

HOTĂRÂREA CURȚII
4 noiembrie 1997*

**Parfums Christian Dior SA și Parfums Christian Dior BV
împotriva
Evora BV**

(cerere de pronunțare a unei hotărâri preliminare, formulată de Hoge Raad der Nederlanden)

„Drepturi de marcă și de autor – Acțiunea titularului acestor drepturi pentru a interzice unui revânzător să facă publicitate pentru comercializarea ulterioară a produsului – Parfum”

În cauza C-337/95,

având ca obiect o cerere adresată Curții, în temeiul articolului 177 din Tratatul CE, de către Hoge Raad der Nederlanden, de pronunțare, în litigiul pendinte în fața acestei instanțe, între

Parfums Christian Dior SA și Parfums Christian Dior BV,

și

Evora BV,

a unei hotărâri preliminare privind interpretarea articolelor 30, 36 și 177 al treilea paragraf din Tratatul CE, precum și a articolelor 5 și 7 din Prima Directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, ediție specială în limba română: capitol 17 volum 01 p. 92 - 98),

CURTEA,

compusă din domnii G. C. Rodríguez Iglesias, președinte, C. Gulmann (raportor), H. Ragnemalm, R. Schintgen, președinți de cameră, G. F. Mancini, J. C. Moitinho de Almeida, P. J. G. Kapteyn, J. L. Murray, D. A. O. Edward, J.-P. Puissochet, G. Hirsch, P. Jann și L. Sevón, judecători,

avocat general: domnul F. G. Jacobs,
grefier: domnul H. von Holstein, grefier adjunct,

după examinarea observațiilor scrise prezentate:

- pentru Parfums Christian Dior SA și Parfums Christian Dior BV, de către C. Gielen, avocat la Amsterdam și de către domnul H. van der Woude, avocat în Baroul din Bruxelles,

* Limba de procedură: olandeza.

— pentru Evora BV, de către D. W. F. Verkade și O. W. Brouwer, avocați la Amsterdam și P. Wytinck, avocat în Baroul din Bruxelles,

– pentru guvernul francez, de către doamna C. de Salins, director adjunct al Direcției Juridice a Ministerului Afacerilor Externe, și de către domnul P. Martinet, secretar al Afacerilor Externe în aceeași direcție, în calitate de agenți,

- pentru Guvernul italian, de către domnul U. Leanza, șeful Serviciului de contencios diplomatic din Ministerul Afacerilor Externe, în calitate de agent, asistat de către O. Fiumara, avvocato dello Stato,

- pentru Guvernul Regatului Unit, de către doamna L. Nicoll, de la Treasury Solicitor's Department, în calitate de agent, asistată de către domnul M. Silverleaf, barrister,

- pentru Comisia Comunităților Europene, de către domnul B. J. Drijber, membru al Serviciului juridic, în calitate de agent,

având în vedere raportul de ședință,

după ascultarea observațiilor orale ale Parfums Christian Dior SA și Parfums Christian Dior BV, reprezentate de către C. Gielen și de către H. van der Woude, ale Evora BV, reprezentată de către O. W. Brouwer, L. de Gryse, avocat în Baroul din Bruxelles și P. Wytinck, ale guvernului francez, reprezentat de către domnul P. Martinet și ale Comisiei, reprezentată de către domnul B. J. Drijber, în ședința din 5 februarie 1997,

după ascultarea concluziilor avocatului general, prezentate în ședința din 29 aprilie 1997,

pronunță prezenta

Hotărâre

1 Prin Hotărârea din 20 octombrie 1995, primită la Curte la 26 octombrie 1995, Hoge Raad der Nederlanden a adresat, în temeiul articolului 177 din Tratatul CE, șase întrebări preliminare privind interpretarea articolelor 30, 36 și 177 al treilea paragraf din același tratat, precum și a articolelor 5 și 7 din Prima Directivă 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (JO 1989, L 40, p. 1, ediție specială în limba română: capitol 17 volum 01 p. 92 – 98, denumită în continuare „directiva”).

2 Aceste întrebări au fost adresate în cadrul unui litigiu între Parfums Christian Dior SA, societate de naționalitate franceză cu sediul la Paris (denumită în continuare „Dior Franța”), Parfums Christian Dior BV, societate de naționalitate olandeză cu sediul la Rotterdam (denumită în continuare „Dior Olanda”) și Evora BV, societate de naționalitate olandeză cu sediul la Renswoude (denumită în continuare „Evora”), cu privire la publicitatea făcută de aceasta din urmă pentru produse Dior pe care le-a pus în vânzare.

3 Dior Franța creează și produce parfumuri și alte produse cosmetice care se vând la prețuri relativ ridicate și care sunt considerate ca făcând parte din piața produselor cosmetice de lux. Pentru vânzarea produselor acesteia în afara Franței, a desemnat reprezentanți exclusivi, printre care Dior Olanda în Țările de Jos. Asemănător altor reprezentanți exclusivi ai Dior Franța în Europa, Dior Olanda a recurs pentru distribuirea produselor Dior în Țările de Jos la un sistem de distribuție selectivă, care implică faptul că produsele Dior sunt vândute numai

unor revânzători selecționați, care au obligația de a vinde numai cumpărătorilor finali și de a nu revinde niciodată altor revânzători, cu excepția cazului în care aceștia sunt, de asemenea, selecționați pentru vânzarea de produse Dior.

