

Affaire C-197/21

Demande de décision préjudicielle

Date de dépôt :

29 mars 2021

Jurisdiction de renvoi :

Korkein oikeus (Finlande)

Date de la décision de renvoi :

9 mars 2021

Parties requérantes :

Soda-Club (CO2) SA

SodaStream International BV

Partie défenderesse :

MySoda Oy

KORKEIN OIKEUS (Cour suprême, Finlande)

DÉCISION

Numéro de dossier : S2019/620

**PARTIES
REQUÉRANTES**

SodaStream International B.V.
Soda-Club (C02) SA

MySoda Oy

**PARTIES
DÉFENDERESSES**

MySoda Oy

SodaStream International B.V.
Soda-Club (C02) SA

OBJET

Litige relatif à une contrefaçon de marque

DÉCISION DU KORKEIN OIKEUS (COUR SUPRÊME)

Objet du litige

- 1 La présente affaire porte sur le droit pour la personne qui recharge et distribue des bouteilles de dioxyde de carbone qui ont été mises en circulation dans un État membre par le titulaire de la marque ou avec son consentement de retirer des bouteilles l'étiquette portant la marque du titulaire de la marque et de la remplacer par sa propre étiquette. En ce qui concerne les marques de l'Union européenne (marques de l'UE), la question porte sur l'interprétation de l'article 13, paragraphe 2, du règlement (CE) n° 207/2009 du Conseil sur la marque de l'Union européenne, tel que modifié [Or. 2] par le règlement (UE) 2015/2424 entré en vigueur le 23 mars 2016, et sur l'interprétation de l'article 15, paragraphe 2, du règlement (UE) 2017/1001 du Parlement européen et du Conseil sur la marque de l'Union européenne. En ce qui concerne les marques nationales, la question porte sur l'interprétation de l'article 7, paragraphe 2, de la directive 2008/95/CE du Parlement européen et du Conseil rapprochant les législations des États membres sur les marques et sur l'article 15, paragraphe 2, de la directive (UE) 2015/2436 du Parlement européen et du Conseil, du 16 décembre 2015, rapprochant les législations des États membres sur les marques.
- 2 Il s'agit de savoir si la pratique de la personne qui recharge et distribue des bouteilles de dioxyde de carbone est soumise aux conditions posées dans l'arrêt Bristol-Myers Squibb (arrêt du 11 juillet 1996, Bristol-Myers Squibb e.a., C-427/93, C-429/93 et C-436/93, EU:C:1996:282), qui ont été développées dans la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne portant sur le reconditionnement des produits, notamment en cas d'importation parallèle de médicaments. La question porte, en particulier, sur l'application de la condition de « nécessité » qui fait partie des conditions susmentionnées, c'est-à-dire la question de savoir si le titulaire de la marque peut s'opposer à la distribution des bouteilles dès lors que le retrait de l'étiquette du titulaire de la marque et le réétiquetage ne sont pas nécessaires à la mise sur le marché dans l'État membre des bouteilles rechargées. [Or. 3]
- 3 À cet égard, il importe tout d'abord de savoir si l'appréciation de l'existence des motifs légitimes justifiant que le titulaire de la marque s'oppose à la revente dans un État membre de produits reconditionnés est soumise aux mêmes conditions, peu importe qu'il s'agisse de l'importation parallèle de produits acquis dans un autre État membre ou du reconditionnement de produits initialement mis sur le marché dans le même État membre. Se pose également la question de savoir si la pratique de la personne qui recharge des bouteilles de dioxyde de carbone doit être considérée comme un reconditionnement du produit au sens de la jurisprudence de la Cour, lequel reconditionnement inclut également le réétiquetage.
- 4 Si la condition de nécessité s'applique, il convient en outre de déterminer quelle est l'importance qu'il convient d'accorder, au regard du respect de la condition de nécessité, à la destination des produits examinés, à savoir des bouteilles de

dioxyde de carbone, lesquelles sont destinées à être rechargées. À cet égard, il n'apparaît pas non plus clairement si le remplacement régulier des étiquettes par la personne qui recharge les bouteilles peut être considéré comme nécessaire à la mise sur le marché des produits au motif que, pour une partie des bouteilles restituées et rechargées, l'étiquette originale est susceptible d'avoir été endommagée ou parce qu'elle a déjà été remplacée par l'étiquette d'une personne ayant rechargé la bouteille et qui n'est pas le titulaire de la marque ayant initialement mis la bouteille en circulation. [Or. 4]

