

Affaire C-133/20

Demande de décision préjudicielle

Date de dépôt :

11 mars 2020

Juridiction de renvoi :

Hoge Raad der Nederlanden (Pays-Bas)

Date de la décision de renvoi :

6 mars 2020

Partie requérante :

European Pallet Association eV

Partie défenderesse :

PHZ BV

[OMISSIS]

Hoge Raad der Nederlanden

Chambre civile

[ci-après la « juridiction de céans »] [OMISSIS]

Date 6 mars 2020

ARRÊT

rendu dans le litige opposant

une personne morale de droit allemand, EUROPEAN PALLET
ASSOCIATION eV, établie à Münster, Allemagne,

DEMANDERESSE en cassation,

ci-après : EPAL,

[OMISSIS]

contre

PHZ BV,

établie à Zoetermeer (Pays-Bas),

DÉFENDERESSE en cassation.

ci-après : PHZ

[OMISSIS] [Or. 2]

1. Déroulement de la procédure de cassation

1.1 [OMISSIS]

1.2 [OMISSIS : description du déroulement de la procédure]

2. Prémisses factuelles et faits

2.1 Au stade de la procédure de cassation, les prémisses suivantes peuvent être retenues :

- i) EPAL est titulaire de la marque de l'Union européenne verbale/figurative « EPAL », portant le numéro de dépôt 472415 et enregistrée le 22 décembre 1998 pour, notamment, des « palettes réutilisables » (classes 6 et 20). La marque a été désignée comme marque collective.
- ii) Il existe un système de droit privé (également appelé ci-après « système EPAL ») de normalisation des palettes dites « EUR/EPAL ». Dans le cadre de ce système, les palettes (ci-après « europalettes »), même après réparation, doivent respecter certaines normes et spécifications. En vertu du système, la fabrication et la réparation des europalettes ainsi que leur commerce sont réservés aux entreprises titulaires d'un droit d'usage octroyé par EPAL (les licenciés).
- iii) EPAL est chargée de la gestion et du contrôle de la qualité des europalettes. Ces palettes sont revêtues des marques « EUR » et/ou « EPAL » apposées au feu sur le dé et sont mises ainsi dans le commerce. EPAL a pour objectif de créer et de maintenir, au niveau mondial, un système de pool ouvert dans lequel la qualité et les caractéristiques des palettes sont constantes, ce qui rend possible leur échange. EPAL s'occupe également de la lutte contre la falsification de ces palettes.
- iv) PHZ ne dispose pas d'un droit d'usage tel que mentionné au point ii) ci-dessus. Elle s'est livrée en 2014 à la réparation et à la commercialisation ultérieure d'europalettes portant la marque EPAL.

2.2.1 Dans le cadre de la présente procédure, EPAL formule les demandes suivantes, dans la mesure où ces prétentions sont aussi pertinentes au stade de la cassation :

- une déclaration pour droit selon laquelle PHZ a commis une contrefaçon de marque ou un quasi-délit en réparant et en commercialisant des palettes réparées initialement mises dans le commerce sous la marque EPAL ;
- une injonction, assortie d'une astreinte, ordonnant la cessation de la réparation et de la commercialisation ultérieure de palettes revêtues de la marque EPAL.

En substance, EPAL soutient, à cet égard, que PHZ a non seulement réparé des europalettes revêtues de la marque EPAL, mais s'est également livrée à la commercialisation ultérieure de telles palettes. [Or. 3]

2.2.2 Le Rechtbank [Den Haag (le tribunal de la Haye, Pays-Bas ; ci-après le « tribunal de première instance »)] a fait droit aux demandes en tant qu'elles concernaient la commercialisation ultérieure des europalettes, mais les a rejetées en tant qu'elles concernaient la simple réparation de celles-ci ¹.