4 În Benelux, Dior Franța este unicul titular al mărcilor emblematice Eau sauvage, Poison, Fahrenheit și Dune, în special pentru parfumuri. Aceste mărci constau în reprezentări ale ambalajului în care sunt vândute flacoanele care conțin parfumurile denumite astfel. În plus, Dior Franța este titularul drepturilor de autor atât pentru aceste ambalaje cât și pentru aceste flacoane, precum și pentru ambalajele și flacoanele produselor vândute sub denumirea Svelte.

5 Evora exploatează sub numele filialei acesteia, Kruidvat, un important lanț de magazine de articole de drogherie. Magazinele Kruidvat, deși nu au fost desemnate ca distribuitori de către Dior Olanda, vând produse Dior pe care Evora le-a procurat prin intermediul importurilor paralele. Legalitatea revânzării acestor produse nu este contestată în cadrul acțiunii principale.

6 Cu ocazia unei promoții în timpul Crăciunului în 1993, Kruidvat a oferit la vânzare produsele Dior Eau sauvage, Poison, Fahrenheit, Dune și Svelte și, cu această ocazie, a reprodus, în pliantele publicitare ale acesteia, ambalajele și flacoanele unora dintre aceste produse. În conformitate cu hotărârea de trimitere, reprezentarea ambalajelor și flacoanelor viza, în mod exclusiv, direct și clar, produsul oferit spre vânzare și a fost efectuată într-o manieră uzuală pentru revânzătorii din acest sector comercial.

7 Având în vedere că această publicitate nu corespundea imaginii de lux și de prestigiu a mărcilor Dior, Dior Franța și Dior Olanda (denumite în continuare „Dior”) au acuzat Evora în procedura ordonanței președințiale în fața Rechtbank te Haarlem pentru încălcarea acestor mărci și au solicitat un ordin prin care Evora să înceteze utilizarea mărcilor emblematice ale Dior și orice publicare sau reproducere a produselor acesteia în cataloage, broșuri, anunțuri sau în orice alt mod. Dior a susținut, în special, că felul în care Evora i-a folosit mărcile era contrar dispozițiilor legii uniforme Benelux privind mărcile de produse în versiunea aflată în vigoare în acea perioadă și a avut loc într-un mod care putea aduce atingere imaginii acestora de lux și de prestigiu. În plus, Dior a susținut că publicitatea făcută de Evora aducea atingere drepturilor sale de autor.

8 Președintele Rechtbank a acceptat cererea Dior și a solicitat Evora să înceteze imediat orice folosire a mărcilor emblematice ale Dior, precum și orice publicare sau reproducere a produselor Dior în cauză în cataloage, broșuri, anunțuri și în orice alt mod care nu corespunde modalității de publicitate uzuale a Dior. Evora a introdus o acțiune împotriva acestei ordonanțe în fața Gerechtshof te Amsterdam.

9 Această instanță a anulat ordonanța atacată și a refuzat să acorde măsurile solicitate. Aceasta a respins, în special, argumentul Dior, în conformitate cu care aceasta din urmă putea să se opună comercializării ulterioare a produselor în temeiul articolului 7 alineatul (2) din directivă, conform căruia titularul unei mărci se poate opune utilizării mărcii pentru produse care au fost comercializate în Comunitate sub această marcă de către titular atunci când acest lucru este justificat de motive legitime, în special atunci când starea produselor este modificată sau alterată după comercializarea acestora. Gerechtshof a estimat că această dispoziție se referă în mod exclusiv la atingerea adusă reputației mărcii de către o alterare a stării fizice a articolului din marca în cauză.

10 Dior a formulat un recurs împotriva acestei decizii în fața Hoge Raad. Aceasta a susținut, în special, că „starea produselor” în sensul articolului 7 alineatul (2) din directivă include, de asemenea, starea „fizică” a produsului, anume înfățișarea și imaginea de prestigiu a

produsului precum și senzația de lux pe care o degajă acesta ca urmare a modului de prezentare și de publicitate ales de către titularul mărcii în temeiul exercitării drepturilor asupra unei mărci ale acestuia.

11 Evora a indicat, în special, că publicitatea acesteia – făcută în conformitate cu un model uzual pentru comercianții din acest sector – nu aduce atingere drepturilor exclusive ale Dior și că dispozițiile directivei precum și articolele 30 și 36 din tratat se opun invocării de către Dior a drepturilor asupra unei mărci și de autor asupra acesteia pentru a îi interzice să facă publicitate pentru produsele Dior pe care le comercializează.

12 În aceste condiții, Hoge Raad a considerat că este necesar să adreseze Curții de Justiție a Benelux (denumită în continuare „Curtea Benelux”) întrebări preliminare privind interpretarea legii uniforme Benelux privind mărcile produselor și Curții de Justiție a Comunităților Europene întrebări preliminare cu privire la dreptul comunitar. În acest context, Hoge Raad a adresat întrebarea dacă, în speță, Curtea Benelux sau Hoge Raad este instanța națională ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac în dreptul intern și care dintre ele, în acest temei, este obligată să sesizeze Curtea de Justiție în temeiul articolului 177 al treilea paragraf din tratat.