Les faits pertinents

L'affaire pendante

- 5 Soda-Club (CO2) SA (ci-après désignée conjointement avec « SodaStream International B.V » par « SodaStream ») est titulaire des marques nationales n° 70211 SODASTREAM et n° 77984 SODASTREAM. En outre, Soda-Club (CO2) SA est titulaire de la marque de l'UE n° 87957 SODA-CLUB. SodaStream International B.V. est titulaire des marques de l'UE n° 295923 SODASTREAM, n° 1039965 SODASTREAM et 1246511 SODASTREAM. Les marques enregistrées SODASTREAM et SODA-CLUB susmentionnées couvrent tant le dioxyde de carbone que les bouteilles en cause.
- 6 SodaStream commercialise en Finlande des appareils de carbonatation * pour boissons sous la marque SodaStream. Les emballages de vente des appareils contiennent notamment une bouteille de dioxyde de carbone rechargeable en aluminium sur laquelle est gravée la marque de Soda Stream, SODASTREAM ou SODA-CLUB. Une étiquette portant la marque SODASTREAM ou SODA-CLUB est en outre apposée sur la bouteille de dioxyde de carbone. SodaStream commercialise également séparément ces bouteilles de dioxyde de carbone remplies.
- 7 MySoda Oy commercialise en Finlande des appareils de carbonatation pour boissons sous la marque MySoda dans des emballages qui n'incluent pas de bouteille de dioxyde de carbone. Depuis juin 2016, MySoda Oy vend et commercialise en Finlande des bouteilles de dioxyde de carbone remplies qui sont compatibles, entre autres, avec ses propres appareils de carbonatation [Or. 5] ainsi qu'avec ceux de SodaStream. Certaines de ces bouteilles sont des bouteilles de dioxyde de carbone rechargées, initialement mises sur le marché par SodaStream.
- 8 Après avoir reçu, par l'intermédiaire des revendeurs, les bouteilles de dioxyde de carbone de SodaStream restituées vides par les consommateurs, MySoda Oy a d'abord retiré l'étiquette de SodaStream qui y était apposée. Après avoir rechargé les bouteilles, elle y a apposé sa propre étiquette, de manière à ce que les gravures

* Ndt : Il s'agit de machines pour la fabrication de boissons gazeuses.

inscrites sur les bouteilles de dioxyde de carbone, y compris les marques de SodaStream SODASTREAM et SODA-CLUB, restent visibles.

- 9 MySoda Oy a utilisé deux étiquettes différentes sur les bouteilles en cause :
- sur une étiquette rose figurait, en grosses lettres apparentes, le logo MySODA de la défenderesse, ainsi que le texte « dioxyde de carbone finlandais pour appareils de carbonatation ». Parmi les informations sur le produit rédigées en petits caractères figurait une référence à la société qui a rempli la bouteille, dont la dénomination sociale actuelle est MySoda Oy, ainsi qu'un renvoi vers son site Internet pour de plus amples informations ;
 - sur une étiquette blanche figurait en lettres majuscules, dans cinq langues différentes, le mot « dioxyde de carbone ». Parmi les informations sur le produit rédigées en petits caractères figurait une référence à la société ayant rempli la bouteille, dont la dénomination sociale actuelle est [Or. 6] MySoda Oy, et une mention selon laquelle la société n'a aucun lien avec le fournisseur d'origine de la bouteille ni avec sa société ou ses marques visibles sur la bouteille. Pour de plus amples informations, il était renvoyé au site Internet de MySoda Oy.
- 10 SodaStream n'a pas autorisé MySoda Oy à mettre en œuvre la pratique décrite ci-dessus.
- 11 En Finlande, les bouteilles de dioxyde de carbone sont disponibles dans des commerces de vente au détail, aussi bien en tant que « produits de rayon » que dans les points d'information des magasins ou aux caisses. Ni SodaStream ni MySoda Oy ne proposent leurs bouteilles de dioxyde de carbone directement aux consommateurs par l'intermédiaire de leurs propres magasins.
- 12 Dans son recours, SodaStream a demandé, à titre principal, à ce qu'il soit constaté que MySoda Oy a contrefait, en Finlande, les marques susmentionnées dont elle est titulaire, en les utilisant sans autorisation dans le cadre de son activité commerciale et en commercialisant et vendant sous ces marques des bouteilles de dioxyde de carbone rechargées,
- (i) sur lesquelles a en outre été apposée sa propre marque sans l'autorisation de SodaStream dont les étiquettes originales ont été remplacées par de nouvelles étiquettes, ou
 - (ii) dont les étiquettes originales ont été remplacées par de nouvelles étiquettes.

