Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (cinquième chambre)

12 décembre 2019*

« Pourvoi – Marque de l'Union européenne – Règlement (CE) nº 207/2009 – Articles 15 et 66 – Usage sérieux d'une marque collective de l'Union européenne – Marque relative à un système de collecte et de valorisation de déchets d'emballage – Apposition sur le conditionnement des produits pour lesquels la marque est enregistrée »

Dans l'affaire C-143/19 P,

ayant pour objet un pourvoi au titre de l'article 56 du statut de la Cour de justice de l'Union européenne, introduit le 20 février 2019,

Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH, établie à Cologne (Allemagne), représentée par Me P. Goldenbaum, Rechtsanwältin,

partie requérante,

l'autre partie à la procédure étant :

Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), représenté par M. D. Hanf, en qualité d'agent,

partie défenderesse en première instance,

LA COUR (cinquième chambre),

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

avocat général : M. G. Pitruzzella,

greffier : M. A. Calot Escobar,

vu la procédure écrite,

vu la décision prise, l'avocat général entendu, de juger l'affaire sans conclusions,

rend le présent

* Langue de procédure : l'allemand.

Arrêt

1 Par son pourvoi, Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH (ci-après « DGP ») demande l'annulation de l'arrêt du Tribunal du 12 septembre 2018, Der Grüne Punkt/EUIPO – Halston Properties (Représentation d'un cercle avec deux flèches) (T-253/17, ci-après l'« arrêt attaqué », EU:T:2018:909), par lequel celui-ci a rejeté son recours formé contre la décision de la cinquième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) du 20 février 2017 (affaire R 1357/2015-5), relative à une procédure de déchéance entre Halston Properties s. r. o. et DGP (ci-après la « décision litigieuse »).

Le cadre juridique

2 Le règlement (CE) nº 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque [de l'Union européenne] (JO 2009, L 78, 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 1er 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 des faits à l'origine du litige, le présent pourvoi doit être examiné au regard du règlement nº 207/2009, dans sa version initiale.

3 L'article 9, paragraphe 1, de ce règlement disposait :

« 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 :

[...]

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 [...]

[...] »

4 L'article 15, paragraphe 1, dudit règlement énonçait :

« Si, dans un délai de cinq ans à compter de l'enregistrement, la marque [de l'Union européenne] n'a pas fait l'objet par le titulaire d'un usage sérieux dans [l'Union] pour les produits ou les services pour lesquelles elle est enregistrée, ou si un tel usage a été suspendu pendant un délai ininterrompu de cinq ans, la marque [de l'Union européenne] est soumise aux sanctions prévues au présent règlement, sauf juste motif pour le non-usage.

[...] »

5 Aux termes de l'article 51 du même règlement :

« 1. Le titulaire de la marque [de l'Union européenne] est déclaré déchu de ses droits, sur demande présentée auprès de l'Office ou sur demande reconventionnelle dans une action en contrefaçon :

a) si, pendant une période ininterrompue de cinq ans, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans [l'Union] pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée, et qu'il n'existe pas de justes motifs pour le non-usage [...] ;

[...]

2. Si la cause de déchéance n'existe que pour une partie des produits ou des services pour lesquels la marque [de l'Union européenne] est enregistrée, le titulaire n'est déclaré déchu de ses droits que pour les produits ou les services concernés. »

6 L'article 66 du règlement nº 207/2009 disposait :

« 1. Peuvent constituer des marques [...] collectives [de l'Union européenne] les marques [de l'Union européenne] ainsi désignées lors du dépôt et propres à distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises. Peuvent déposer des marques [...] collectives [de l'Union européenne] les associations de fabricants, de producteurs, de prestataires de services ou de commerçants, qui, aux termes de la législation qui leur est applicable, ont la capacité, en leur propre nom, d'être titulaires de droits et d'obligations de toute nature, de passer des contrats ou d'accomplir d'autres actes juridiques et d'ester en justice, de même que les personnes morales relevant du droit public.

[...]

3. Les dispositions du présent règlement s'appliquent aux marques [...] collectives [de l'Union européenne], sauf disposition contraire prévue aux articles 67 à 74. »

7 Aux termes de l'article 67 de ce règlement :

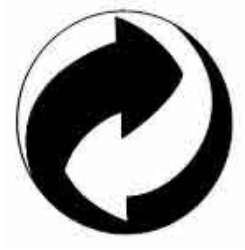
« 1. Le demandeur d'une marque [...] collective [de l'Union européenne] doit présenter un règlement d'usage dans le délai prescrit.

