Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (viies koda)

11. aprill 2019*

Eelotsusetaotlus – Intellektuaalomand – Kaubamärgid – Määrus (EÜ) nr 207/2009 – artikli 9 lõige 1 – Direktiiv 2008/95/EÜ – Artikli 5 lõiked 1 ja 2 – Kaubamärgiga antavad õigused – Kvaliteedimärgises seisnev üksikkaubamärk

Kohtuasjas C-690/17,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Oberlandesgericht Düsseldorfi (Saksamaa kõrgeim piirkondlik kohus Düsseldorfis, Saksamaa) 30. novembri 2017. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 8. detsembril 2017, menetluses

Öko-Test Verlag GmbH

versus

Dr. Rudolf Liebe Nachf. GmbH & Co. KG,

EUROOPA KOHUS (viies koda),

koosseisus: koja president E. Regan, kohtunikud C. Lycourgos, E. Juhász, M. Ilešič (ettekandja) ja I. Jarukaitis,

kohtujurist: M. Campos Sánchez-Bordona,

kohtusekretär: osakonna juhataja D. Dittert,

arvestades kirjalikku menetlust ja 7. novembri 2018. aasta kohtuistungil esitatut,

arvestades seisukohti, mille esitasid:

– ÖKO-Test Verlag GmbH, esindaja: *Rechtsanwältin* N. Dinig,

– Dr. Rudolf Liebe Nachf. GmbH & Co. KG, esindaja *Rechtsanwalt* M. Wiume,

– Saksamaa valitsus, esindajad: T. Henze, M. Hellmann, J. Techert ja U. Bartl,

– Euroopa Komisjon, esindajad: É. Gippini Fournier, W. Mölls ja G. Braun,

olles 17. jaanuari 2019. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

* Kohtumenetluse keel: saksa

otsuse

1 Eelotsusetaotlus puudutab seda, kuidas tõlgendada nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 [Euroopa Liidu] kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1) artiklit 9 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 2008, L 299, lk 25) artiklit 5.

2 Eelotsusetaotlus on esitatud ÖKO-Test Verlag GmbH ja Dr. Rudolf Liebe Nachf. GmbH & Co. KG (edaspidi „Dr. Liebe“) vahelises kohtuvaidluses, mis käsitleb kvaliteedimärgises seisneva üksikkaubamärgi kasutamist.

Õiguslik raamistik

Liidu õigus

Määrus nr 207/2009

3 Määrust nr 207/2009 muudeti Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta määrusega (EL) 2015/2424 (ELT 2015, L 341, lk 21), mis jõustus 23. märtsil 2016. Hiljem tunnistati see määrus kehtetuks ja asendati alates 1. oktoobrist 2017 Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määrusega (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1). Arvestades põhikohtuasja asjaolude asetleidmise aega, tuleb käesolevat eelotsusetaotlust analüüsida siiski määruse nr 207/2009 alusel selle esialgses redaktsioonis.

4 Määruse nr 207/2009 põhjenduses 8 oli märgitud:

„[ELi] kaubamärgi eesmärk on eelkõige tagada kaubamärk kui päritolutähis ning sellega antav kaitse peaks olema absoluutne, kui märk ja tähis ning kaubad või teenused on identsed. Kaitse peaks kehtima ka siis, kui märk ja tähis ja kaubad või teenused on sarnased. […]“.

5 Kõnealuse määruse artikli 9 lõiked 1 ja 2 sätestasid:

„1. [ELi] kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõikidel kolmandatel isikutel kasutada kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

a) kõiki tähiseid, mis on identsed [ELi] kaubamärgiga, kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks on registreeritud [ELi] kaubamärk;

b) kõiki tähiseid, kui identsuse või sarnasuse tõttu [ELi] kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu [ELi] kaubamärgi ja tähisega kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et avalikkus võib need omavahel segi ajada; segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et tähist seostatakse kaubamärgiga;

c) kõiki tähiseid, mis on identsed või sarnased [ELi] kaubamärgiga, seoses kaupade või teenustega, mis ei ole sarnased nende kaupade ja teenustega, mille jaoks ühenduse kaubamärk on registreeritud, kui [ELi] kaubamärgil on liidus maine ja kui kõnealuse tähise kasutamine ilma tungiva põhjuseta tähendaks [ELi] kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist.