13 În plus, Hoge Raad a subliniat că, deși statele Benelux nu își adaptaseră legislația la directivă, la momentul hotărârii de trimitere a acesteia, în ciuda expirării termenului prevăzut în acest scop, interpretarea directivei nu este lipsită de relevanță, având în vedere jurisprudența Curții în conformitate cu care, atunci când un justițiabil invocă o directivă care nu a fost încă transpusă în ordinea juridică națională în termenul prescris, trebuie interpretate, pe cât posibil, normele naționale în lumina textului și a finalității directivei (a se vedea, în special, Hotărârea din 14 iulie 1994, Faccini Dori, C-91/92, Rec., p. I-3325). De altminteri, pentru cazul în care nu este posibilă interpretarea normelor naționale în cauză în conformitate cu directiva, se adresează o întrebare privind interpretarea articolelor 30 și 36 din tratat.

14 Prin urmare, Hoge Raad a hotărât să suspende pronunțarea hotărârii și să adreseze Curții următoarele întrebări:

„1) În cazul în care, în cadrul unei proceduri în domeniul dreptului asupra mărcilor care se derulează într-una dintre țările Benelux, referitor la interpretarea legii uniforme Benelux privind mărcile, este adresată o întrebare cu privire la interpretarea Primei Directive a Consiliului Comunităților Europene din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci (89/104/CEE), trebuie considerat că numai Curtea Supremă Națională sau Curtea de Justiție Benelux este instanța națională ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac în dreptul intern și care, în acest temei, este obligată să sesizeze Curtea de Justiție în conformitate cu articolul 177 al treilea paragraf din Tratatul CE?

2) În cazul revânzării produselor care au fost puse în circulație în Comunitate sub o marcă de către titularul mărcii sau cu autorizația acestuia, este conform cu sensul directivei citate anterior și, în special, cu articolele 5 – 7 din aceasta, să se tolereze ca revânzătorul să poată folosi, de asemenea, această marcă pentru a anunța publicului comercializarea ulterioară?

3) În ipoteza unui răspuns afirmativ la a doua întrebare, există și excepții de la această normă?

4) În ipoteza unui răspuns afirmativ la a treia întrebare, este posibilă o excepție pentru cazul în care funcția publicitară a mărcii este pusă în pericol prin faptul că, prin modul în care revânzătorul folosește marca în anunțul menționat mai sus, acesta aduce atingere imaginii de lux și de prestigiu a mărcii menționate anterior?

5) Poate fi vorba de «motive justificate» în sensul articolului 7 alineatul (2) din directivă atunci când modul în care revânzătorul face publicitate pentru produse modifică sau alterează „starea” acestor produse – anume înfățișarea, imaginea de prestigiu și senzația de lux pe care o degajă aceste produse ca urmare a modului de prezentare și de publicitate ales de către titularul mărcii în temeiul exercitării drepturilor de marcă ale acestuia?

6) Dispozițiile articolelor 30 și 36 din Tratatul CE se opun ca titularul unei mărci (emblematic) sau titularul unui drept de autor privind flacoanele și ambalajele pe care acesta le folosește pentru produsele acestuia, invocând acest drept asupra mărcii sau acest drept de autor, să împiedice un revânzător, care are posibilitatea de a continua comercializarea acestor produse, de a face publicitate pentru acest produs într-un mod uzual comercianților din domeniul în cauză? De asemenea, acesta este cazul atunci când, prin felul în care revânzătorul folosește marca în publicitatea acestuia, aduce atingere imaginii de lux și de prestigiu a acestei mărci sau atunci când divulgarea și reproducerea se efectuează în condiții care pot cauza un prejudiciu titularului dreptului de autor?”

Cu privire la prima întrebare

15 Rezultă din hotărârea de trimitere

- că, printr-un tratat semnat la Bruxelles la 31 martie 1965, între Regatul Belgiei, Marele Ducat al Luxemburgului și Regatul Țărilor de Jos, a fost instituită Curtea Benelux și că aceasta este compusă din judecători ai curților supreme din fiecare din aceste trei state și

- că, în conformitate cu dispozițiile coroborate ale articolului 6 alineatul (3) din tratatul menționat anterior și ale articolului 10 din Convenția Benelux în domeniul mărcilor de produse, încheiată la 19 martie 1962 între aceste trei state membre ale Benelux, Hoge Raad este obligată, în principiu, să adreseze Curții Benelux, cu titlu preliminar, întrebările de interpretare a legii uniforme Benelux privind mărcile produselor, anexată la convenția menționată anterior.

16 Articolul 6 din tratatul de instituire a Curții Benelux prevede următoarele:

„1. În cazurile specificate mai jos, Curtea Benelux se pronunță la întrebări de interpretare a normelor juridice desemnate în temeiul articolului 1 care sunt adresate în litigii pendinte fie în fața instanțelor dintr-una din cele trei țări, care au sediul pe teritoriul acestora în Europa...

2. Atunci când se pare că o decizie într-o cauză pendinte în fața unei instanțe naționale implică soluția unei dificultăți de interpretare a unei norme juridice desemnate în temeiul articolului 1, această instanță poate, în cazul în care consideră că este necesară o decizie cu privire la acest punct pentru pronunțarea hotărârii acesteia, să suspende chiar din oficiu orice decizie pentru a se pronunța Curtea Benelux asupra problemei de interpretare.