2. Le règlement d'usage indique les personnes autorisées à utiliser la marque, les conditions d'affiliation à l'association ainsi que, dans la mesure où elles existent, les conditions d'usage de la marque, y compris les sanctions. [...] »

8 Le contenu des articles 9, 15, 51, 66 et 67 du règlement nº 207/2009 a pour l'essentiel été repris aux articles 9, 18, 58, 74 et 75 du règlement 2017/1001.

Les antécédents du litige et la décision litigieuse

9 Le 12 juin 1996, DGP a déposé une demande d'enregistrement du signe figuratif suivant en tant que marque collective de l'Union européenne (ci-après la « marque en cause ») :



10 Cet enregistrement était demandé pour des produits relevant des classes 1 à 34 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 (ci-après l'« arrangement de Nice »), ainsi que pour des services relevant des classes 35, 39, 40 et 42 de celui-ci.

11 Les produits visés comprenaient des produits de consommation courante, tels que des aliments, des boissons, des vêtements, des produits d'hygiène corporelle et des produits d'entretien, ainsi que des produits à usage professionnel, tels que des produits destinés à l'agriculture et à l'industrie.

12 Les services visés correspondaient à la description suivante :

– classe 35 : « Publicité » ;

– classe 39 : « Transport ; emballage et entreposage de marchandises » ;

– classe 40 : « Traitement de matériaux ; recyclage de matériaux d'emballages » ;

– classe 42 : « Évacuation des déchets ; création de programmes informatiques pour le traitement des données ».

13 Aux termes du règlement d'usage joint à la demande d'enregistrement, la marque en cause était créée « afin de permettre aux consommateurs et au commerce de reconnaître les emballages faisant partie du [système de recyclage de DGP] et pour lesquels a été instaurée une contribution au financement du système, ainsi que les produits conditionnés de la sorte et de les distinguer d'autres emballages et produits ».

14 La marque en cause a été enregistrée le 19 juillet 1999. Cet enregistrement a, par la suite, été renouvelé.

15 Le 2 novembre 2012, Halston Properties, société de droit slovaque, a présenté une demande en déchéance partielle de cette marque sur le fondement de l'article 51, paragraphe 1, sous a), du règlement nº 207/2009, au motif que ladite marque n'avait pas fait l'objet d'un usage sérieux pour les produits pour lesquels elle avait été enregistrée.

16 Par décision du 26 mai 2015, la division d'annulation de l'EUIPO a partiellement accueilli cette demande. Elle a déclaré DGP déchu de ses droits conférés par la marque en cause à compter du 2 novembre 2012 pour tous les produits pour lesquels elle avait été enregistrée, à l'exception des produits consistant en des emballages.

17 Le 8 juillet 2015, DGP a introduit un recours contre cette décision de la division d'annulation.

18 Par la décision litigieuse, la cinquième chambre de recours de l'EUIPO a rejeté ce recours.

19 Cette chambre de recours a considéré que DGP n'avait pas apporté la preuve que la marque en cause était utilisée conformément à sa fonction essentielle, à savoir garantir l'identité d'origine des produits pour lesquels elle a été enregistrée. Le consommateur moyen de l'Union ne percevrait pas la marque en cause comme une indication de l'origine de ces produits, mais associerait cette marque à un comportement écologique des entreprises participant au système de recyclage de DGP.

20 Même si l'emballage et le produit apparaissaient comme constituant un tout lors de la vente, ledit consommateur percevrait cette marque uniquement comme une indication du fait que les emballages des produits de ces entreprises peuvent être collectés et valorisés selon ce système. L'usage de ladite marque n'aurait pas pour but de créer ou de conserver un débouché pour les produits eux-mêmes.

Le recours devant le Tribunal et l'arrêt attaqué

21 Par requête déposée au greffe du Tribunal le 28 avril 2017, DGP a demandé l'annulation de la décision litigieuse et la condamnation de l'EUIPO aux dépens.

22 À l'appui de son recours, DGP a invoqué un moyen unique, tiré d'une violation de l'article 15, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, lu en combinaison avec l'article 66 de ce règlement, en faisant valoir que la marque en cause était utilisée non seulement pour les services pour lesquels cette marque est enregistrée, mais également pour les produits visés par cet enregistrement.