2.2.3 Le [Gerechtshof Den Haag (la cour d'appel de la Haye, Pays-Bas ; ci-après la « cour d'appel »)] a confirmé le jugement du tribunal de première instance en ce que ce dernier avait, avec effet immédiat à compter de la signification de ce jugement et sous peine d'astreinte, ordonné à PHZ de cesser de façon permanente la commercialisation ultérieure des palettes revêtues de la marque EPAL sur lesquelles elle effectuait des réparations consistant en des modifications de leur état qui n'étaient pas d'importance secondaire, au sens de l'arrêt de la Cour de justice Benelux du 6 novembre 1992, Automotive Products/Valeo. La cour d'appel a infirmé le jugement du tribunal de première instance et rejeté les demandes d'EPAL pour le surplus ². Les motifs retenus par la cour d'appel sont, dans la mesure de ce qui intéresse la procédure de cassation, les suivants :

L'interdiction prononcée par le tribunal de première instance n'est pas contestée en ce qu'elle vise la commercialisation de palettes que PHZ a réparées elle-même, les réparations ayant consisté en des « modifications de l'état qui ne sont pas d'importance secondaire », au sens de l'arrêt Valeo de la Cour de justice Benelux. (point 3.2 des motifs).

Les europalettes faisant l'objet du présent litige ont été mises en circulation par le titulaire de la marque ou avec son consentement. Vu l'article 13 du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil, du 26 février 2009, sur la marque communautaire (JO 2009, L 78, p. 1 ; ci-après le « règlement sur la marque communautaire ») – lequel règlement est encore applicable au cas d'espèce –, EPAL ne peut donc interdire la commercialisation ultérieure que si des motifs légitimes justifient

¹ [OMISSIS]

² [OMISSIS]

qu'elle s'oppose à celle-ci, notamment lorsque l'état des produits a été modifié ou altéré après leur mise dans le commerce (point 3.6 des motifs).

EPAL a précisé, lors de sa plaidoirie en appel, que c'est le fait que les palettes étaient abîmées avant leur réparation – et non pas la réparation elle-même, donc – qui constitue la modification au sens de l'article 13, paragraphe 2, du règlement sur la marque communautaire. Elle considère (ainsi) la réparation comme n'étant plus une modification de l'état des palettes. Cela a pour conséquence que l'action en contrefaçon ne peut pas être accueillie sur le fondement de l'existence de modifications au sens de l'article 13, paragraphe 2, du règlement, car il n'a pas été affirmé et il n'est pas apparu que PHZ aurait commercialisé des palettes abîmées (points 4.2 et 4.3 des motifs).

EPAL considère qu'il existe néanmoins un motif légitime au sens de l'article 13 du règlement sur la marque communautaire, car la fonction d'indication d'origine ou la fonction de garantie de qualité de la marque EPAL n'est plus garantie lorsqu'un non-licencié effectue des réparations (points 4.4 et 4.7 des motifs).

Le titulaire de la marque peut s'opposer à la commercialisation ultérieure des produits s'il existe un motif légitime et si la commercialisation ultérieure porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte aux fonctions de la marque (point 4.5 des motifs).

Il est porté atteinte à la fonction d'indication d'origine, entre autres, lorsque la marque est utilisée dans la publicité du revendeur d'une manière susceptible de donner l'impression qu'il existe un lien commercial entre celui-ci et le titulaire de la marque (en l'espèce : EPAL et/ou ses membres), et notamment que l'entreprise du revendeur appartient au réseau de distribution du titulaire de la marque ou qu'il existe une relation spéciale entre les deux entreprises. PHZ se livre à la commercialisation ultérieure des palettes qu'elle a achetées. Elle vend donc des produits d'occasion et il faut supposer que ses clients le savent. D'ailleurs, PHZ indique cela sur son [Or. 4] site Internet, où l'on trouve l'image d'une europalette revêtue de la marque EPAL. Ces circonstances, par leur nature, ne permettent pas de conclure que l'impression aurait été donnée que PHZ et EPAL/ses membres sont liés économiquement et ne permettent pas davantage d'affirmer que le site Internet de PHZ porterait gravement atteinte à la réputation de la marque (point 4.9 des motifs).