SodaStream a en outre demandé l'interdiction de la pratique considérée comme constitutive d'une contrefaçon et a introduit [Or. 7] des demandes d'indemnisation et de dommages et intérêts fondées sur une contrefaçon de marque.

Arrêt interlocutoire du markkinaoikeus (tribunal des affaires économiques, Finlande) du 5 septembre 2019

- 13 Dans son arrêt interlocutoire, le markkinaoikeus (tribunal des affaires économiques) a statué sur les requêtes en constatation et en cessation présentées par SodaStream. Le markkinaoikeus a fait droit aux demandes de SodaStream en ce qui concerne l'utilisation par MySoda Oy des étiquettes roses, décrite ci-dessus, et a rejeté les demandes en ce qui concerne les étiquettes blanches.
- 14 Le markkinaoikeus (tribunal des affaires économiques) a constaté l'épuisement du droit exclusif conféré par les marques de SodaStream en ce qui concerne les bouteilles de dioxyde de carbone qu'elle avait initialement mises en circulation. Il s'agit donc de savoir si SodaStream avait un motif légitime, au sens des dispositions applicables en l'espèce, pour s'opposer à la pratique de MySoda Oy.
- 15 Dans le cadre de son appréciation, le markkinaoikeus (tribunal des affaires économiques) n'a pas appliqué les conditions issues de la jurisprudence « Bristol-Myers Squibb » invoquées par SodaStream au motif que la présente affaire ne concernait pas une importation parallèle, mais un comportement interne à un seul et même État membre. En revanche, le markkinaoikeus s'est fondé, dans sa décision, sur l'arrêt de la Cour du 14 juillet 2011, Viking Gas (C-46/10, EU:C:2011:485). **[Or. 8]**
- 16 Le markkinaoikeus (tribunal des affaires économiques) a considéré qu'il n'a pas été démontré en l'espèce que la pratique de MySoda Oy modifierait ou dégraderait la bouteille de dioxyde de carbone ou son contenu, ou que la pratique de cette société porterait atteinte à la réputation de SodaStream en raison des risques qu'elle engendrerait en termes de sécurité, ni qu'elle ait causé à SodaStream un préjudice qui ferait naître un motif légitime pour s'opposer à la pratique de MySoda Oy.
- 17 Le markkinaoikeus (tribunal des affaires économiques) a estimé que, en ce qui concerne l'utilisation des étiquettes blanches, MySoda Oy n'avait pas non plus créé une impression erronée s'agissant d'un lien économique entre elle et SodaStream.
- 18 En revanche, le markkinaoikeus (tribunal des affaires économiques) a jugé que l'utilisation des étiquettes roses était susceptible de créer, auprès d'un consommateur moyen, normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, l'impression qu'il existerait un lien économique quel qu'il soit entre SodaStream et MySoda Oy. Le markkinaoikeus a considéré que l'étiquette sur laquelle était apposé le logo dominant de MySoda Oy était, compte tenu notamment des conditions de commercialisation, susceptible de créer l'impression, auprès d'un consommateur qui examinerait une bouteille de dioxyde de carbone, que cette bouteille provient de MySoda Oy. Il existait donc des motifs légitimes justifiant que SodaStream s'oppose à la pratique de MySoda Oy. **[Or. 9]**

Les pourvois formés devant le Korkein oikeus (Cour suprême)