23 DGP a notamment souligné que cette marque est apposée sur des emballages qui forment, avec le produit emballé, une seule et même unité de vente. Les utilisateurs de ladite marque seraient non pas des fournisseurs d'emballages, mais des fabricants ou des distributeurs de produits. La marque en cause indiquerait que ces produits proviennent d'entreprises qui se sont engagées à ce que les emballages soient traités selon le système de DGP. En outre, cette marque étant associée, par le public, à un comportement écologique desdits fabricants et distributeurs, elle exprimerait une « qualité immatérielle » des produits.

24 Le Tribunal a rejeté ce recours.

25 Il a, tout d'abord, exposé les critères au regard desquels il convenait d'apprécier si la marque en cause avait fait l'objet d'un usage sérieux.

26 À cet égard, le Tribunal a considéré, au point 26 de l'arrêt attaqué, qu'il ressortait de la jurisprudence de la Cour qu'« une marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée, conformément à sa fonction essentielle qui est de garantir l'identité d'origine des produits et des services pour lesquels elle a été enregistrée, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits et services, à l'exclusion d'usages de caractère symbolique ayant pour seul objet le maintien des droits conférés par la marque », et que, « de la même manière, la fonction essentielle d'une marque de l'Union européenne collective est de distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises ».

27 Aux points 27 à 29 de cet arrêt, il a rappelé que l'examen du caractère sérieux de l'usage de la marque doit consister en une appréciation globale qui tient compte de tous les facteurs pertinents du cas d'espèce, tels que la nature des produits ou des services visés par la marque et les usages considérés comme étant justifiés dans le secteur économique concerné pour créer ou pour conserver des parts de marché.

28 Ensuite, tout en prenant acte, au point 33 de l'arrêt attaqué, du fait que la marque en cause faisait l'objet d'un usage sérieux en tant que marque collective dans de nombreux États membres de l'Union sur des emballages de produits, le Tribunal a considéré, à l'instar de la chambre de recours, que l'usage sérieux de cette marque sur les emballages n'emporte pas la preuve d'un usage sérieux pour les produits.

29 Le Tribunal a précisé, au point 36 de cet arrêt, que le public pertinent est, en l'espèce, principalement constitué du grand public, et a constaté, au point 38 dudit arrêt, que ce public identifie la marque en cause comme indiquant que les emballages peuvent être collectés et valorisés selon un certain système.

30 Aux points suivants du même arrêt, le Tribunal a considéré que la marque en cause n'indique en revanche pas l'origine des produits.

31 À cet égard, il a exposé, au point 41 de l'arrêt attaqué, qu'« il est vrai que la marque [en cause], conformément à sa fonction en tant que marque collective, fait référence au fait que le producteur ou le distributeur des produits [...] fait partie du système d'accord de licence de [DGP] et signale, par conséquent, un certain comportement écologique de cette entreprise ». Cela étant, le public pertinent serait en mesure de distinguer entre une marque qui indique l'origine commerciale du produit et une

marque qui signale la valorisation des déchets d'emballage. Il conviendrait, en outre, de tenir compte du fait que « les produits eux-mêmes sont régulièrement désignés par des marques appartenant à des sociétés différentes ».

32 Le Tribunal a jugé, au point 42 de cet arrêt, que « l'usage de la marque [en cause] en tant que marque collective qui désigne les produits des membres de l'association pour les distinguer des produits provenant d'entreprises qui ne font pas partie de cette association sera perçu par le public pertinent comme un usage portant sur des emballages. [...] [L]e comportement écologique de l'entreprise grâce à son affiliation au système d'accord de licence de [DGP], sera attribué par le public pertinent à la possibilité du traitement écologique de l'emballage et non à un tel traitement du produit emballé lui-même, lequel peut s'avérer inadapté pour un traitement écologique ».

33 Enfin, le Tribunal a considéré, aux points 44 et 45 de l'arrêt attaqué, que l'usage de la marque en cause n'avait pas non plus pour objet de créer ou de conserver un débouché pour les produits. Cette marque serait seulement connue du consommateur comme l'indication que l'emballage sera, grâce à la contribution du fabricant ou distributeur du produit, éliminé et valorisé si ce consommateur emmène cet emballage à un point de collecte de proximité. Par conséquent, l'apposition de ladite marque sur l'emballage d'un produit exprimerait simplement le fait que le fabricant ou distributeur de ce produit se comporte conformément à l'exigence prescrite par la législation de l'Union, selon laquelle l'obligation de valorisation des déchets d'emballage incombe aux entreprises. Selon le Tribunal, dans le cas peu probable où le consommateur se déciderait d'acheter un produit sur la base de la seule qualité de l'emballage, il demeurerait toujours que cette marque crée ou conserve un débouché non pas en ce qui concerne ce produit, mais seulement en ce qui concerne l'emballage de celui-ci.