2. Lõike 1 alusel võib muu hulgas keelata järgmised toimingud:

a) kõnealuse tähise kandmine kaupadele või nende pakendile;

[…]“.

Direktiiv 2008/95

6 Direktiiv 2008/95, millega tunnistati kehtetuks ja asendati 21. detsembri 1988. aasta esimene nõukogu direktiiv 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92), on omakorda kehtetuks tunnistatud ja asendatud alates 15. jaanuarist 2019 jõustunud 16. detsembri 2015. aasta Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiviga (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 2015, L 336, lk 1). Arvestades põhikohtuasja asjaolude asetleidmise aega, tuleb käesolevat eelotsusetaotlust analüüsida siiski määruse nr 2008/95 alusel.

7 Direktiivi 2008/95 põhjenduses 11 oli märgitud:

„Registreeritud kaubamärgi eesmärk on eelkõige tagada kaubamärk kui päritolutähis ning sellega antav kaitse peaks olema absoluutne, kui märk ja tähis ning kaubad või teenused on identsed. Kaitse peaks kehtima ka siis, kui märk ja tähis ja kaubad või teenused on sarnased. […]“.

8 Direktiivi 2008/95 artikli 5 lõiked 1–3 sätestasid:

„1. Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud;

b) kõiki tähiseid, mille identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ja tähisega kaitstud kaupade või teenustega esineb risk, et üldsus võib need omavahel segi ajada; esineb risk, et see võib tekitada seoseid kaubamärgi ja tähise vahel.

2. Lisaks sellele võib iga liikmesriik sätestada, et omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid tema nõusolekuta kasutamast kaubandustegevuse käigus mis tahes tähist, mis on identne või sarnane kaubamärgiga, mis on välja antud kaupade või teenuste jaoks, mis ei ole sarnased nende kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud, ja juhul kui selle tähise põhjuseta kasutamine kasutaks ebaõiglaselt ära või kahjustaks varasema kaubamärgi eristatavust või mainet.

3. Lõigete 1 ja 2 alusel võib muu hulgas keelata järgmised toimingud:

a) tähise kandmine kaupadele või nende pakendile;

[…]“.

Saksa õigus

9 Saksamaa Liitvabariik kasutas direktiivi 2008/95 artikli 5 lõikes 2 ette nähtud võimalust, kehtestades seaduse kaubamärkide ja muude eristavate tähiste õiguskaitse kohta (Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen) § 14 lõike 2 punkti 3.

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

10 Öko-Test Verlag on ettevõtja, kes testide abil hindab toodete sooritusvõimet ja nõuetele vastavust eesmärgiga teavitada seejärel avalikkust hindamise tulemustest. Ta müüb Saksamaal ajakirja, mis sisaldab lisaks tarbijatele suunatud üldisele teabele nimetatud testide tulemusi.

11 Alates 2012. aastast kuulub ÖKO-Test Verlagile ELi kaubamärk, mis koosneb tähisest, milleks on silt kauba testimise tulemuste esitamiseks, (edaspidi „kvaliteedimärgis“) ja mis on kujutatud järgmiselt:



12 Samuti kuulub talle riigisisene kaubamärk, milleks on see sama kvaliteedimärgis.

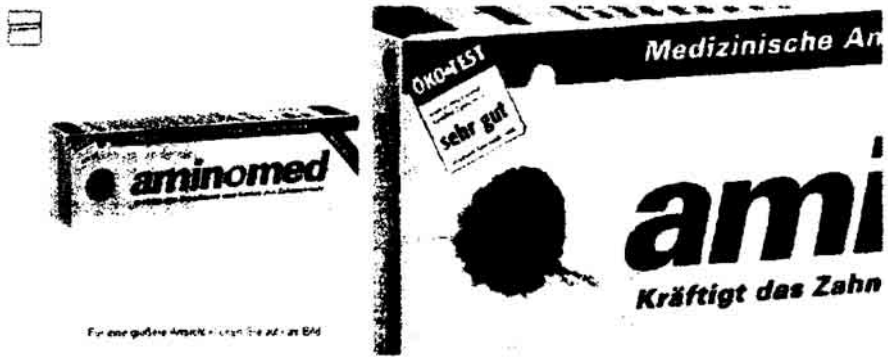
13 Need kaubamärgid (edaspidi koos „ÖKO-TEST kaubamärgid“) on registreeritud muu hulgas trükitoodete ning testimis-, tarbijateavitus- ja -nõustamisteenuse jaoks.