- 19 SodaStream et MySoda ont formé un pourvoi contre l'arrêt interlocutoire du markkinaoikeus. Le Korkein oikeus a autorisé les deux parties à former un pourvoi. Il ressort de ces pourvois que la question soulevée devant le Korkein oikeus (Cour suprême) est celle de savoir s'il existait des motifs légitimes justifiant que SodaStream s'oppose à la pratique de MySoda Oy.
- 20 SodaStream fait valoir, en substance, que le retrait de l'étiquette indiquant l'origine de la bouteille de dioxyde de carbone, qui porte sa marque, et son remplacement par l'étiquette de MySoda Oy, constituent déjà, en tant que tels, des motifs légitimes justifiant qu'elle s'oppose à la pratique de cette dernière. Selon SodaStream, il s'agit d'un réétiquetage du produit qui porte déjà en principe atteinte à la fonction d'indication de l'origine de la marque et qui doit, dès lors, être soumis aux conditions « Bristol-Myers Squibb » relatives au reconditionnement, définies dans la jurisprudence de la Cour ou, à tout le moins, à la condition de nécessité. SodaStream considère qu'elle est en droit de s'opposer à la pratique de MySoda Oy dans la mesure où un changement d'étiquette n'est pas indispensable à la mise sur le marché de bouteilles de dioxyde de carbone rechargées. Il serait possible de présenter les informations concernant la personne ayant effectué la recharge d'une manière qui porterait moins atteinte au droit du titulaire de la marque, par exemple sur un autocollant apposé sur la bouteille. SodaStream invoque également comme autre motif légitime l'impression erronée, qui résulte de la pratique de MySoda Oy, qu'il existe un lien économique entre elle et MySoda Oy. **[Or. 10]**
- 21 MySoda Oy estime, quant à elle, que les conditions issues de la jurisprudence « Bristol-Myers Squibb » ne trouvent pas à s'appliquer à des échanges commerciaux internes à un État membre et que le remplacement de l'étiquette apposée sur une bouteille de dioxyde de carbone rechargée ne saurait être assimilé au reconditionnement du produit original vendu lors d'une importation parallèle et vendu pour la première fois au consommateur. Le changement d'étiquette ne porte pas atteinte à la fonction de la marque, qui est d'indiquer l'origine de la bouteille, dès lors que le public pertinent comprend que l'étiquette indique uniquement l'origine du dioxyde de carbone contenu dans la bouteille ainsi que la personne ayant rempli la bouteille et que la gravure inscrite sur la bouteille indique l'origine de la bouteille. MySoda Oy considère que le remplacement d'une étiquette en vue de la mise sur le marché de la bouteille rechargée est, en tout état de cause, nécessaire, car l'indication sur un autocollant apposé sur la bouteille des informations relatives à la personne ayant rechargé cette bouteille risquerait de créer une confusion dans l'esprit des consommateurs et des distributeurs en ce qui concerne la dernière personne qui a rempli la bouteille et qui est responsable à cet égard. En outre, il est essentiel pour les distributeurs qu'il n'y ait qu'un seul code-barres sur la bouteille. Selon MySoda Oy, le remplacement de l'étiquette est également nécessaire en raison du fait que, pour une partie des bouteilles mises en circulation par SodaStream, l'étiquette originale pourrait avoir été endommagée, voire détachée. MySoda Oy soutient que son comportement correspond à une pratique bien établie dans ce domaine en Finlande, à laquelle se conforme également SodaStream elle-même. MySoda affirme qu'il est également possible

que les étiquettes des précédentes personnes ayant effectué une recharge et qu'elle a détachées des bouteilles rechargées ne soient pas les [Or. 11] mêmes étiquettes que celles de la personne ayant initialement mis les bouteilles sur le marché et qui est le titulaire de la marque gravée sur ces bouteilles.

Le droit applicable

Le droit de l'Union

- 22 En application de l'article 13 du règlement n° 207/2009 et de l'article 15, paragraphe 1, du règlement 2017/1001, la marque de l'UE ne confère pas au titulaire le droit d'interdire l'usage de celle-ci sur des produits qui ont été mis sur le marché dans l'espace économique européen sous cette marque par le titulaire ou avec son consentement. En application du paragraphe 2 de ces articles, le paragraphe 1 n'est pas applicable lorsque des motifs légitimes justifient que le titulaire s'oppose à la commercialisation ultérieure des produits, notamment lorsque l'état des produits est modifié ou altéré après leur mise dans le commerce.
- 23 En application de l'article 7 de la directive 2008/95 et de l'article 15, paragraphe 1, de la directive 2015/2436, qui équivaut en substance à cet article, le titulaire de la marque ne peut pas interdire l'usage de celle-ci pour des produits qui ont été mis dans le commerce dans la Communauté sous cette marque par le titulaire ou avec son consentement. Conformément au paragraphe 2 de cet article, le paragraphe 1 n'est pas applicable lorsque des motifs légitimes justifient que le titulaire s'oppose à la commercialisation ultérieure des produits, notamment lorsque l'état des produits [Or. 12] est modifié ou altéré après leur mise dans le commerce.