Les conclusions des parties

34 DGP demande à la Cour :

– d'annuler l'arrêt attaqué ;

– de statuer définitivement en faisant droit aux conclusions formulées en première instance ou, subsidiairement, de renvoyer l'affaire devant le Tribunal, et

– de condamner l'EUIPO aux dépens.

35 L'EUIPO demande à la Cour :

– de rejeter le pourvoi et

– de condamner DGP aux dépens.

Sur le pourvoi

36 À l'appui de son pourvoi, DGP invoque, en substance, un moyen unique, tiré d'une violation de l'article 15, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, lu en combinaison avec l'article 66 de ce règlement.

Argumentation des parties

37 Selon DGP, le Tribunal a méconnu l'interprétation de la notion d'« usage sérieux », au sens de l'article 15, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, telle qu'elle résulte de la jurisprudence de la Cour, et a omis de tenir dûment compte des caractéristiques des marques collectives de l'Union européenne, énoncées à l'article 66 de ce règlement. L'arrêt attaqué serait, par conséquent, entaché d'erreurs de droit.

38 DGP observe, notamment, que le Tribunal a considéré comme dépourvu de pertinence le fait, pourtant constaté aux points 41 et 42 de l'arrêt attaqué, que l'usage de la marque en cause indique au public pertinent que les produits sur les emballages desquels cette marque est apposée proviennent tous d'entreprises qui se sont affiliées au système de DGP et que cet usage exprime un comportement écologique commun de ces entreprises.

39 Dès lors qu'il a écarté de tels éléments, qui sont relatifs à la commercialisation des produits pour lesquels la marque en cause est enregistrée, de son appréciation de l'existence d'un « usage sérieux » de cette marque, le Tribunal aurait omis de fonder cette appréciation sur la fonction essentielle des marques collectives de l'Union européenne. Cette erreur de droit l'aurait par la suite amené à considérer que l'usage de la marque en cause visait non pas les produits pour lesquels elle avait été enregistrée, mais était réservé aux emballages de ceux-ci, alors même qu'il aurait été constant que les utilisateurs de la marque en cause commercialisent des produits et ne sont pas des fabricants ou des distributeurs de matériaux d'emballage.

40 Selon DGP, en droit des marques, les produits et leur conditionnement doivent, dès lors qu'ils forment un tout et sont mis en vente comme une seule et même unité, être appréciés ensemble. L'appréciation à laquelle le Tribunal s'est livré reposerait sur une approche contraire, qui l'aurait amené, aux points 44 et 45 de l'arrêt attaqué, à considérer sans application des critères d'appréciation pertinents que l'usage de la marque collective en cause ne s'inscrit pas dans l'objectif de créer ou de conserver un débouché pour les produits des membres de l'association titulaire de cette marque.

41 Les erreurs commises par le Tribunal dans l'arrêt attaqué quant aux critères d'appréciation de l'existence d'un usage sérieux seraient encore soulignées par le motif, figurant au point 41 de cet arrêt, selon lequel les produits visés « sont régulièrement désignés par des marques appartenant à des sociétés différentes ». À cet égard, DGP observe qu'il est habituel qu'une marque collective soit utilisée pour des produits d'entreprises différentes et qu'il est évident que celles-ci apposent des marques individuelles sur leurs produits ou sur le conditionnement de ceux-ci. Or, cet usage simultané de la marque collective et de marques individuelles ne constituerait nullement un indice d'absence d'usage sérieux de la marque collective.

42 L'EUIPO estime que le moyen unique, pour autant qu'il ne soit pas irrecevable, est en tout état de cause non fondé.

43 Afin qu'il puisse être constaté qu'une marque collective a fait l'objet d'un « usage sérieux » pour les produits pour lesquels elle est enregistrée, il serait nécessaire que cette marque soit utilisée « en tant que » marque collective pour ces produits.

44 Il s'ensuivrait qu'il ne suffit pas que la marque en cause ait été utilisée dans un rapport quelconque avec les produits pour lesquels elle est enregistrée. Selon l'EUIPO, il doit, au contraire, y avoir un lien objectif et suffisamment concret entre la marque collective et les produits visés. En l'absence d'un tel lien, il conviendrait de conclure que la marque collective n'est pas utilisée conformément à sa fonction essentielle, qui est de distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises.