La fonction de la marque collective EPAL est de garantir que ces produits proviennent d'un membre/licencié d'EPAL (c'est-à-dire qu'ils ont une source initiale), ce qui garantit leur qualité au moment de la première commercialisation. La marque n'a pas pour fonction de garantir leur qualité postérieurement à cela et elle ne garantit pas non plus que des réparations n'y seront pas apportées par des tiers. Il n'est donc pas possible de se servir d'une marque collective afin d'obliger à ce que des palettes, après leur mise dans le commerce avec le consentement du titulaire de la marque, soient réparées exclusivement par les membres et les licenciés du titulaire de la marque selon certaines normes, afin de maintenir la

qualité des produits après leur première commercialisation. Donc, contrairement à ce que soutient EPAL, la fonction d'origine n'est pas en cause dans le cas où un non-licencié effectue des réparations et où la qualité constante des europalettes ne peut pas ensuite être garantie lors d'une commercialisation ultérieure (point 4.10 des motifs).

Pour la même raison, les fonctions de garantie de qualité et d'investissement ne sont pas affectées non plus. En outre, la position d'EPAL selon laquelle les réparations effectuées par PHZ ne constituent pas une modification de l'état du produit implique que la commercialisation ultérieure par PHZ des palettes réparées ne porte pas atteinte à ces fonctions de la marque puisque les palettes ne se trouvent (ainsi) pas modifiées par la réparation et ne doivent, de ce fait, pas être considérées comme étant de plus mauvaise qualité qu'auparavant ni, partant, comme portant atteinte à la renommée de la marque EPAL (point 4.11 des motifs).

Les arguments subsidiaires d'EPAL, selon lesquels toute réparation effectuée par un non-licencié impliquerait une modification d'une importance plus que secondaire, sont intrinsèquement contradictoires et incompréhensibles, et ils sont dépourvus de pertinence compte tenu des considérations qui précèdent (point 4.13 des motifs).

Il n'existe pas de motifs légitimes tels que visés à l'article 13, paragraphe 2, du règlement sur la marque communautaire, car aucune des fonctions de la marque EPAL n'est ou ne peut être affectée du fait de la commercialisation ultérieure par PHZ (point 4.14 des motifs). Le droit de marque d'EPAL est donc, pour ce qui concerne la présente cause, épuisé pour les europalettes (point 5.1 des motifs).

EPAL a, à titre subsidiaire, fondé ses prétentions sur l'existence d'un quasi-délit. Elle a fait reposer cette demande sur l'argument que, en commercialisant des palettes de marque EPAL qui ne répondent pas aux normes du système EPAL, PHZ a porté atteinte à ce système. De ce fait, la demande fondée sur le quasi-délit repose essentiellement sur la considération que PHZ utilise la marque EPAL, de sorte que ces prétentions partagent le sort de celles fondées sur le droit de marque (point 5.3 des motifs).

3. Appréciation du moyen de cassation

3.1.1 La première branche du moyen concerne la thèse d'EPAL selon laquelle elle aurait un motif légitime de s'opposer à la commercialisation ultérieure des palettes en raison de la modification ou de l'altération de leur état.

Les sous-branches 1.1.1 et 1.1.2 du moyen reprochent à la cour d'appel d'avoir (au point 4.2 des motifs de son arrêt) négligé de tenir compte du fait qu'EPAL a soutenu qu'elle avait un motif légitime, lequel consistait dans la conservation du système EPAL, ainsi que dans le contrôle et la prévention de l'affaiblissement de celui-ci. Il est ensuite, dans lesdites sous-branches du moyen, reproché à la cour

d'appel d'avoir méconnu que, ainsi qu'EPAL l'a fait valoir, toute réparation effectuée par PHZ (ou par d'autres [Or. 5] non-licenciés) devrait être considérée comme une modification d'une importance plus que secondaire. Selon les sous-branches du moyen, l'argument d'EPAL selon lequel l'état d'une palette est modifié par la dégradation du produit avant sa réparation ne remettrait pas en cause le fait que toute réparation effectuée par PHZ doit être considérée comme une modification d'importance plus que secondaire.

La sous-branche 1.1.3 du moyen conteste l'appréciation effectuée par la cour d'appel au point 4.3 des motifs de son arrêt et fait valoir (en substance) qu'il peut également y avoir modification lorsque les produits ne sont pas abîmés.