3. În condițiile stabilite în alineatul precedent, o instanță națională ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac jurisdicționale în dreptul intern este obligată să sesizeze Curtea Benelux...”

17 Articolul 7 alineatul (2) din același tratat prevede, în plus:

„Instanțele naționale care se pronunță ulterior în cauză sunt obligate de interpretarea care rezultă din decizia adoptată de către Curtea Benelux.”

18 Prin intermediul primei întrebări, instanța națională solicită să se stabilească, în legătură cu acest sistem de drept, dacă, atunci când o întrebare privind interpretarea directivei este adresată în cadrul unei proceduri care se derulează într-unul dintre statele membre ale Benelux și se referă la interpretarea legii uniforme Benelux privind mărcile produselor, Curtea Supremă Națională sau Curtea Benelux este instanța națională ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac în dreptul intern și care, în acest temei, este obligată să sesizeze Curtea în conformitate cu articolul 177 al treilea paragraf din tratat.

19 Pentru a răspunde la această întrebare, trebuie examinat mai întâi dacă o instanță precum Curtea Benelux poate adresa întrebări preliminare Curții și dacă, după caz, poate fi obligată să o facă.

20 În primul rând, se pare că întrebarea adresată de instanța națională este bazată, în mod justificat, pe premisa că o instanță precum Curtea Benelux este o instanță care poate adresa întrebări preliminare Curții.

21 Într-adevăr, nu există nici un motiv întemeiat care să justifice ca o asemenea instanță comună mai multor state membre să nu poată adresa întrebări preliminare Curții, asemeni instanțelor din fiecare din aceste state membre.

22 În această privință, trebuie ținut seama, în special, de faptul că este sarcina Curții Benelux să asigure uniformitatea în aplicarea normelor juridice comune celor trei state din Benelux și că procedura în fața acesteia constituie o etapă în procedurile pendinte în fața instanțelor naționale la sfârșitul cărora este stabilită interpretarea definitivă a normelor juridice comune în Benelux.

23 Prin urmare, a permite unei instanțe precum Curtea Benelux, atunci când aceasta are ca sarcină interpretarea normelor comunitare, să aplice procedura prevăzută la articolul 177 din tratat corespunde obiectivului acestei dispoziții, care este de a păstra interpretarea uniformă a dreptului comunitar.

24 În continuare, fiind vorba de a stabili dacă o instanță precum Curtea Benelux poate fi obligată să sesizeze Curtea, trebuie amintit că, în conformitate cu articolul 177 al treilea paragraf din tratat, atunci când o întrebare preliminară este adresată într-o cauză pendinte în fața unei instanțe naționale ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac din dreptul intern, această instanță este obligată să sesizeze Curtea de Justiție.

25 În conformitate cu jurisprudența Curții, această obligație de sesizare se înscrie în cadrul cooperării, instituite pentru a asigura buna aplicare și interpretarea uniformă a dreptului comunitar în toate statele membre, între instanțele naționale, în calitatea acestora de instanțe însărcinate cu aplicarea dreptului comunitar și Curtea de Justiție (a se vedea, în special, Hotărârea din 6 octombrie 1982, Cilfit și Lanificio di Gavardo, 283/81, Rec., p. 3415, punctul 7). De asemenea, rezultă din jurisprudență că articolul 177 al treilea paragraf are ca scop, în special, stabilirea în orice stat membru a unei jurisprudențe naționale care nu concordă cu normele dreptului comunitar (a se vedea, în special, Hotărârea din 24 mai 1977, Hoffmann-La Roche, 107/76, Rec., p. 957, punctul 5 și Hotărârea din 27 octombrie 1982, Morson și Jhanjan, 35/82 și 36/82, Rec., p. 3723, punctul 8).

26 În această privință, rezultă că, în măsura în care nu există nicio cale de atac împotriva deciziei unei instanțe precum Curtea Benelux, care soluționează în mod definitiv problemele de interpretare a dreptului uniform Benelux, o asemenea instanță poate fi obligată să sesizeze

Curtea în sensul articolului 177 al treilea paragraf, atunci când îi este adresată o întrebare privind interpretarea directivei.

27 De altminteri, fiind vorba de a ști dacă Hoge Raad poate fi obligată să adreseze întrebări preliminare Curții, este evident că o asemenea instanță supremă națională, ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac din dreptul intern, nu își poate pronunța hotărârea fără a sesiza în prealabil Curtea în temeiul articolului 177 al treilea paragraf din tratat, atunci când îi este adresată o întrebare privind interpretarea dreptului comunitar.

28 Cu toate acestea, nu rezultă în mod necesar din acestea că, într-o situație precum cea menționată de Hoge Raad, cele două instanțe sunt în mod efectiv obligate să sesizeze Curtea.

29 Într-adevăr, în conformitate cu o jurisprudență constantă a Curții, în cazul în care articolul 177 ultimul paragraf obligă fără nicio restricție instanțele naționale ale căror decizii nu pot face obiectul unei căi de atac în dreptul intern să adreseze Curții orice întrebare de interpretare adresată acestora, autoritatea interpretării date de aceasta în temeiul articolului 177 poate lipsi această obligație de scop și, în acest fel, o poate goli de conținut. Acesta este cazul în special atunci când întrebarea adresată este identică din punct de vedere material cu o întrebare care a făcut deja obiectul unei hotărâri preliminare într-o cauză asemănătoare (a se vedea, în special, Hotărârea Cilfit și Lanificio di Gavardo, citată anterior, punctul 13 și Hotărârea din 27 martie 1963, Da Costa și alții, 28/62, 29/62 și 30/62, Rec., p. 59). *A fortiori*, acesta este, de asemenea, cazul când întrebarea adresată este identică din punct de vedere material cu o întrebare care a făcut deja obiectul unei hotărâri preliminare în cadrul aceleiași cauze naționale.