45 En l'espèce, un tel lien ferait défaut. L'appartenance de fabricants et de distributeurs au système de DGP ne concernerait que les emballages, à savoir le conditionnement des produits, et non les produits eux-mêmes. Le fait que le produit et son conditionnement constituent une unité de vente n'y changerait rien.

46 Ce serait, partant, à bon droit que le Tribunal a jugé que l'usage de la marque en cause fournit au public pertinent des indications sur l'emballage et non sur le produit emballé.

47 L'argument de DGP relatif à un usage simultané de marques individuelles et collectives serait dépourvu de pertinence. À ce sujet, l'EUIPO observe que, indépendamment de l'existence d'une telle circonstance, l'usage sérieux de la marque collective pour les produits pour lesquels elle est enregistrée doit être établi.

48 L'EUIPO adhère également à l'appréciation du Tribunal s'agissant du point de savoir si l'usage de la marque en cause a pu avoir pour objet de créer ou de conserver un débouché pour les produits pour lesquels la marque en cause est enregistrée. À cet égard, il observe que l'exigence tenant à la finalité de créer ou de conserver un débouché pour les produits s'applique tout autant aux marques collectives qu'aux marques individuelles. En l'occurrence, l'apposition de la marque en cause sur le conditionnement des produits ne pourrait être pertinente dans la décision d'achat du consommateur qu'en raison de l'emballage. Cela démontrerait que l'usage de cette marque n'a pas pour objet de créer ou de conserver un débouché pour les produits.

Appréciation de la Cour

49 En l'absence de disposition contraire prévue aux articles 67 à 74 du règlement nº 207/2009, les articles 15 et 51 de ce règlement font, en vertu de l'article 66, paragraphe 3, dudit règlement, partie des dispositions de ce dernier qui s'appliquent aux marques collectives de l'Union européenne.

50 Par conséquent, conformément auxdits articles 15 et 51, le titulaire d'une telle marque est déclaré déchu des droits conférés par celle-ci lorsque, pendant une période ininterrompue de cinq ans et en l'absence de juste motif pour non-usage, la marque n'a pas fait l'objet d'un usage sérieux dans l'Union pour les produits ou les services pour lesquels elle est enregistrée. Si cette cause de déchéance n'existe que pour une partie desdits produits ou services, la déchéance est déclarée pour les produits ou les services concernés.

51 Si les constatations du Tribunal relatives à l'usage d'une marque sont d'ordre factuel et ne peuvent donc, sauf dans l'hypothèse d'une dénaturation des faits, être contestées dans le cadre d'un pourvoi, un moyen de pourvoi tiré d'une violation de l'article 15, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009 est cependant recevable lorsqu'il porte sur les critères au regard desquels le Tribunal doit apprécier l'existence d'un usage sérieux au sens de cette disposition (voir, en ce sens, arrêt du 11 octobre 2017, EUIPO/Cactus, C-501/15 P, EU:C:2017:750, point 64). Tel est le cas en l'espèce, le moyen unique du pourvoi portant sur les critères au regard desquels il y a lieu d'apprécier l'existence d'un usage sérieux, au sens de ladite disposition, d'une marque collective de l'Union européenne, compte tenu des caractéristiques de ce type de marque.

52 Sur le fond, il y a lieu de rappeler que, comme le Tribunal l'a souligné au point 26 de l'arrêt attaqué, la fonction essentielle d'une marque collective de l'Union européenne est de distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises (arrêt du 20 septembre 2017, The Tea Board/EUIPO, C-673/15 P à C-676/15 P, EU:C:2017:702, point 63).

53 Ainsi, à la différence d'une marque individuelle, une marque collective n'a pas pour fonction d'indiquer au consommateur quelle est « l'identité d'origine » des produits ou des services pour lesquels elle est enregistrée, cette fonction, qui vise à garantir au consommateur que les produits ou les services

concernés ont été fabriqués ou fournis sous le contrôle d'une entreprise unique à laquelle peut être attribuée la responsabilité de leur qualité, étant propre aux marques individuelles (voir, notamment, arrêt du 8 juin 2017, W. F. Gözze Frottierweberei et Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, point 41 et jurisprudence citée).