La sous-branche 1.1.4 du moyen reproche à la cour d'appel d'avoir, au point 4.3 des motifs de son arrêt, ignoré l'argument d'EPAL selon lequel la réparation par PHZ des palettes abîmées ne remet pas en question l'existence de la modification de l'état des produits résultant du fait que ceux-ci étaient abîmés.

La sous-branche 1.1.5 du moyen fait grief à la cour d'appel d'avoir (au point 4.13 des motifs) méconnu qu'il ressort d'une jurisprudence constante que des arguments subsidiaires avancés par une partie ne peuvent pas être écartés pour le seul motif qu'ils contredisent les arguments avancés par cette partie à titre principal.

3.1.2 La deuxième branche du moyen tient à grief que l'appréciation de la cour d'appel (au point 4.5 des motifs de son arrêt) trahit une erreur de droit en ce que la cour est partie du principe que le titulaire d'une marque ne peut s'opposer à la commercialisation ultérieure des produits que si i) il existe un motif légitime et ii) la commercialisation ultérieure est susceptible de porter atteinte aux fonctions de la marque. Or, lorsque le titulaire de la marque a un motif légitime de s'opposer à la commercialisation ultérieure des produits, la commercialisation porterait également atteinte aux fonctions de la marque. Il ne s'agirait donc pas, d'après cette branche du moyen, de deux critères devant être remplis séparément.

3.1.3 La sous-branche 3.1 du moyen reproche tout d'abord à la cour d'appel d'avoir (au point 4.9 des motifs) méconnu que la personne qui commercialise des produits révisés doit, en principe, faire tout ce qui est raisonnablement possible, lors de cette commercialisation, pour faire comprendre qu'il s'agit de produits révisés. Puis, la cour d'appel n'aurait pas tenu compte du fait que l'impression d'un lien commercial entre, d'une part, PHZ et, d'autre part, EPAL ou les membres d'EPAL peut résulter non seulement de la publicité relative aux produits concernés, mais également de la commercialisation de ces produits et de tout autre usage d'un signe identique ou semblable à la marque. Par exemple, il peut, à cet égard, être important de savoir si la création de l'impression erronée d'un lien économique entre le titulaire de la marque et le tiers est évitée grâce à l'étiquetage. La sous-branche du moyen se réfère, à ce propos, à l'arrêt Valeo de

la Cour de justice Benelux³, à l'arrêt rendu par la Cour de justice UE dans l'affaire Viking Gas⁴ et à l'arrêt de la juridiction de céans rendu dans l'affaire Kool/Primagaz⁵.

3.1.4 La sous-branche 3.2 du moyen est dirigée contre l'appréciation de la cour d'appel (au point 4.10 des motifs) selon laquelle la marque n'a pas pour fonction de garantir la qualité d'un produit après la première commercialisation, qu'elle ne garantit pas non plus que des réparations ne seront pas apportées au produit par des tiers, et qu'il n'est pas possible de se servir d'une marque collective afin d'obliger à ce que des palettes, après leur mise dans le commerce avec le consentement du titulaire de la marque, soient réparées exclusivement par certaines personnes (y compris morales) – à savoir les membres/licenciés de celui-ci – selon certaines normes, afin de maintenir la qualité des produits après leur première commercialisation.

La sous-branche 3.2.1 du moyen reproche à la cour d'appel d'avoir méconnu que les fonctions de la marque EPAL [Or. 6] ne concernent pas seulement la qualité lors de la première commercialisation, mais aussi, précisément, par la suite. Cela serait lié à la nature des produits, lesquels sont interchangeables, sont destinés à être (fréquemment) réutilisés et sont souvent très lourdement chargés. Des exigences élevées doivent donc être imposées pour la fabrication et la réparation des palettes, et les utilisateurs doivent pouvoir s'attendre à ce que celles-ci respectent ces exigences, ainsi qu'il ressort de cette sous-branche du moyen.