14 Öko-Test Verlag valib välja kaubad, mida ta soovib testida, ja hindab neid enda valitud teaduslikest hindamisalustest lähtudes, ilma et tootjatelt nõusolekut küsitaks. Seejärel avaldab ta nende testide tulemused oma ajakirjas.

15 Juhtumipõhiselt pakub ÖKO-Test Verlag testitud kauba tootjale võimalust sõlmida temaga litsentsileping. Litsentsilepingu alusel on tootjal lubatud teatava rahasumma tasumise korral tähistada oma kaup kvaliteedimärgisega, millele on märgitud testi tulemus (mis on kirjas lahtris, mille piirjooned on osa sellest märgisest). Selline litsents kehtib seni, kuni ÖKO-Test Verlag korraldab asjaomase kauba uue testimise.

16 Dr. Liebe on ettevõtja, kes toodab ja turustab tootesarja „Aminomed“ hambapastat. 2005. aastal testis ÖKO-Test Verlag selle tootesarja hambapastade hulka kuuluvat toodet „Aminomed Fluorid-Kamillen-Zahncreme“, millele anti hinnang „sehr gut“ („väga hea“). Samal aastal sõlmis Dr. Liebe ÖKO-Test Verlagiga litsentsilepingu.

17 ÖKO-Test Verlag sai 2014. aastal teada, et Dr. Liebe turustab üht oma toodet järgmises pakendis:



18 Öko-Test Verlag esitas Dr. Liebe vastu kaubamärgi rikkumise hagi Landgericht Düsseldorfile (Düsseldorfi piirkondlik kohus, Saksamaa), väites, et Dr. Liebel ei olnud õigust kasutada 2014. aastal kaubamärke ÖKO-TEST litsentsilepingu alusel, mis sõlmiti 2005. aastal, eeskätt kuna 2008. aastal avaldati hambapastade uutel hindamisalustel põhinev uus test ja pealegi ei vastanud Dr. Liebe toode enam 2005. aastal testitud tootele, sest selle nime, kirjeldust ja pakendit oli muudetud.

19 Dr. Liebe väitis selles kohtus, et litsentsileping, mida on mainitud eespool punktis 16, püsis kehtivana. Lisaks vaidlustas ta selle, et ta olevat kasutanud kvaliteedimärgist kaubamärgina.

20 Nimetatud kohus tegi otsuse Dr. Liebe kahjuks, kohustades teda lõpetama kvaliteedimärgise kasutamise tootesarja „Aminomed“ kuuluvate toodete jaoks, kõrvaldama asjaomased tooted käibest ja need hävitama. Kohus otsustas, et Dr. Liebe on rikkunud kaubamärkidest ÖKO-TEST tulenevaid õigusi, kui ta kasutas kvaliteedimärgist tarbijateavitus- ja -nõustamisteenuse jaoks, mis on teenused, mille jaoks need kaubamärgid on registreeritud.

21 Dr. Liebe esitas selle kohtuotsuse peale apellatsioonkaebuse Oberlandesgericht Düsseldorfile (Düsseldorfi kõrgeim piirkondlik kohus, Saksamaa). Öko-Test Verlag esitas omakorda vastuapellatsioonkaebuse, paludes laiendada Üldkohtu otsust nii, et see hõlmaks ka Dr. Liebe poolt selliste sõna- ja kujutismärkide kasutamist, mis ei ole küll kaubamärgina registreeritud, kuid on identsed kaubamärkidega ÖKO-TEST.

22 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu sõnul otsustas Üldkohus õiguspäraselt, et litsentsileping, millele viidatakse käesoleva kohtuotsuse punktis 16, oli enne 2014. aastat lõppenud. Nimetatud kohus järeldab sellest, et Dr. Liebe kasutas kaubandustegevuses ilma ÖKO-Test Verlagi nõusolekuta kaubamärkidega ÖKO-TEST identset või sarnast tähist.

23 Seevastu ei ole see kohus kindel, kas ÖKO-Test Verlag saab Dr Liebe vastu tugineda oma ainuõigusele, mis tuleneb määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punktidest a või b ning direktiivi 2008/95 artikli 5 lõikest 1. Nimelt tähistas Dr. Liebe tõepoolest kaubamärkidega ÖKO-TEST identse või sarnase tähisega kaupa, mis ei ole identne ega sarnane kaubaga, mille jaoks kaubamärgid ÖKO-TEST on registreeritud. Samuti võib väita, et seda tähist ei ole kasutatud „kaubamärgina“.

