este el însuși asociat, în percepția unei părți importante a publicului, cu culoarea sau cu combinația specială de culori pe care acesta o utilizează pentru reprezentarea acestui semn poate fi un factor pertinent pentru a stabili dacă utilizarea semnului respectiv a avut un „motiv întemeiat” în sensul articolului 9 alineatul (1) litera (c) din Regulamentul nr. 207/2009.

50 Trebuie, așadar, să se răspundă la a cincea întrebare că articolul 9 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009 trebuie interpretat în sensul că împrejurarea că un terț care utilizează un semn indicat ca aducând atingere unei mărci înregistrate este el însuși asociat, în percepția unei părți importante a publicului, cu culoarea sau cu combinația specială de culori pe care acesta o utilizează pentru reprezentarea acestui semn este un factor pertinent în cadrul aprecierii globale a riscului de confuzie și a profitului necuvenit în sensul acestei dispoziții.

Cu privire la cheltuielile de judecată

51 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a treia) declară:

1) Articolul 15 alineatul (1) și articolul 51 alineatul (1) litera (a) din Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară trebuie interpretate în sensul că condiția privind „utilizarea serioasă”, în sensul acestor dispoziții, poate fi îndeplinită atunci când o marcă comunitară figurativă este utilizată numai în combinație cu o marcă comunitară verbală suprapusă, combinația celor două mărci fiind, în plus, ea însăși înregistrată ca marcă comunitară, cu condiția ca diferențele dintre forma în care marca este utilizată și cea în care această marcă a fost înregistrată să nu altereze caracterul distinctiv al mărcii respective, astfel cum a fost ea înregistrată.

2) Articolul 9 alineatul (1) literele (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009 trebuie interpretat în sensul că, în cazul în care o marcă comunitară nu este înregistrată într-o anumită culoare, însă titularul său a utilizat-o în mod extensiv într-o anumită culoare sau într-o anumită combinație de culori, astfel încât aceasta a început să fie asociată, în percepția unei părți importante a publicului, cu această culoare sau combinație de culori, prezintă relevanță, la aprecierea globală a riscului de confuzie sau la aprecierea globală a profitului necuvenit în sensul acestei dispoziții, culoarea sau culorile pe care un terț le utilizează pentru reproducerea unui semn indicat ca aducând atingere mărcii respective.

3) Articolul 9 alineatul (1) litera (b) și (c) din Regulamentul nr. 207/2009 trebuie interpretat în sensul că împrejurarea că un terț care utilizează un semn indicat ca aducând atingere unei mărci înregistrate este el însuși asociat, în percepția unei părți importante a publicului, cu culoarea sau cu combinația specială de culori pe care acesta o utilizează pentru reprezentarea acestui semn este un factor pertinent în cadrul aprecierii globale a riscului de confuzie și a profitului necuvenit în sensul acestei dispoziții.

Semnături