30 Rezultă din aceasta că, în cazul în care, anterior sesizării Curții Benelux, o instanță precum Hoge Raad a făcut uz de puterea acesteia de a supune întrebarea adresată Curții de Justiție, autoritatea interpretării date de către aceasta poate lipsi o instanță, precum Curtea Benelux, de obligația acesteia de a adresa o întrebare identică din punct de vedere material înainte de a-și pronunța hotărârea. În mod contrar, în lipsa sesizării prealabile a Curții de Justiție de către o instanță precum Hoge Raad, o instanță precum Curtea Benelux este obligată să supună întrebarea adresată Curții, a cărei decizie poate, prin urmare, să lipsească Hoge Raad de obligația de a adresa o întrebare identică din punct de vedere material înainte de a-și pronunța hotărârea.

31 Prin urmare, trebuie răspuns la prima întrebare că, atunci când o întrebare privind interpretarea directivei este adresată în cadrul unei proceduri care se derulează într-unul dintre statele membre ale Benelux și se referă la interpretarea legii uniforme Benelux cu privire la mărci, o instanță ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac în dreptul intern, așa cum sunt atât Curtea Benelux cât și Hoge Raad, este obligată să sesizeze Curtea de Justiție în temeiul articolului 177 al treilea paragraf din tratat. Cu toate acestea, această obligație este lipsită de scop și, în acest fel, golită de conținut când întrebarea adresată este identică din punct de vedere material cu o întrebare care a făcut deja obiectul unei acțiuni de pronunțare a unei hotărâri preliminare în cadrul aceleiași cauze naționale.

Cu privire la a doua întrebare

32 Prin intermediul cele de a doua întrebări formulate, instanța națională solicită să se stabilească, în esență, dacă articolele 5 – 7 din directivă trebuie să fie interpretate în sensul că, atunci când anumite produse purtând o marcă au fost introduse pe piața comunitară de către titularul mărcii sau cu consimțământul acestuia, un revânzător are, pe lângă posibilitatea de a

revinde aceste produse, și posibilitatea de a utiliza marca pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a produselor respective.

33 Pentru a răspunde la această întrebare, trebuie amintite mai întâi dispozițiile relevante ale articolelor din directivă la care a făcut trimitere instanța de trimitere.

34 Articolul 5 din directivă, care stabilește drepturile acordate de către o marcă, prevede, pe de o parte, la alineatul (1), că titularul are dreptul să interzică oricărui terț să folosească, în comerț, marca acestuia și la alineatul (3) litera (d), că acesta poate interzice oricărui terț utilizarea mărcii pentru publicitate.

35 Articolul 7 alineatul (1) din directivă, care se referă la epuizarea drepturilor conferite de către o marcă, prevede, pe de altă parte, că acest drept nu permite titularului acesteia să interzică utilizarea mărcii pentru produse care au fost puse în circulație în Comunitate sub această marcă de către titular sau cu consimțământul acestuia.

36 În continuare, trebuie constatat că, în cazul în care dreptul conferit titularului unei mărci, în conformitate cu articolul 5 din directivă, de a interzice utilizarea mărcii acestuia pentru produse este epuizat atunci când acestea au fost comercializate chiar de către acesta sau cu consimțământul acestuia, același lucru se întâmplă când este vorba de dreptul de a folosi marca pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a produselor respective.

37 Într-adevăr, rezultă din jurisprudența Curții că articolul 7 din directivă trebuie să fie interpretat în lumina normelor tratatului privind libera circulație a mărfurilor, în special a articolului 36 (a se vedea Hotărârea din 11 iulie 1996, Bristol-Myers Squibb și alții, C-427/93, C-429/93 și C-436/93, Rec., p. I-3457, punctul 27) și că norma epuizării urmărește să împiedice titularii mărcilor să segmenteze mărcile naționale și să favorizeze în acest fel menținerea diferențelor de preț care pot exista între statele membre (a se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, citată anterior, punctul 46). Or, în cazul în care dreptul de a folosi marca pentru a anunța comercializarea ulterioară nu era epuizat în același fel ca dreptul de revânzare, acesta din urmă era mult mai dificil, iar obiectivul normei epuizării prevăzute la articolul 7 era, în acest fel, compromis.

38 Rezultă că trebuie răspuns la a doua întrebare că articolele 5 și 7 din directivă trebuie să fie interpretate în sensul că, atunci când anumite produse purtând o marcă au fost introduse pe piața comunitară de către titularul mărcii sau cu consimțământul acestuia, un revânzător are, pe lângă posibilitatea de a revinde aceste produse, și posibilitatea de a utiliza marca pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a produselor respective.