24 Seega on sellel kohtul kahtlused seoses Üldkohtu kasutatud lähenemisega, mille kohaselt samastatakse Dr. Liebe poolt kaubamärkidega ÖKO-TEST identse või sarnase tähise kasutamine kasutamisega teenuste puhul, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud.

25 Lisaks soovib see kohus selgitust määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti c ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 2 reguleerimisala kohta. Tema sõnul on tõepoolest tuvastatud, et kvaliteedimärgis, mis on registreeritud kaubamärgina, omab mainet kõikjal Saksamaa territooriumil. Siiski on see maine seotud kvaliteedimärgisega ja mitte selle märgise kui registreeritud kaubamärgiga sellisena. Vaja on välja selgitada, kas neil asjaoludel on kaubamärgi omanikul õigus nendest sätetest tulenevale kaitsele.

26 Nendel asjaoludel otsustas Oberlandesgericht Düsseldorf (Düsseldorfi kõrgeim piirkondlik kohus) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas õigusi rikkuv üksikkaubamärgi kasutamine [määruse nr 207/2009] artikli 9 lõike 1 teise lause punkti b või [direktiivi 2008/95] artikli 5 lõike 1 teise lause punkti a tähenduses esineb juhul, kui

– üksikkaubamärk on kantud kaubale, mille jaoks üksikkaubamärk ei ole registreeritud,

– avalikkuse arvates on kolmanda isiku poolt kaubale kantud üksikkaubamärk „kvaliteedimärgis“ selles tähenduses, et kuigi kaupa toodab ja turustab kolmas isik, keda kaubamärgi omanik ei kontrolli, on kaubamärgi omanik selle kauba teatavaid omadusi testinud ja andnud neile „kvaliteedimärgisel“ märgitud hinnangu, ning

– üksikkaubamärk on muu hulgas registreeritud „tarbijate teavitamiseks ja nõustamiseks kaupade ja teenuste valimisel, eelkõige testide ja analüüside tulemuste alusel ning kvaliteedikontrolli abil“?

2. Kui vastus esimesele küsimusele on eitav, siis

kas õigusi rikkuv üksikkaubamärgi kasutamine [määruse nr 207/2009] artikli 9 lõike 1 teise lause punkti c ja [direktiivi 2008/95] artikli 5 lõike 2 tähenduses esineb juhul, kui

– üksikkaubamärk on tuntud ainult (esimeses küsimuses täpsustatud) „kvaliteedimärgisena“ ja

– kolmas isik kasutab üksikkaubamärki kvaliteedimärgisena?“

Eelotsuse küsimuste analüüs

Esimene küsimus

27 Esimese küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkte a ja b ning direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punkte a ja b tuleb tõlgendada nii, et need lubavad kvaliteedimärgises seisneva üksikkaubamärgi omanikul keelata kolmandal isikul tähistamast selle kaubamärgiga identse või sarnase tähisega oma kaupa, mis ei ole identne ega sarnane kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud.

28 Kõigepealt tuleb määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti a ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punkti a kohta märkida, et nimetatud sätted käsitlevad „topeltidentsust“, st seda, kui kolmas isik kasutab kaubamärgiga identset tähist kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud (22. septembri 2011. aasta kohtuotsus Interflora ja Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, punkt 33).

29 Neis sätetes kasutatud väljend „kaupade või teenuste puhul“ hõlmab üldjuhul sellise kolmanda isiku kaupu või teenuseid, kes kasutab kaubamärgiga identset tähist. Vastavalt olukorrale võib see hõlmata ka sellise muu isiku kaupu või teenuseid, kelle nimel kolmas isik tegutseb (23. märtsi 2010. aasta kohtuotsus Google France ja Google, C-236/08–C-238/08, EU:C:2010:159, punkt 60 ja seal viidatud kohtupraktika).