54 Il y a lieu de relever, à cet égard, que l'article 66 du règlement nº 207/2009 n'exige nullement que les fabricants, producteurs, prestataires ou commerçants s'affiliant à l'association titulaire d'une marque collective de l'Union européenne fassent partie d'un même groupe de sociétés qui fabrique ou fournit des produits ou des services sous un contrôle unique. Ce règlement ne s'oppose pas à ce que les membres d'une telle association soient des concurrents dont chacun utilise la marque collective indiquant son affiliation à ladite association, d'une part, et une marque individuelle indiquant l'identité d'origine de ses produits ou services, d'autre part.

55 Il découle également de la jurisprudence de la Cour, rappelée au point 26 de l'arrêt attaqué, qu'une marque fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée, conformément à sa fonction essentielle, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour les produits et les services pour lesquels elle est enregistrée (voir, notamment, en ce qui concerne les marques individuelles, arrêts du 11 mars 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, point 43, et du 3 juillet 2019, Viridis Pharmaceutical/EUIPO, C-668/17 P, EU:C:2019:557, point 38).

56 Cette jurisprudence s'applique, mutatis mutandis, aux marques collectives de l'Union européenne. En effet, ces marques se situent, à l'instar des marques individuelles, dans la vie des affaires. Leur usage doit donc, afin de pouvoir être qualifié de « sérieux », au sens de l'article 15, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009, s'inscrire effectivement dans l'objectif des entreprises concernées de créer ou de conserver un débouché pour leurs produits et services.

57 Il s'ensuit qu'une marque collective de l'Union européenne fait l'objet d'un usage sérieux lorsqu'elle est utilisée conformément à sa fonction essentielle, qui est de distinguer les produits ou les services des membres de l'association qui en est le titulaire de ceux d'autres entreprises, aux fins de créer ou de conserver un débouché pour ces produits et ces services.

58 Plus particulièrement, il est fait usage d'une telle marque conformément à sa fonction essentielle dès l'instant où il permet au consommateur de comprendre que les produits ou les services visés proviennent d'entreprises qui sont affiliées à l'association, titulaire de la marque, et de distinguer ainsi ces produits ou services de ceux provenant d'entreprises qui n'y sont pas affiliées.

59 Or, au point 41 de l'arrêt attaqué, le Tribunal a admis que la marque en cause, conformément à sa fonction en tant que marque collective, fait référence au fait que le producteur ou le distributeur des produits litigieux fait partie du système d'accord de licence de la requérante.

60 Il s'ensuit qu'une telle marque collective est utilisée conformément à sa fonction essentielle, sans qu'une telle conclusion puisse être remise en cause, compte tenu de ce qui a été exposé au point 54 du présent arrêt, par l'affirmation, contenue au point 41 de l'arrêt attaqué, selon laquelle le public pertinent est parfaitement en mesure de distinguer entre une marque qui indique l'origine commerciale du produit et une marque qui signale la valorisation des déchets d'emballage du produit lui-même.

61 Le Tribunal a certes encore relevé, au point 44 de l'arrêt attaqué, que la requérante n'était pas parvenue à prouver que l'usage de la marque en cause visait à créer ou à conserver un débouché pour les produits litigieux, de telle sorte qu'il ne pouvait exister un usage sérieux de celle-ci en rapport avec ces produits.

62 Toutefois, aux fins de déterminer si cette exigence était remplie, il y avait lieu, conformément à la jurisprudence constante de la Cour, d'examiner si la marque en cause est effectivement utilisée « sur le marché » des produits ou des services visés. Cet examen devait être réalisé en évaluant, en particulier, les usages considérés comme justifiés dans le secteur économique concerné pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits ou des services protégés par la marque, la nature de ces produits ou de ces services, les caractéristiques du marché, ainsi que l'étendue et la fréquence de l'usage de la marque (voir, notamment, arrêts du 11 mars 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, points 37 et 43, ainsi que du 3 juillet 2019, Viridis Pharmaceutical/EUIPO, C-668/17 P, EU:C:2019:557, points 39 et 41).

63 Or, si le Tribunal a effectivement mentionné ces critères au point 27 de l'arrêt attaqué, force est cependant de constater qu'il a, par la suite, omis de les appliquer au cas d'espèce.

64 Ainsi qu'il ressort des points 3 et 41 de l'arrêt attaqué, il était constant devant le Tribunal que la marque en cause a été enregistrée pour des produits très divers, qui relèvent d'un large éventail de catégories de produits des classes 1 à 34, au sens de l'arrangement de Nice, et que les produits ainsi visés sont emballés lors de leur mise en vente. Il était également constant que ces emballages deviennent, après que le consommateur a déballé ou utilisé le produit, des déchets.

