



Presă și informare

Curtea de Justiție a Uniunii Europene

COMUNICAT DE PRESĂ nr. 97/11

Luxemburg, 22 septembrie 2011

Hotărârea în cauza C-323/09

Interflora Inc., Interflora British Unit / Marks & Spencer plc, Flowers Direct
Online Ltd

Curtea precizează întinderea protecției mărcilor în Uniunea Europeană

În speță, este de competența instanței naționale să verifice în special dacă Marks & Spencer a adus atingere uneia dintre „funcțiile” mărcii sau a comis un act de parazitism prin utilizarea în cadrul unui serviciu de referențiere aparținând Google a unor cuvinte-cheie ce corespund mărcii concurentului său Interflora

Societatea comercială americană Interflora Inc. gestionează o rețea mondială de livrare de flori. Interflora British Unit este titulara unei licențe acordate de Interflora Inc. Rețeaua Interflora este formată din vânzători de flori cărora clienții le pot adresa comenzi, personal, prin telefon sau prin internet, aceste din urmă comenzi fiind onorate de membrul rețelei care se află cel mai aproape de locul de livrare a florilor.

INTERFLORA este o marcă națională în Regatul Unit și de asemenea o marcă comunitară. Aceste mărci se bucură de un renume important în Regatul Unit și în alte state membre ale Uniunii Europene.

Marks & Spencer („M & S”), o societate de drept englez, este unul dintre principalii vânzători cu amănuntul din Regatul Unit. Unul dintre serviciile sale constă în vânzarea și livrarea de flori, această activitate comercială fiind în concurență cu activitatea desfășurată de Interflora.

În cadrul serviciului de referențiere „AdWords” aparținând Google, M & S a selectat în calitate de cuvinte-cheie termenul „Interflora” și variantele acestuia, mai precis „Interflora Flowers”, „Interflora Delivery”, „Interflora.com”, „Interflora.co.uk” etc. În consecință, atunci când utilizatorii de internet introduc cuvântul „Interflora” sau una dintre aceste variante ca termen de căutare în motorul de căutare Google apare un anunț al M & S.

High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division (Regatul Unit), sesizată cu o acțiune privind încălcarea drepturilor sale asupra mărcii formulată de Interflora împotriva M & S, solicită Curții de Justiție să se pronunțe cu privire la mai multe aspecte privind utilizarea fără consimțământul titularului mărcii a unor cuvinte-cheie identice cu aceasta de către un concurent în cadrul unui serviciu de referențiere pe internet¹.

Curtea amintește mai întâi că, în cazul utilizării de către un terț a unui semn identic cu marca pentru produse sau servicii identice cu cele pentru care a fost înregistrată marca, titularul mărcii este îndreptățit să interzică utilizarea menționată numai dacă aceasta este susceptibilă să aducă atingere uneia dintre „funcțiile” mărcii. Funcția sa esențială este de a garanta consumatorilor proveniența produsului sau serviciului protejat de marcă (funcția de indicare a originii), celelalte funcții fiind, printre altele, funcția de publicitate și cea de investiție. Curtea subliniază în această privință că funcția mărcii de indicare a originii nu este singura funcție a acesteia care merită protejată împotriva atingerilor aduse de terți. Astfel, o marcă constituie deseori - în afara unui

¹ Prima directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO L 40, p. 1, Ediție specială 17/vol. 1, p. 92), abrogată prin Directiva 2008/95/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 22 octombrie 2008 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO L 299, p. 25). Regulamentul (CE) nr. 40/94 al Consiliului din 20 decembrie 1993 privind marca comunitară (JO L 11, p. 1, Ediție specială 17/vol. 1, p. 146), abrogat prin Regulamentul (CE) nr. 207/2009 al Consiliului din 26 februarie 2009 privind marca comunitară (JO L 78, p. 1).

indiciu al provenienței produselor sau a serviciilor - un instrument de strategie comercială folosit, în special, în scopuri publicitare sau pentru a dobândi o reputație în vederea fidelizării consumatorului.