30 Seevastu ei hõlma see mõiste üldjuhul kaubamärgi omaniku kaupu või teenuseid, mille kohta määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punktis a ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punktis a kasutatakse väljendit „ne[ed], mille jaoks on registreeritud [ELi] kaubamärk“. Määruse nr 207/2009 põhjenduses 8 ja direktiivi 2008/95 põhjenduses 11 mainitud ning selle määruse artikli 9 lõike 1 punktis a ning kõnealuse direktiivi artikli 5 lõike 1 punktis a ette nähtud nõude, et tegemist peab olema „kaupade või teenuste“ identsusega, eesmärk on piirata juhud, mil üksikkaubamärgi omanikul on neist sätetest tulenev keeluõigus, lisaks kaubamärgi ja kolmanda isiku poolt kasutatava tähise ja kaubamärgi identsuse nõudele ka nõudega, et kolmanda isiku poolt või siis isiku poolt, kelle nimel see kolmas isik tegutseb, turustatavad kaubad või osutatavad teenused on identsed nendega, mille jaoks omanik on kaubamärgi registreerinud.

31 Nagu Euroopa Kohus on juba märkinud, võib erandjuhul kõnealuste sätete kohaldamisalasse kuuluda olukord, kus kolmas isik kasutab tähist kaubamärgi omaniku kaupade identifitseerimiseks juhul, kui kõnealuste kaupade puhul on tegemist selle kolmanda isiku osutatava teenuse esemega. Nimelt on sellisel juhul tegemist tähise kasutamisega teenuse esemeks olevate kaupade päritolu identifitseerimiseks ning kaubamärki kandev kaup ja asjaomane teenus on omavahel erilisel viisil ja lahutamatult seotud. Muul kui sellisel erijuhul tuleb määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti a ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punkti a tõlgendada siiski nii, et need käsitlevad kaubamärgiga identse tähise kasutamist selliste kolmanda isiku turustatavate kaupade või osutatavate teenuste jaoks, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud (vt selle kohta 25. jaanuari 2007. aasta kohtuotsus Adam Opel, C-48/05, EU:C:2007:55, punktid 27 ja 28).

32 Eelmises punktis mainitud erijuhuga on tegemist just nimelt siis, kus teenuse pakkuja kasutab ilma nõusolekuta tähist, mis on identne kauba tootja kaubamärgiga, eesmärgiga teavitada avalikkust sellest, et ta on sellele kaubale spetsialiseerunud või selle alal asjatundja (vt selle kohta 3. märtsi 2016. aasta kohtuotsus Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134, punkt 28 ja seal viidatud kohtupraktika).

33 Käesoleva asja puhul on siiski ilmne, et kui Dr. Liebe tähistas kaupa kaubamärkidega ÖKO-TEST väidetavalt identse tähisega, ei olnud tema eesmärk – ega tema toimingute tagajärg – tegeleda sama moodi ÖKO-Test Verlagiga või tema nimel majandustegevusega, mis seisneb tarbijateavitus- ja -nõustamisteenuse osutamises, millist asjaolu peab kontrollima eelotsusetaotluse esitanud kohus. Samuti näivad puuduvat kaudsed tõendid, mille põhjal saaks asuda seisukohale, et Dr. Liebe eesmärk on tutvustada end avalikkusele toodete testimise valdkonna asjatundjana või et esineb eriline ja lahutamatu seos tema majandustegevuse, milleks on hambapasta tootmine ja turustamine, ning ÖKO-Test Verlagi majandustegevuse vahel. Ilmsiks on tulnud hoopis see, et Dr. Liebe turustatava hambapasta pakendile on kaubamärkidega identne või sarnane tähis kantud üksnes eesmärgiga suunata tarbijate tähelepanu selle hambapasta kvaliteedile ja edendada nõnda Dr. Liebe kauba müüki. Järelikult eristub põhikohtuasjas käsitletav olukord eriolukorrast, mida on kirjeldatud käesoleva kohtuotsuse punktides 31 ja 32.

34 Mis järgmiseks puudutab määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti b ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punkti b, mis annavad kaubamärgi omanikule erikaitse avalikkuse jaoks segiajamise tõenäosust põhjustava kolmandate isikute poolt kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamise vastu, siis tuleneb nende sätete sõnastusest koostoimes viidatud määruse põhjendusega 8 ja viidatud direktiivi põhjendusega 11, et asjaomase kaubamärgi omanikule antud kaitse piirdub üksnes juhtumiga, mil identsus või sarnasus esineb mitte ainult kolmanda isiku poolt kasutatava tähise ja kaubamärgi vahel, vaid ka selle tähisega hõlmatud kaupade või teenuste ning kaubamärgiga hõlmatud kaupade vahel.