Cu privire la a treia, a patra și a cincea întrebare

39 Prin a treia, a patra și a cincea întrebare, care trebuie examinate împreună, instanța națională solicită să se stabilească în esență dacă norma care decurge din răspunsul la a doua întrebare autorizează excepții, în special

– atunci când funcția publicitară a mărcii este pusă în pericol prin faptul că, prin modul în care revânzătorul folosește marca în anunț, acesta aduce un prejudiciu asupra imaginii de lux și de prestigiu a mărcii menționate anterior și

– atunci când modul în care revânzătorul realizează publicitatea pentru produse modifică sau alterează starea „fizică” a acestor produse, și anume înfățișarea și imaginea de prestigiu a

produselor precum și senzația de lux pe care o degajă acestea ca urmare a modului de prezentare și de publicitate ales de către titularul mărcii în temeiul exercitării drepturilor asupra mărcii ale acestuia.

40 În această privință, trebuie amintit că, în conformitate cu articolul 7 alineatul (2) din directivă, norma epuizării consacrate la alineatul (1) nu se aplică atunci când există motive justificate pentru ca titularul mărcii să se opună comercializării ulterioare a produselor care poartă o marcă, în special atunci când starea produselor este modificată sau deteriorată după introducerea acestora pe piață.

41 Prin urmare, trebuie examinat dacă situațiile vizate de instanța națională constituie motive legitime, în sensul articolului 7 alineatul (2) din directivă, care permit titularului mărcii să se opună ca un revânzător să folosească marca acestuia pentru a anunța publicul despre comercializarea ulterioară a produselor care poartă această marcă.

42 În această privință, trebuie amintit mai întâi că, în conformitate cu jurisprudența Curții, articolul 7 din directivă reglementează în mod complet problema epuizării dreptului de marcă în ceea ce privește produsele comercializate în Comunitate și că folosirea termenului „în special” la alineatul (2) demonstrează faptul că situația privind modificarea sau alterarea stării produselor care poartă marca este dată numai cu titlu de exemplu de ce pot constitui motive justificate (a se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, citată anterior, punctele 26 și 39). În plus, această dispoziție urmărește să pună de acord interesele fundamentale ale protecției drepturilor de marcă și cele ale liberei circulații a mărfurilor pe piața comună (Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, citată anterior, punctul 40).

43 În continuare, trebuie constatat că atingerea adusă renumelui mărcii poate, în principiu, să fie un motiv legitim, în sensul articolului 7 alineatul (2) din directivă, care să justifice faptul că titularul se opune comercializării ulterioare a produselor pe care le-a introdus în Comunitate sau care au fost introduse cu consimțământul acestuia. Într-adevăr, în conformitate cu jurisprudența Curții privind reambalarea produselor de marcă, titularul unei mărci are un interes legitim, referitor la obiectul specific al dreptului de marcă, de a putea să se opună comercializării acestor produse în cazul în care prezentarea produselor reambalate poate să dăuneze reputației mărcii (a se vedea Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții, citată anterior, punctul 75).

44 Rezultă din aceasta că, atunci când un revânzător utilizează o marcă pentru a anunța comercializarea ulterioară de produse care poartă marca, trebuie pus în balanță interesul legitim al titularului mărcii de a fi protejat împotriva revânzătorilor care folosesc marca acestuia în scopuri publicitare într-un mod care poate aduce atingere renumelui mărcii și interesul revânzătorului de a putea revinde produsele în cauză folosind modalități de publicitate care sunt uzuale în sectorul acestuia de activitate.

45 Fiind vorba de o speță precum cea în acțiunea principală, care se referă la produse de lux și de prestigiu, revânzătorul nu trebuie să acționeze într-o manieră neloyală față de interesele legitime ale titularului mărcii. Prin urmare, trebuie să încerce să evite ca publicitatea acestuia să afecteze valoarea mărcii aducând prejudicii înfățișării și imaginii de prestigiu a produselor în cauză precum și senzației de lux pe care o degajă acestea.

46 Cu toate acestea, trebuie constatat, de asemenea, că faptul că un revânzător, care comercializează de obicei articole de aceeași natură, dar nu în mod necesar de aceeași calitate, utilizează pentru produse care poartă marca modalități de publicitate care sunt uzuale în sectorul acestuia de activitate, chiar dacă acestea nu corespund cu cele utilizate de către

titularul mărcii sau de către revânzătorii autorizați ai acestuia, nu constituie un motiv legitim, în sensul articolului 7 alineatul (2) din directivă, care să justifice faptul că titularul se poate opune acestei publicități, cu excepția cazului în care se stabilește, ținând seama de circumstanțele proprii fiecărei cauze, că utilizarea mărcii în publicitate de către revânzător aduce atingere gravă renumelui mărcii.

47 O asemenea atingere gravă poate să aibă loc datorită faptului că revânzătorul, în pliantul publicitar pe care îl difuzează, nu a avut grijă să evite plasarea mărcii într-o vecinătate care risca să diminueze în mod grav imaginea pe care titularul a reușit să o creeze în jurul mărcii acestuia.

48 Având în vedere cele menționate anterior, trebuie răspuns la a treia, a patra și a cincea întrebare că titularul unei mărci nu se poate opune, în temeiul articolului 7 alineatul (2) din directivă, ca un revânzător, care comercializează în mod obișnuit articole de aceeași natură, dar nu în mod necesar de aceeași calitate, ca și produsele care poartă marca, să utilizeze marca, în conformitate cu modalitățile uzuale în sectorul de activitate al acestuia, pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a acestor produse, cu excepția cazului în care se stabilește, ținând seama de circumstanțele proprii fiecărei cauze, că utilizarea mărcii în acest scop aduce o atingere gravă renumelui mărcii menționate anterior.