Făcând trimitere la jurisprudența Google², Curtea amintește că se aduce atingere **funcției mărcii de indicare a originii** atunci când anunțul afișat pornind de la cuvântul-cheie care corespunde mărcii nu permite sau permite numai cu dificultate utilizatorului de internet normal informat și suficient de atent să afle dacă produsele sau serviciile vizate de anunț provin de la titularul mărcii sau de la o întreprindere legată din punct de vedere economic de acesta ori, dimpotrivă, de la un terț. În schimb, utilizarea unui semn identic cu marca altuia în cadrul unui serviciu de referențiere precum „AdWords” nu aduce atingere funcției de publicitate a mărcii.

Pe de altă parte, Curtea examinează pentru prima dată protecția **funcției de investiție** a mărcii. Astfel, **aduce atingere acestei funcții utilizarea de către un concurent a unui semn identic cu marca pentru produse sau servicii identice atunci când această utilizare îngreunează în mod substanțial folosirea de către titular a mărcii sale pentru a dobândi sau pentru a conserva o reputație de natură să atragă și să fidelizeze consumatorii.** În situația în care marca beneficiază deja de o reputație, se aduce atingere funcției de investiție atunci când utilizarea afectează această reputație și pune astfel în pericol menținerea acesteia.

În schimb, nu se poate admite ca titularul unei mărci să poată împiedica o astfel de utilizare de către un concurent, dacă această utilizare are drept consecință numai să oblige titularul mărcii să își adapteze eforturile pentru a dobândi sau pentru a conserva o reputație de natură să atragă sau să fidelizeze consumatorii. La fel, împrejurarea că utilizarea menționată poate determina anumiți consumatori să renunțe la produsele sau la serviciile protejate de respectiva marcă nu poate fi invocată în mod util de titularul acesteia.

În speță, este de competența instanței naționale să verifice dacă utilizarea de către M & S a unui semn identic cu marca INTERFLORA pune în pericol menținerea de către Interflora a unei reputații de natură să atragă și să fidelizeze consumatorii.

Fiind solicitată să se pronunțe și cu privire la protecția consolidată a mărcilor de renume, și în special cu privire la sfera noțiunilor „diluare” (atingere adusă caracterului distinctiv al mărcii de renume) și „parazitism” (profit necuvenit obținut din caracterul distinctiv sau din renumele mărcii), Curtea constată printre altele că selectarea fără un „motiv întemeiat” în cadrul unui serviciu de referențiere a unor semne identice sau similare cu marca de renume a altuia poate fi analizată ca un act de parazitism. O asemenea concluzie se poate impune în special în cazurile în care persoanele care își fac publicitate pe internet oferă spre vânzare, prin intermediul selectării de cuvinte-cheie care corespund unor mărci de renume, produse care sunt imitații ale produselor titularului mărcilor respective.

În schimb, **atunci când publicitatea afișată pe internet pornind de la un cuvânt-cheie care corespunde unei mărci de renume propune o alternativă în raport cu produsele sau cu serviciile titularului mărcii de renume - fără să ofere o simplă imitație a produselor sau a serviciilor titularului acestei mărci, fără să cauzeze o diluare a acesteia din urmă sau să aducă atingere renumele său (defăimare) și, în sfârșit, fără să aducă atingere funcțiilor mărcii respective - o asemenea utilizare se înscrie, în principiu, în cadrul unei concurențe sănătoase și loiale în sectorul produselor sau al serviciilor în cauză.**

MENȚIUNE: Trimiterea preliminară permite instanțelor din statele membre ca, în cadrul unui litigiu cu care sunt sesizate, să adreseze Curții întrebări cu privire la interpretarea dreptului Uniunii sau la validitatea unui act al Uniunii. Curtea nu soluționează litigiul național. Este de competența instanței naționale să soluționeze cauza conform deciziei Curții. Această decizie este obligatorie, în egală măsură, pentru celelalte instanțe naționale care sunt sesizate cu o problemă similară.

² Hotărârea din 23 martie 2010, Google France & Google Inc. și alții/Louis Vuitton Malletier și alții (cauzele conexate C-236/08 - C-238/08), a se vedea CP [32/10](#).

Document neoficial, destinat presei, care nu angajează răspunderea Curții de Justiție.

[Textul integral](#) al hotărârii se publică pe site-ul CURIA în ziua pronunțării.

Persoana de contact pentru presă: Claudiu Ecedi-Stoisavlevici ☎ (+352) 4303 3720

Imagini de la pronunțarea hotărârii sunt disponibile pe „[Europe by Satellite](#)” ☎ (+32) 2 2964106