35 Sama moodi määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punktis a ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1punktis a oleva väljendiga „kaupade või teenuste puhul“ käib mainitud artiklite lõike 1 punktis b olev väljend „tähisega kaitstud kau[bad] või teenus[ed]“ põhimõtteliselt nende kaupade või teenuste kohta, mida turustab või osutab kolmas isik (12. juuni 2008. aasta kohtuotsus O2 Holdings ja O2 (UK), C-533/06, EU:C:2008:339, punkt 34). Kui kolmanda isiku kaubad või teenused ei ole sarnased nendega, mille jaoks on registreeritud kaubamärk, siis neis sätetes ette nähtud kaitset ei kohaldata (vt eeskätt 15. detsembri 2011. aasta kohtuotsus Frisdranken Winters, C-119/10, EU:C:2011:837, punktid 31–33).

36 Määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkt b ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punkt b sisaldavad seega sama moodi nende artiklite lõike 1 punktiga a nõuet, et kolmanda isiku kaubad või teenused peavad olema sarnased kaubamärgi omaniku kaupade või teenustega. Selles suhtes erinevad nimetatud punktid a ja b põhimõtteliselt selle määruse artikli 9 lõike 1 punktist c ja selle direktiivi artikli 5 lõikest 2, milles on sõnaselgelt sätestatud, et selline sarnasus ei ole vajalik siis, kui kaubamärk on omandanud maine.

37 Liidu seadusandja on sõnaselgelt ette näinud teha vahet kaitsel, mis on igal üksikkaubamärgi omanikul, ja täiendaval kaitsel, mis kaubamärgi omanikul on siis, kui kaubamärk on lisaks omandanud maine, on liidu kaubamärgiõiguse järjestikustes muudatustes säilinud. Nõnda on väljendid „kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille suhtes ELi kaubamärk on registreeritud“ ja „kaupade või teenuste puhul, mis on identsed või sarnased selliste kaupade või teenustega, mille suhtes ELi kaubamärk on registreeritud“ sisalduvad nüüd määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 1 punktides a ja b ning direktiivi 2015/2436 artikli 10 lõike 2 punktides a ja b, eristades seega kõigile üksikkaubamärkidele antud kaitset sellest kaitsest, mis on ette nähtud selle määruse artikli 9 lõike 2 punktis c ja asjaomase direktiivi artikli 10 lõike 2 punktis c ning mida kohaldatakse juhul, kui kaubamärk on omandanud maine ja kui kolmas isik kasutab tähist, mis „on identne või sarnane [ELi] kaubamärgiga, sõltumata sellest, kas seda kasutatakse seoses kaupade või teenustega, mis on identsed, sarnased või ei ole sarnased nendega, mille suhtes [ELi] kaubamärk on registreeritud“.

38 Kõigist eeltoodud asjaoludest tuleneb, et sellise üksikkaubamärgi omanik, mis on registreeritud trükitoodete ning testimis-, tarbijateavitus- ja -nõustamisteenuse jaoks, võib juhul, kui kõik tingimused on täidetud, tugineda määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punktides a ja b ning direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punktides a ja b sätestatud keeluõigusele iga kolmanda isiku – näiteks võimaliku konkurendi – vastu, kes kasutab kõnealuse kaubamärgiga identset või sarnast tähist trükitoodete ning testimis-, tarbijateavitus- ja -nõustamisteenuse jaoks või sarnaste kaupade või teenuste jaoks, ent ei saa sellele õigusele tugineda testitud tarbekaupade tootja vastu, kui viimane kannab kaubamärgiga identse või sarnase tähise oma tarbekaupadele.

39 Mis puutub ÖKO-Test Verlagi ja Saksamaa valitsuse poolt kirjalikes märkustes esitatud väitesse, et selline tõlgendus – kuigi see põhineb määruse nr 207/2009 ja direktiivi 2008/95 sõnastusel ja ülesehitusel – vähendab põhjendamatult sellise kvaliteedimärgises seisneva üksikkaubamärgi, nagu on kõne all põhikohtuasjas, omaniku kaitset, siis tuleb Euroopa Komisjoni kirjalikes seisukohtades tõdetu eeskujul märkida, et kaubamärgist tulenev ainuõigus ei ole absoluutne, sest liidu seadusandja on hoopiski piiritlenud täpselt selle õiguse ulatuse.