Cu privire la a șasea întrebare

49 Prin a șasea întrebare, instanța națională solicită să se stabilească, în esență, dacă articolele 30 și 36 din tratat se opun ca titularul unui drept asupra unei mărci sau titularul unui drept de autor privind flacoanele și ambalajele pe care acesta le folosește pentru produsele acestuia, invocând acest drept asupra mărcii sau acest drept de autor, să împiedice un revânzător să facă publicitate în scopul comercializării ulterioare a acestor produse într-un mod uzual comercianților din domeniul în cauză. În plus, aceasta solicită să se stabilească dacă, de asemenea, acesta este cazul atunci când, prin felul în care revânzătorul folosește marca în publicitatea sa, aduce atingere imaginii de lux și de prestigiu a respectivei mărci sau atunci când divulgarea și reproducerea acesteia din urmă se efectuează în condiții care pot cauza un prejudiciu titularului dreptului de autor.

50 Aceste întrebări se bazează pe următoarele premise:

- că, în conformitate cu dreptul național în domeniu, în situațiile menționate, titularul mărcii sau al dreptului de autor poate interzice în mod legitim unui revânzător să facă publicitate pentru comercializarea ulterioară a produselor și
- că o asemenea interdicție constituie o barieră pentru libera circulație a mărfurilor, interzisă de articolul 30 din tratat, cu excepția cazului în care poate fi justificată de unul dintre motivele enunțate la articolul 36 din același tratat.

51 Contrar celor susținute de Dior, instanța națională estimează în mod întemeiat că o interdicție precum cea menționată în acțiunea principală poate constitui o măsură cu efect echivalent unei restricții cantitative, în principiu interzisă la articolul 30. În această privință, este suficient să se sublinieze că, în conformitate cu hotărârea de trimitere, în acțiunea principală este vorba de produse pe care revânzătorul le-a procurat prin intermediul importurilor paralele și că o interdicție de publicitate precum cea solicitată în acțiunea principală face mult mai dificilă comercializarea și, prin urmare, accesul pe piață al acestor produse.

52 Prin urmare, trebuie examinat dacă o asemenea interdicție precum cea solicitată în acțiunea principală poate fi admisă în conformitate cu articolul 36 din tratat, conform căruia dispozițiile articolelor 30 – 34 nu se opun interdicțiilor sau restricțiilor la import justificate din motive de protecție a proprietății industriale și comerciale, sub rezerva faptului că acestea nu constituie nici un mijloc de discriminare arbitrară și nici o restricție mascată în comerțul dintre statele membre.

53 Cu privire la întrebarea privind dreptul titularului unei mărci, trebuie amintit că, în conformitate cu jurisprudența Curții, articolul 36 din tratat și articolul 7 din directivă trebuie să fie interpretate în mod identic (*Hotărârea Bristol-Myers Squibb și alții*, citată anterior, punctul 40).

54 Prin urmare și având în vedere răspunsurile la a treia, a patra și a cincea întrebare, trebuie răspuns la această parte din a șasea întrebare că articolele 30 și 36 din tratat trebuie să fie interpretate în sensul că titularul unei mărci nu se poate opune ca un revânzător, care comercializează în mod obișnuit articole de aceeași natură, dar nu în mod necesar de aceeași calitate, ca și produsele care poartă marca, să utilizeze marca, în conformitate cu modalitățile uzuale în sectorul de activitate al acestuia, pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a acestor produse, cu excepția cazului în care se stabilește, ținând seama de circumstanțele proprii fiecărei cauze, că utilizarea mărcii în acest scop aduce o atingere gravă renumelui mărcii menționate anterior.

55 În ceea ce privește partea din a șasea întrebare privind dreptul de autor, trebuie subliniat că, în conformitate cu jurisprudența Curții, motivele de protejare a proprietății industriale și comerciale în sensul articolului 36 includ protecția pe care o conferă dreptul de autor (*Hotărârea din 20 ianuarie 1981, Musik-Vertrieb membran și K-tel International, 55/80 și 57/80, Rec., p. 147, punctul 9*).

56 Or, operele literare și artistice pot face obiectul unei exploatare comerciale fie prin reprezentații publice, fie prin reproducerea și punerea în circulație a unor suporturi materiale ale acestora, iar cele două prerogative esențiale ale autorului, dreptul exclusiv de reprezentare și dreptul exclusiv de reproducere nu sunt puse în discuție de către normele tratatului (*Hotărârea din 17 mai 1988, Warner Brothers și Metronome Video, 158/86, Rec., p. 2605, punctul 13*).

57 În plus, rezultă din jurisprudență că, în cazul în care exploatarea comercială a dreptului de autor constituie o sursă de remunerare pentru titularul său, aceasta constituie, de asemenea, o formă de control al comercializării de către titular și că, din acest punct de vedere, exploatarea comercială a dreptului de autor ridică aceleași probleme ca cea a unui alt drept de proprietate industrială sau comercială (a se vedea *Hotărârea Musik-Vertrieb membran și K-tel International*, citată anterior, punctul 13). În acest fel, Curtea a constatat că dreptul exclusiv de exploatare conferit de dreptul de autor nu poate fi invocat de către titularul acestuia pentru a împiedica sau a restrânge importul de suporturi audio care includ opere protejate care au fost introduse în mod legal pe piața unui alt stat membru de către titular sau cu consimțământul acestuia (a se vedea *Hotărârea Musik-Vertrieb membran și K-tel International*, citată anterior, punctul 15).