La sous-branche 3.2.2 du moyen reproche à la cour d'appel de n'avoir, à la dernière phrase du point 4.10 des motifs de son arrêt, pas tenu compte du fait qu'EPAL a fait valoir que seule la commercialisation ultérieure de palettes réparées par PHZ sur lesquelles sa marque est apposée porte atteinte à son droit de marque. En effet, EPAL a soutenu que, si PHZ souhaite se livrer elle-même à la réparation d'europalettes mais ne souhaite pas adhérer à EPAL, alors il lui incombe d'enlever et/ou de recouvrir les marquages EPAL pour qu'il apparaisse clairement aux yeux du public qu'il s'agit de palettes révisées. Selon la sous-branche en question du moyen, il serait possible d'enlever la marque collective d'EPAL sans compromettre l'efficacité et/ou l'attractivité du produit.

La sous-branche 3.2.3 du moyen reproche à la cour d'appel d'avoir (au point 4.10 des motifs) méconnu la nature de la marque collective ainsi que les aspects inhérents à cette nature. Le règlement d'usage relatif à la marque collective EPAL pose des exigences à la fois à l'égard des membres d'EPAL et en ce qui concerne l'usage de la marque par ces derniers. De ce fait, ainsi qu'il ressort de cette sous-branche du moyen, la marque collective EPAL aurait bel et bien pour fonction de garantir la qualité des produits après leur première commercialisation.

³ Arrêt de la Cour de justice Benelux du 6 novembre 1992, Automotive Products/Valeo.

⁴ Arrêt du 14 juillet 2011 (C-46/10, EU:C:2011:485).

⁵ Hoge Raad, 5 janvier 2018 (ECLI :NL :HR :2018 :10).

La sous-branche 3.2.4 du moyen fait grief à la cour d'appel de s'être, en ce qui concerne la fonction d'indication d'origine, fondée sur une erreur de droit en acceptant la thèse que cette fonction peut se trouver en cause lors d'une première commercialisation, mais pas après. En effet, ainsi qu'il ressort de la sous-branche en question du moyen, il est, dans les cas visés à l'article 13, paragraphe 2, du règlement sur la marque communautaire, question, par définition, de la commercialisation ultérieure de produits après leur mise en circulation.

3.1.5 La quatrième branche du moyen est dirigée contre l'opinion de la cour d'appel (exprimée au point 5.3 des motifs) selon laquelle les prétentions d'EPAL fondées sur la responsabilité quasi-délictuelle reposent essentiellement sur l'argument que PHZ utilise la marque EPAL et partagent donc le sort des prétentions fondées sur le droit des marques. Selon la sous-branche 4.1 du moyen, la cour d'appel a négligé de tenir compte du fait que, ainsi qu'EPAL l'a fait valoir, PHZ n'effectue pas les réparations en se conformant aux normes de qualité et spécifications strictes qui y sont applicables et se soustrait à d'autres obligations auxquelles les membres d'EPAL sont eux soumis, alors que PHZ commercialise bel et bien des palettes en tant qu'europalettes. Ce faisant, PHZ profite du système EPAL au détriment d'EPAL et de ses membres, leur fait une concurrence déloyale et affaiblit l'union EPAL et son système. La sous-branche du moyen fait valoir que c'est à tort que la cour d'appel n'a pas examiné si ce comportement à l'égard d'EPAL en tant que titulaire de la marque collective était constitutif d'un quasi-délit.

3.2.1 Toutes les branches du moyen, à l'exception de la quatrième, contiennent donc des griefs relatifs à la question de savoir si l'article 13, paragraphe 2, du règlement sur la marque communautaire (c'est-à-dire le règlement de 2009, lequel est encore applicable à la présente affaire) permet à EPAL d'invoquer sa marque collective pour s'opposer à ce que PHZ, qui n'est pas membre ou licencié d'EPAL, se livre à la commercialisation ultérieure sous la marque EPAL de palettes mises en circulation sous cette même marque par EPAL, dans la mesure où ces palettes ont été réparées par PHZ.

3.2.2 En vertu de l'article 13, paragraphe 2, lu en combinaison avec l'article 13, paragraphe 1, du règlement sur la marque communautaire, une telle opposition n'est possible que si EPAL a des motifs légitimes qui la justifient, ce dont il est question notamment, ainsi qu'il ressort du libellé de la disposition, **[Or. 7]** lorsque l'état des produits est modifié ou altéré après leur mise dans le commerce.