Les dispositions du droit national

- 24 En application de l'article 9, paragraphe 1, de la tavamerkkilaki (loi finlandaise sur les marques) applicable aux marques nationales, le titulaire de la marque ne peut pas interdire l'utilisation de la marque sur des produits qui ont été mis sur le marché dans l'Espace économique européen, sous cette marque, par le titulaire ou avec son consentement. Aux termes du paragraphe 2 dudit article, nonobstant le paragraphe 1, le titulaire de la marque peut s'opposer à l'usage de celle-ci sur des produits lorsque son titulaire a des motifs légitimes de s'opposer à une offre ou à une commercialisation ultérieure des produits. En particulier, le titulaire de la marque peut s'opposer à l'usage de celle-ci lorsque l'état des produits a été modifié ou que leur qualité a été dégradée après leur mise dans le commerce. Cette disposition nationale est basée sur l'article 7 de la directive 2008/95 ainsi que sur l'article 15 de la directive 2015/2436.
- 25 En raison de la durée de la contrefaçon alléguée, il convient également d'appliquer en l'espèce l'article 10a de la tavamerkkilaki (1715/1995) [loi finlandaise 1715/1995 sur les marques] qui était en vigueur jusqu'au 31 août 2016

ainsi que l'article 8 de la tavaramerkkilaki (616/2016) [loi finlandaise 616/2016 sur les marques], qui était en vigueur jusqu'au 30 avril 2019, lesquels correspondent en substance aux dispositions de la loi sur les marques en vigueur actuellement, décrites ci-dessus. **[Or. 13]**

Sur la nécessité d'une demande de décision préjudicielle

- 26 Le Korkein oikeus (Cour suprême) doit se prononcer sur une affaire de contrefaçon de marque qui requiert, pour l'adoption d'une décision motivée, l'interprétation des dispositions des règlements relatifs à la marque de l'Union européenne et des directives sur les marques en ce qui concerne l'épuisement des droits conférés par la marque. Le droit de l'Union ne prévoit pas de règles détaillées concernant les conditions dans lesquelles il existe des motifs légitimes justifiant que le titulaire s'oppose à la commercialisation ultérieure des produits mis sur le marché. La jurisprudence de la Cour concernant les motifs légitimes n'apporte pas non plus de réponse claire aux questions qui nous occupent dans la présente affaire.

Le contexte de la première, de la deuxième et de la troisième question

- 27 En vertu d'une jurisprudence constante de la Cour, il existe un risque, à tout le moins en cas de reconditionnement de médicaments importés parallèlement qui englobe le réétiquetage, qu'il soit porté atteinte à la garantie de provenance de la marque et, dès lors, un tel reconditionnement affecte l'objet spécifique de la marque (arrêts du 23 avril 2002, Boehringer Ingelheim e.a., C-143/00, EU:C:2002:246, points 29 et 30, et du 26 avril 2007, Boehringer Ingelheim e.a., C-348/04, EU:C:2007:249, points 28 à 30). Selon une jurisprudence constante, le titulaire de la marque peut interdire la vente de produits reconditionnés, à moins que le distributeur ne démontre que la pratique satisfait aux conditions posées dans l'arrêt Bristol-Myers Squibb (arrêt du 26 avril 2007, Boehringer Ingelheim e.a., C-348/04, EU:C:2007:249, points 52 et 53). **[Or. 14]** Le titulaire de la marque peut donc interdire le reconditionnement du produit, à moins que le reconditionnement soit nécessaire pour permettre la commercialisation des produits importés parallèlement et que les intérêts légitimes du titulaire de la marque soient par ailleurs sauvegardés (voir, notamment, arrêt du 23 avril 2002, Boehringer Ingelheim e.a., C-143/00, EU:C:2002:246, point 34).
- 28 La Cour a donné des indications quant à l'appréciation des motifs légitimes dans une situation où la personne ayant rechargé des bouteilles de gaz mises dans le commerce dans le même État membre a apposé ses propres étiquettes sur les bouteilles (arrêt du 14 juillet 2011, Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485). Dans sa décision, la Cour a indiqué qu'il peut exister un motif légitime de s'opposer à la pratique de la personne qui recharge la bouteille notamment lorsque l'usage qui est fait de la marque donne l'impression qu'il existe un lien économique entre le titulaire de la marque et la personne qui l'a rechargée (point 37). À cet égard, la