40 Lisaks ei võimalda ükski liidu kaubamärgiõiguse eesmärk, näiteks moonutamata konkurentsi süsteemi panustamine (vt selle kohta eelkõige 4. oktoobri 2001. aasta kohtuotsus Merz & Krell, C-517/99, EU:C:2001:510, punktid 21 ja 22, ning 14. septembri 2010. aasta kohtuotsus Lego Juris *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, C-48/09 P, EU:C:2010:516, punkt 38), teha järeldust, et kaubamärgiõiguse lõppeesmärgist tuleneb nõue, et kvaliteedimärgises seisneva üksikkaubamärgi omanikul peab määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punktide a ja b ning direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punktide a ja b alusel olema võimalus keelata kauba tootjal kasutada selle kauba tähistamiseks märgist, millel on kirjas selle kauba testimise tulemus.

41 See järeldus peab paika seda enam, et liidu seadusandja on täiendanud Euroopa Liidu kaubamärgikorda, nähes määruse nr 207/2009 artikliga 74a ja järmiste artiklitega, mis nüüd on määruse 2017/1001 artikkel 83 ja järgmised artiklid, ette võimaluse registreerida Euroopa Liidu sertifitseerimismärgina teatavaid tähiseid, mille hulka kuuluvad sellised tähised, mille abil on võimalik eristada neid kaupu või teenuseid, mille kvaliteeti võrreldes selliselt sertifitseerimata kaupade või teenustega tõendab kaubamärgi omanik. Erinevalt üksikkaubamärgist võimaldab selline sertifitseerimismärk omanikul näha kaubamärgi põhikirjas ette, millised isikud võivad seda kaubamärki kasutada.

42 Kuna ÖKO-Test Verlag väidab, et eelnevalt sõlmitud litsentsileping ei hõlmanud Dr. Liebe poolt kvaliteedimärgise kasutamist kauba tähistamiseks, siis tuleb lõpetuseks lisada, et asjaolu, et selline kaubamärgi omanik nagu ÖKO-Test Verlag ei saa tootja vastu, kelle kaupa ta on testinud, tulemuslikult tugineda määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punktidele a ja b ning direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punktidele a ja b, ei tähenda, et tal puudub õiguskaitse nende tootjate vastu, vaid ainult seda, et vaidlusi sellise tootjaga tuleb lahendada teiste õigusnormide alusel. Sellisteks õigusnormideks võivad olla lepingulist või lepinguvälist vastutust reguleerivad normid ning samuti teises küsimuses viidatud õigusnormid, mis on sätestatud määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punktis c ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõikes 2.

43 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb esimesele küsimusele vastata, et määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkte a ja b ning direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 1 punkte a ja b tuleb tõlgendada nii, et need ei võimalda kvaliteedimärgises seisneva üksikkaubamärgi omanikul keelata kolmandal isikul tähistamast selle kaubamärgiga identse või sarnase tähisega oma kaupa, mis ei ole identne ega sarnane kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud.

Teine küsimus

44 Teise küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti c ning direktiivi 2008/95 artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et need lubavad kvaliteedimärgises seisneva maineka üksikkaubamärgi omanikul keelata kolmandal isikul tähistamast selle kaubamärgiga identse või sarnase tähisega oma kaupa, mis ei ole identne ega sarnane kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud.

45 Eelmises punktis viidatud sätted määravad mainekate kaubamärkide omanikele antud kaitse ulatuse. Need võimaldavad nende kaubamärkide omanikel keelata igal kolmandal isikul kasutada kaubandustegevuse käigus kaubamärgiomaniku nõusolekuta selle kaubamärgiga identset või sarnast tähist, kui selleks puudub tungiv põhjus – sõltumata sellest, kas tähist kasutatakse kaubamärgi registreeringuga hõlmatutega sarnaste või erinevate kaupade või teenuste suhtes –, kasutades nõnda alusetult ära selle kaubamärgi eristusvõimet või mainet. Selle õiguse teostamise eelduseks ei ole, et asjaomase avalikkuse seisukohalt esineb segiajamise tõenäosus (vt selle kohta 22. septembri 2011. aasta kohtuotsus Interflora ja Interflora British Unit (C-323/09, EU:C:2011:604, punktid 68, 70 ja 71, ning 20. juuli 2017. aasta kohtuotsus Ornua, C-93/16, EU:C:2017:571, punkt 50).