3.2.3 La Cour de justice UE ne s'est pas encore prononcée sur la question de savoir si (et, le cas échéant, dans quelles conditions) la commercialisation ultérieure par un non-licencié de produits d'une certaine marque qui ont été réparés peut constituer un motif légitime pour le titulaire de la marque de s'opposer à ce que les produits fassent l'objet de la commercialisation ultérieure sous cette marque.

3.2.4 Le premier aspect de cette question centrale qui appelle un examen est le point de savoir si la « doctrine des fonctions » – à savoir les fonctions d'indication

d'origine et de garantie de qualité, ainsi que les fonctions de communication, d'investissement et de publicité⁶ – qui a été introduite par la Cour de justice UE dans le cadre de l'interprétation (en particulier) de l'article 5, paragraphe 1, sous a), de la première directive 89/104/CEE sur les marques, en ce qui concerne l'étendue de la protection conférée par la marque, joue également un rôle dans l'application de l'article 13, paragraphe 2, du règlement sur la marque communautaire et, si tel est le cas, si elle intervient, à cet égard, comme interprétation de la notion de « motifs légitimes » ou comme exigence supplémentaire, pour que le titulaire de la marque puisse s'opposer avec succès à une commercialisation ultérieure. La question se pose également de savoir si l'existence de « motifs légitimes » peut toujours être considérée comme établie lorsqu'une commercialisation ultérieure porte atteinte ou est susceptible de porter atteinte à une ou plusieurs de ces fonctions.

3.2.5 On peut concevoir que la faculté pour le titulaire de la marque de s'opposer à la commercialisation ultérieure de produits réparés soit influencée par les points de savoir si a) il s'agit de produits pour la réparation desquels des exigences techniques élevées doivent, pour des raisons de sécurité par exemple, être imposées et b) une réparation est une modification de l'état du produit qui est ou non d'importance secondaire (comme cela était exigé par la jurisprudence de la Cour de justice Benelux sous l'empire de la législation Benelux de l'époque⁷). Cela concerne donc la question de savoir si la nature des produits en cause ou de la réparation effectuée est pertinente en ce qui concerne la question des motifs légitimes.

3.2.6 À cet égard, la question se pose également de savoir si des circonstances particulières, telles que celles de l'espèce décrites ci-dessus aux points 2.1 ii) et iii), entrent ou sont susceptibles d'entrer en ligne de compte dans l'appréciation de l'existence d'un motif légitime.

3.2.7 Compte tenu de la jurisprudence de la Cour de justice UE dans l'affaire Viking Gas⁸, il faudra peut-être juger qu'un motif légitime est établi lorsque la marque est utilisée de manière à donner l'impression qu'il existe un lien économique entre son titulaire (ou les licenciés de celui-ci) et la partie qui effectue la commercialisation ultérieure des produits, et notamment que ladite partie appartient au réseau de distribution du titulaire ou qu'il existe une relation spéciale entre les deux. À l'inverse, il est possible qu'il faille, sur la base de cette jurisprudence, conclure à l'absence de motifs légitimes si l'on fait clairement apparaître, après la réparation des palettes, que celle-ci n'a pas été effectuée par le titulaire de la marque ou un licencié de ce dernier. On peut, à ce propos, songer à l'étiquetage des palettes, combiné ou non à l'enlèvement de la marque. Un point

⁶ Voir, pour la jurisprudence la plus récente, arrêt du 19 septembre 2013, Martin Y Paz Diffusion (C-661/11, EU:C:2013:577).

⁷ Arrêt de la Cour de justice Benelux du 6 novembre 1992, Automotive Products/Valeo.

⁸ Arrêt du 14 juillet 2011 (C-46/10, EU:C:2011:485).

qui peut présenter une importance à cet égard est celui de savoir si la marque peut être [Or. 8] aisément enlevée, sans que cela affecte la qualité technique ou l'aptitude pratique des palettes.