65 Le Tribunal a par ailleurs constaté, aux points 41 et 42 de cet arrêt, que l'usage de la marque en cause est effectivement perçu par le public pertinent comme indiquant le fait que les fabricants et les distributeurs des produits visés se sont affiliés au système commun de traitement écologique établi par DGP, et que ce système permet au consommateur, en cas d'achat de ces produits, d'emmener les déchets d'emballage vers un point de collecte de proximité aux fins de leur élimination et de leur valorisation. Le Tribunal a également considéré, au point 44 dudit arrêt, qu'en agissant ainsi, lesdits fabricants et distributeurs se conforment à l'obligation, pesant sur eux en vertu du droit de l'Union, de contribuer à la valorisation des déchets d'emballage de produits.

66 Tout en ayant ainsi constaté que les entreprises affiliées au système de DGP indiquent d'une manière effective, par l'apposition de la marque en cause sur le conditionnement de leurs produits, à quel système de collecte et de valorisation des déchets d'emballage elles participent en leur qualité de fabricants et de distributeurs, le Tribunal a décidé, aux points 44 et 45 de l'arrêt attaqué, qu'il n'était pas établi que l'usage de la marque en cause s'inscrivait effectivement dans l'objectif de ces entreprises de créer ou de conserver un débouché pour leurs produits.

67 Conformément aux critères d'appréciation énoncés par la jurisprudence de la Cour rappelée au point 62 du présent arrêt, il incombait au Tribunal, avant de parvenir à cette conclusion et de prononcer ainsi la déchéance des droits du titulaire sur la marque en cause pour la quasi-totalité des produits pour lesquels celle-ci est enregistrée, d'examiner si l'usage dûment démontré en l'espèce, à savoir l'apposition de la marque en cause sur le conditionnement des produits des entreprises affiliées au système de DGP, est considéré, dans les secteurs économiques concernés, comme justifié pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits.

68 Un tel examen, qui devait également porter sur la nature des produits concernés et des caractéristiques des marchés sur lesquels ceux-ci sont mis en vente, fait défaut dans l'arrêt attaqué. Le Tribunal a certes constaté que le consommateur comprend que le système de DGP porte sur la collecte de proximité et la valorisation des emballages des produits et non sur la collecte ou la valorisation des produits eux-mêmes, mais n'a pas dûment examiné si l'indication au consommateur, lors de la mise en vente des produits, de la mise à disposition d'un tel système de collecte de proximité et d'élimination écologique des déchets d'emballage, apparaît, dans les secteurs économiques concernés ou dans certains de ceux-ci, justifiée pour maintenir ou créer des parts de marché au profit des produits.

69 S'il ne pouvait, à cet égard, être attendu du Tribunal qu'il opère cet examen séparément pour chacune des descriptions détaillées de produits figurant dans l'acte d'enregistrement de la marque en cause, il importait néanmoins, en raison de la diversité des produits concernés par une telle marque, de fournir un examen qui distingue différentes catégories de produits en fonction de leur nature et des caractéristiques des marchés, et qui évalue, pour chacune de ces catégories de produits, si l'usage de la marque en cause s'inscrit effectivement dans la poursuite de l'objectif de maintenir ou de créer des parts de marché.

70 Ainsi, certains des secteurs économiques concernés portent sur des produits de consommation courante, tels que des aliments, des boissons, des produits d'hygiène corporelle et des produits d'entretien, qui sont susceptibles de générer quotidiennement des déchets d'emballage dont le consommateur doit se débarrasser. Dès lors, il ne saurait être exclu que l'indication par le fabricant ou le distributeur, sur l'emballage des produits de ce type, de l'affiliation à un système de collecte de proximité et de traitement écologique des déchets d'emballage puisse influer sur les décisions d'achat des consommateurs et, ainsi, contribuer au maintien ou à la création de parts de marché relatives à ces produits.

71 Or, au point 45 de l'arrêt attaqué, le Tribunal s'est limité à affirmer, de manière générale et pour l'ensemble des produits litigieux, que, même si le choix du consommateur était influencé par la qualité de l'emballage du produit concerné, la marque en cause ne créerait ou ne conserverait un débouché par rapport aux autres opérateurs économiques qu'en ce qui concerne l'emballage et non le produit concerné. Un tel raisonnement ne se fonde pas sur les critères rappelés au point 62 du présent arrêt et aboutit d'ailleurs à considérer, de manière contradictoire, que, même dans le cas où l'usage de la marque en cause contribue à l'achat des produits sur le conditionnement desquels cette marque est apposée, cet usage doit être considéré comme étant étranger au maintien ou à la création d'un débouché pour ces produits.