58 Având în vedere această jurisprudență – și fără a fi nevoie să se adopte o poziție cu privire la problema de stabili dacă un drept de autor și un drept asupra unei mărci pot fi invocate simultan pentru același produs –, este suficient să se constate că, în circumstanțe precum cele din acțiunea principală, protecția atribuită de către dreptul de autor în ceea ce privește reproducerea operelor protejate în reclamele revânzătorului nu poate, în nici un caz, să fie mai extinsă decât cea care este conferită în aceleași condiții titularului dreptului asupra unei mărci.

59 Prin urmare, trebuie răspuns la a șasea întrebare că articolele 30 și 36 din tratat trebuie să fie interpretate în sensul că titularul unui drept asupra unei mărci sau al unui drept de autor nu se poate opune ca un revânzător, care comercializează în mod obișnuit articole de aceeași natură, dar nu în mod necesar de aceeași calitate, ca și produsele protejate, să le utilizeze pe acestea, în conformitate cu modalitățile uzuale în sectorul de activitate al acestuia, pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a acestor produse, cu excepția cazului în care se stabilește, ținând seama de circumstanțele proprii fiecărei cauze, că utilizarea acestor produse în acest scop aduce o atingere gravă renumelui acestora.

Cu privire la cheltuielile de judecată

60 Cheltuielile efectuate de către guvernele francez, italian și de Guvernul Regatului Unit, precum și de către Comisia Comunităților Europene, care au prezentat observații Curții, nu pot face obiectul unei rambursări. Întrucât procedura are, în raport cu părțile din acțiunea principală, un caracter incidental față de procedura din fața instanței naționale, este de competența acestei instanțe să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată.

Pentru aceste motive,

CURTEA

pronunțându-se cu privire la întrebările care i-au fost adresate de către Hoge Raad der Nederlanden, prin Hotărârea din 20 octombrie 1995, hotărăște:

1) Atunci când o întrebare privind interpretarea Primei Directive 89/104/CEE a Consiliului din 21 decembrie 1988 de apropiere a legislațiilor statelor membre cu privire la mărci este adresată în cadrul unei proceduri care se derulează într-unul dintre statele membre ale Benelux și se referă la interpretarea legii uniforme Benelux privind mărcile produselor, o instanță ale cărei decizii nu pot face obiectul unei căi de atac în dreptul intern, așa cum sunt atât Curtea de Justiție a Benelux cât și Hoge Raad der Nederlanden, este obligată să sesizeze Curtea de Justiție în temeiul articolului 177 al treilea paragraf din Tratatul CE. Cu toate acestea, această obligație este lipsită de scop și, în acest fel, golită de conținut când întrebarea adresată este identică din punct de vedere material cu o întrebare care a făcut deja obiectul unei hotărâri preliminare în cadrul aceleiași cauze naționale.

2) Articolele 5 și 7 din Directiva 89/104 trebuie să fie interpretate în sensul că, atunci când anumite produse purtând o marcă au fost introduse pe piața comunitară de către titularul mărcii sau cu consimțământul acestuia, un revânzător are, pe lângă posibilitatea de a revinde aceste produse, și posibilitatea de a utiliza marca pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a produselor respective.

3) Titularul unei mărci nu se poate opune, în temeiul articolului 7 alineatul (2) din Directiva 89/104, ca un revânzător, care comercializează în mod obișnuit articole de aceeași natură, dar nu în mod necesar de aceeași calitate, ca și produsele care poartă marca, să utilizeze marca, în conformitate cu modalitățile uzuale în sectorul de activitate al acestuia, pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a acestor produse, cu excepția cazului în care se stabilește, ținând seama de circumstanțele proprii fiecărei cauze, că utilizarea mărcii în acest scop aduce o atingere gravă renumelui mărcii menționate anterior.

4) Articolele 30 și 36 din Tratatul CE trebuie să fie interpretate în sensul că titularul dreptului asupra unei mărci sau al unui drept de autor nu se poate opune ca un revânzător, care comercializează în mod obișnuit articole de aceeași natură, dar nu în mod necesar de aceeași calitate, ca și produsele protejate, să le utilizeze pe acestea, în conformitate cu modalitățile uzuale în sectorul de activitate al acestuia, pentru a anunța publicul cu privire la comercializarea ulterioară a acestor produse, cu excepția cazului în care se stabilește, ținând seama de circumstanțele proprii fiecărei cauze, că utilizarea acestor produse în acest scop aduce o atingere gravă renumelui acestora.

Rodríguez Iglesias	Gulmann	Ragnemalm
Schintgen	Mancini	Moitinho de Almeida
Kapteyn	Murray	Edward
Puissochet		Hirsch
Jann		Sevón

Pronunțată astfel în ședință publică la Luxemburg, la 4 noiembrie 1997.

Grefier
R. Grass

Președinte
G. C. Rodríguez Iglesias