Cour n'a toutefois pas fait référence à sa jurisprudence relative au reconditionnement ni aux conditions « Bristol-Myers Squibb ».

- 29 La jurisprudence de la Cour rendue jusqu'à maintenant ne fait pas clairement apparaître si la condition de nécessité s'applique au reconditionnement de produits commercialisés dans le même État membre. L'arrêt Viking Gas cité ci-dessus se distingue de la présente affaire notamment en ce que, dans cet arrêt, il s'agissait d'une situation dans laquelle les marques apposées sur les bouteilles de gaz par le titulaire de la marque, lequel avait initialement mis les bouteilles de gaz dans le commerce, n'avaient été ni enlevées des bouteilles [Or. 15] ni recouvertes. La Cour a considéré que cette circonstance constituait un élément pertinent dans la mesure où elle semblait exclure que ledit étiquetage modifie l'état des bouteilles en masquant leur origine (point 41). Or, en l'espèce, la personne ayant rechargé les bouteilles de dioxyde de carbone a retiré l'étiquette sur laquelle est apposée la marque du titulaire de la marque et l'a remplacée par sa propre étiquette. Aussi bien l'étiquette initiale que celle de la personne ayant effectué la recharge ont recouvert la plupart de la surface de la bouteille et n'ont laissé intacte que la partie supérieure ainsi que le goulot de la bouteille sur lequel est gravé, entre autres, la marque de la personne ayant initialement mis la bouteille sur le marché.
- 30 Il n'apparaît pas non plus clairement si le retrait de l'étiquette du titulaire de la marque en cause dans la présente affaire et l'apposition d'une nouvelle étiquette sur le produit doivent être considérés comme un reconditionnement au sens de la jurisprudence de la Cour citée ci-dessus, lequel comprend également le réétiquetage. Il s'agit de savoir quelle importance il convient d'accorder, à cet égard, à la destination du produit concerné, à savoir une bouteille de dioxyde de carbone, et au fait que le produit proposé par le distributeur est constitué aussi bien de la bouteille provenant du titulaire de la marque que du dioxyde de carbone provenant de celui qui a effectué la recharge. Il n'apparaît pas non plus clairement s'il est, à cet égard, déterminant que le public pertinent comprend que l'étiquette indique uniquement l'origine du dioxyde de carbone, alors même que le titulaire de la marque aurait, [Or. 16] lors de la mise dans le commerce initiale de la bouteille de dioxyde de carbone, apposé sur celle-ci l'étiquette sur laquelle figure sa marque également en vue d'indiquer l'origine de la bouteille.

Le contexte de la quatrième question

- 31 Dans sa jurisprudence, la Cour a considéré que la personne qui procède au réétiquetage doit utiliser des moyens qui rendent le commerce parallèle réalisable tout en portant le moins possible atteinte à l'objet spécifique du droit des marques. Quand les indications figurant sur les étiquettes originales sont conformes aux règles en matière d'étiquetage en vigueur dans l'État membre de destination, mais que celles-ci requièrent des renseignements supplémentaires, il n'est pas nécessaire d'enlever et de réapposer ou de remplacer les étiquettes originales. Dans ce cas, l'apposition sur les bouteilles en question d'un simple autocollant mentionnant ces renseignements supplémentaires peut suffire (arrêt du 11 novembre 1997, Loendersloot, C-349/95, EU:C:1997:530, point 46). Il a en

autre été considéré dans la jurisprudence que la condition de nécessité ne sera pas remplie si la pratique vise exclusivement la recherche d'un avantage commercial (arrêt du 12 octobre 1999, Upjohn, C-379/97, EU:C:1999:494, point 44).