72 Il convient encore de relever que la nécessité, aux fins de l'appréciation du caractère sérieux de l'usage d'une marque, d'un examen qui tient dûment compte de la nature des produits ou des services visés ainsi que des caractéristiques de leurs marchés respectifs et qui distingue, par conséquent, plusieurs types de produits ou services lorsque ces derniers présentent une importante diversité, reflète adéquatement la gravité de l'enjeu de ladite appréciation. Cette dernière détermine, en effet, si le titulaire d'une marque est déchu des droits sur celle-ci et, dans l'affirmative, pour quels produits ou services cette déchéance est déclarée.

73 À ce dernier égard, il importe, certes, que le respect de l'exigence d'un usage qui s'inscrit effectivement dans l'objectif de créer ou de conserver un débouché pour les produits et les services pour lesquels la marque est enregistrée soit assuré, afin que le titulaire de celle-ci ne demeure pas indûment protégé pour des produits ou des services dont la commercialisation n'est pas véritablement promue par cette marque. Il est, cependant, tout aussi important que les titulaires des marques et, dans le cas d'une marque collective, leurs membres puissent, d'une manière dûment protégée, exploiter leur signe dans la vie des affaires.

74 Ayant omis d'opérer l'examen visé à la jurisprudence rappelée au point 62 du présent arrêt, le Tribunal a commis une erreur de droit dans l'application de la notion d'« usage sérieux », au sens de l'article 15, paragraphe 1, du règlement nº 207/2009.

75 Par conséquent, le moyen unique du pourvoi est fondé et l'arrêt attaqué doit être annulé.

Sur le recours devant le Tribunal

76 Il résulte de l'article 61, premier alinéa, du statut de la Cour de justice de l'Union européenne que, lorsque le pourvoi est fondé, la Cour peut statuer elle-même définitivement sur le litige, lorsque celui-ci est en état d'être jugé.

77 En l'espèce, la Cour dispose des éléments nécessaires pour statuer définitivement sur le moyen unique du recours de première instance.

78 Il ressort de la décision litigieuse, dont la teneur est exposée aux points 19 et 20 du présent arrêt, que la cinquième chambre de recours de l'EUIPO s'est fondée sur des motifs qui correspondent, en substance, à ceux contenus dans l'arrêt attaqué. En effet, le Tribunal a pour l'essentiel repris le raisonnement de cette chambre de recours. Ainsi qu'il ressort du point 74 du présent arrêt, ce raisonnement est erroné en droit en ce qu'il méconnaît la portée de la notion d'« usage sérieux », au sens de l'article 15 du règlement nº 207/2009.

79 Par conséquent, il y a lieu d'annuler la décision litigieuse.

Sur les dépens

80 Aux termes de l'article 184, paragraphe 2, du règlement de procédure de la Cour, lorsque le pourvoi est fondé et que la Cour juge elle-même définitivement le litige, elle statue sur les dépens.

81 Conformément à l'article 138, paragraphe 1, de ce règlement, applicable à la procédure de pourvoi en vertu de l'article 184, paragraphe 1, de celui-ci, toute partie qui succombe est condamnée aux dépens, s'il est conclu en ce sens.

82 DGP ayant conclu à la condamnation de l'EUIPO aux dépens et ce dernier ayant succombé en ses conclusions, il y a lieu de le condamner à supporter, outre ses propres dépens, les dépens exposés par DGP dans le cadre tant du présent pourvoi que de la procédure de première instance.

Par ces motifs, la Cour (cinquième chambre) déclare et arrête :

1) L'arrêt du Tribunal de l'Union européenne du 12 septembre 2018, Der Grüne Punkt/EUIPO – Halston Properties (Représentation d'un cercle avec deux flèches) (T-253/17, EU:T:2018:909), est annulé.

2) La décision de la cinquième chambre de recours de l'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO), du 20 février 2017 (affaire R 1357/2015-5), est annulée.

3) L'Office de l'Union européenne pour la propriété intellectuelle (EUIPO) supporte, outre ses propres dépens, ceux exposés par Der Grüne Punkt – Duales System Deutschland GmbH dans le cadre tant du présent pourvoi que de la procédure de première instance.

Signatures