3.2.8 Ensuite, s'agissant, en l'espèce, d'une marque collective, se pose la question de savoir si la réponse aux questions précédentes est aussi valable, telle quelle ou non, pour une marque collective. À cet égard, il est important de noter que, contrairement au règlement (UE) 2017/1001 sur la marque de l'Union européenne, le règlement sur la marque communautaire (c'est-à-dire celui de 2009) ne connaît pas la marque de certification, de sorte qu'il y aura peut-être lieu de l'interpréter en ce sens que la marque collective, compte tenu également du règlement d'usage prescrit en son article 67, fournit ou peut fournir une garantie de qualité plus étendue que celle qui s'impose au moment de la première commercialisation (c'est-à-dire la commercialisation par le titulaire de la marque ou ses membres).

3.2.9 Puisque toutes ces questions juridiques n'ont pas été tranchées auparavant par la Cour de justice UE et sont pertinentes pour la résolution du présent litige, la juridiction de céans soumettra à la Cour des questions d'interprétation à ce sujet, telles qu'elles sont formulées ci-après.

[OMISSIS : suspension de la procédure]

[OMISSIS : renvoi à des points antérieurs de l'arrêt]

5. Questions préjudicielles

1.

a) Un recours utile à l'article 13, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 207/2009 sur la marque communautaire exige-t-il que la commercialisation ultérieure des produits en cause revêtus de la marque porte atteinte ou puisse porter atteinte à une ou plusieurs des fonctions de la marque telles que décrites au point 3.2.4 des motifs ?

b) Pour le cas où la question 1(a) appellerait une réponse affirmative, l'exigence en question vient-elle s'ajouter à celle de l'existence de « motifs légitimes » ?

c) L'atteinte à une ou plusieurs des fonctions de la marque visées dans la question 1(a) est-elle toujours suffisante pour que le recours à l'article 13, paragraphe 2, du règlement soit utile ?

2.

a) Peut-on considérer de manière générale qu'un titulaire d'une marque peut invoquer l'article 13, paragraphe 2, du règlement sur la marque communautaire

pour s'opposer à ce que des produits fassent l'objet d'une commercialisation ultérieure sous sa marque lorsque ces produits sont réparés par d'autres que lui-même ou les personnes auxquelles il a donné une autorisation à cette fin ?

b) Pour le cas où la question 2(a) appellerait une réponse négative, l'existence de « motifs légitimes » au sens de l'article 13, paragraphe 2, du règlement est-elle, lorsque des produits mis dans le commerce par le titulaire de la marque ou avec son consentement ont été réparés par un tiers, fonction de la nature des produits ou de la nature de la réparation effectuée (telles qu'évoquées au point 3.2.5 des motifs), ou fonction **[Or. 9]** d'autres circonstances, telles que des circonstances particulières comme celles du cas d'espèce, décrites aux points 2.1 (ii) et (iii) des motifs ?

3.

a) L'opposition, au sens de l'article 13, paragraphe 2, du règlement sur la marque communautaire, du titulaire de la marque à la commercialisation ultérieure de produits réparés par des tiers est-elle exclue lorsqu'il est fait usage de la marque d'une manière qui ne peut pas laisser penser qu'il existe un lien économique entre le titulaire de la marque (ou ses licenciés) et la partie qui effectue la commercialisation ultérieure des produits, par exemple lorsque l'enlèvement de la marque et/ou un étiquetage supplémentaire sur les produits font clairement apparaître, après la réparation, que celle-ci n'a pas été effectuée par le titulaire de la marque ou un de ses licenciés, ou avec l'autorisation de celui-ci ?

b) La réponse au point de savoir si la marque peut être aisément enlevée, sans que cela affecte la qualité technique ou l'aptitude pratique des produits, présente-t-elle une importance à cet égard ?

4.

Le fait qu'il soit question d'une marque collective au sens du règlement sur la marque communautaire présente-t-il une importance pour les réponses à donner aux questions qui précèdent et, si tel est le cas, à quel égard ?

6. **Décision**

[OMISSIS : considérations finales] **[Or. 10]**

[OMISSIS]

[signatures]