- 32 Lorsque des bouteilles de dioxyde de carbone rechargées sont proposées aux consommateurs, il convient de communiquer les données concernant la personne qui a rechargé la bouteille de dioxyde de carbone. Dans la mesure où le remplacement de l'étiquette apposée sur la bouteille de dioxyde de carbone est examiné au regard des conditions posées dans l'arrêt Bristol-Myers Squibb, la jurisprudence rendue jusqu'à maintenant n'indique pas clairement s'il convient, lors de l'appréciation de la question de savoir s'il est satisfait à la condition de nécessité [Or. 17], de tenir compte de la destination des produits en cause, et le cas échéant, de quelle manière. Les bouteilles de dioxyde de carbone en cause sont destinées à être rechargées et vendues plusieurs fois, ce qui est de nature à altérer l'état des étiquettes originales qui y sont apposées. Il convient de répondre à la question de savoir si la rupture ou le détachement de l'étiquette apposée par le titulaire de la marque sur la bouteille, ou bien le fait qu'une autre personne ayant procédé à la recharge ait déjà remplacé l'étiquette originale par sa propre étiquette, peuvent être considérés comme des circonstances justifiant que l'échange ou le remplacement de l'étiquette par celle de la personne ayant rechargé la bouteille soit considéré comme nécessaire pour la mise sur le marché de la bouteille rechargée.

Les questions préjudicielles

- 33 Après avoir mis les parties en mesure de présenter leurs observations sur le contenu de la demande de décision préjudicielle, le Korkein oikeus (Cour suprême) a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour les questions préjudicielles suivantes :

1. Les conditions dites « Bristol-Myers Squibb » définies dans la jurisprudence de la Cour de justice de l'Union européenne concernant le reconditionnement et le réétiquetage dans le cadre d'importation parallèle et, en particulier, la condition de « nécessité », s'appliquent-elles également en cas de reconditionnement ou de réétiquetage de produits qui ont été mis dans le commerce dans un État membre par le titulaire de la marque ou avec son consentement [Or. 18] en vue de leur revente dans ce même État membre ?

2. Lorsque, au moment de la mise dans le commerce d'une bouteille contenant du dioxyde de carbone, le titulaire de la marque y a apposé sa marque, laquelle est non seulement inscrite sur l'étiquette de la bouteille, mais également gravée sur son goulot, les conditions dites « Bristol-Myers Squibb » mentionnées ci-dessus et, en particulier, la condition de « nécessité », s'appliquent-elles lorsqu'un tiers recharge la bouteille avec du dioxyde de carbone en vue de sa revente, en retire l'étiquette d'origine et la remplace par une étiquette sur laquelle figure son propre logo, alors que, par

ailleurs, la marque de la personne qui a mis la bouteille dans le commerce est encore visible sur la gravure inscrite sur le goulot de la bouteille ?

3. Dans les circonstances décrites ci-dessus, peut-on considérer que le retrait et le remplacement de l'étiquette sur laquelle est apposée la marque portent, en principe, atteinte à la fonction de la marque, qui est d'indiquer l'origine de la bouteille, ou bien importe-t-il, aux fins de l'application des conditions relatives au reconditionnement et au réétiquetage, que :

- le public pertinent est réputé comprendre que l'étiquette indique uniquement l'origine du dioxyde de carbone contenu dans la bouteille (et donc la personne qui a rechargé la bouteille) ; ou que
- le public pertinent est réputé comprendre que l'étiquette indique également, du moins en partie, l'origine de la bouteille ? [Or. 19]

4. Dans la mesure où le retrait et le remplacement de l'étiquette apposée sur les bouteilles de dioxyde de carbone sont appréciés au regard de la condition de nécessité, la rupture ou le détachement accidentel des étiquettes apposées sur les bouteilles mises dans le commerce par le titulaire de la marque, ou leur retrait ou remplacement par une personne les ayant précédemment rechargées, peuvent-ils [Or. 20] constituer une circonstance de nature à justifier que le remplacement régulier des étiquettes par l'étiquette de la personne qui a rechargé les bouteilles soit considéré comme nécessaire en vue de la commercialisation des bouteilles rechargées ?

[OMISSIS]