46 Nagu nähtub eelotsusetaotlusest, on eelotsusetaotluse esitanud kohus seisukohal, et Dr. Liebe tähistas oma kaupa tähisega, mis on identne või sarnane kaubamärkidega ÖKO-TEST, ilma et tal oleks olnud selleks ÖKO-Test Verlagi luba. See kohus kahtleb siiski, kas kõnealustest kaubamärkidest tuleneb ÖKO-Test Verlagile nendes sätetes ette nähtud kaitse. Ta juhib tähelepanu asjaolule, et saksa keelt kõneleva avalikkuse jaoks on mainekas kõnealune märgis, mitte asjaolu, et see on registreeritud kaubamärgina. Nimetatud avalikkus tajub Dr Liebe poolt asjaomase märgisega tähistamist kui kvaliteedimärgise esitamist, mitte kui selle märgise kasutamist kaubamärgina.

47 Sellega seoses tuleb meenutada, et mõiste „maine“ määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti c ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 2 tähenduses eeldab teatavat tuntuse taset asjaomase avalikkuse hulgas. Asjaomane avalikkus tuleb määratleda kaubamärgi all turustatavast kaubast või teenusest lähtudes ning nõutav tuntuse tase tuleb lugeda saavutatuks, kui asjaomast kaubamärki tunneb märkimisväärne osa avalikkusest (vt selle kohta 6. oktoobri 2009. aasta kohtuotsus PAGO International, C-301/07, EU:C:2009:611, punktid 21–24, ja 3. septembri 2015. aasta kohtuotsus Iron & Smith, C-125/14, EU:C:2015:539, punkt 17).

48 Nendest põhimõtetest tuleneb, et kaubamärkide ÖKO-TEST „maine“ viidatud sätete tähenduses sõltub sellest, kas oluline osa avalikkusest, kellele Öko-Test Verlag oma tarbijateavitus- ja -nõustamisteenuse ning ajakirja suunab, tunneb asjaomast kaubamärgiks olevat tähist, käesoleval juhul testimärgist.

49 Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 79 märkis, ei saa seda nõuet tõlgendada nii, et avalikkus peab olema teadlik asjaolust, et kvaliteedimärgis on registreeritud kaubamärgina. Piisab sellest, et oluline osa asjaomasest avalikkusest tunneb seda tähist.

50 Mis puudutab eelkõige kõnealuse artikli 9 lõike 1 punkti c, siis tuleb lisaks märkida, et ELi kaubamärgi omanikule sellest sättest tuleneva kaitse tagamiseks piisab sellest, et kaubamärk on omandanud maine Euroopa Liidu territooriumi olulises osas, milleks olukorrast sõltuvalt võib olla eeskätt üheainsa liikmesriigi territoorium. Kui see tingimus on täidetud, tuleb lugeda, et asjaomane ELi kaubamärk on kogu liidus mainekas (vt selle kohta 6. oktoobri 2009. aasta kohtuotsus PAGO International, C-301/07, EU:C:2009:611, punktid 27, 29 ja 30, ning 20. juuli 2017. aasta kohtuotsus Ornua, C-93/16, EU:C:2017:571, punkt 51).

51 Eelotsusetaotlusest nähtub, et kaubamärkides ÖKO-TEST olevat tähist, nimelt käesoleva kohtuotsuse punktis 11 esitatud kvaliteedimärgist, tunneb oluline osa asjaomasest avalikkusest kõikjal Saksamaa territooriumil. Järelikult on kaubamärgid ÖKO-TEST omandanud maine määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti c ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 2 tähenduses, mistõttu ÖKO-Test Verlagil on kõnealustest sätetest tulenev kaitse.

52 Seega peab eelotsusetaotluse esitanud kohus kontrollima, kas kaubamärkidega ÖKO-TEST identse või sarnase tähisega oma kaupa tähistades sai Dr. Liebe kasutada ära või kahjustada nende kaubamärkide eristusvõimet ja mainet. Kui see kohus peaks tuvastama, et see on nii, siis peab ta lisaks kontrollima, kas Dr. Liebel oli määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti c ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõike 2 tähenduses tungiv põhjus selle kauba asjaomase tähisega tähistamiseks. Nimelt tuleb viimasena mainitud juhul teha järeldus, et ÖKO-Test Verlagil ei ole nende sätete alusel õigust keelata sellist kasutamist (vt analoogia alusel 6. veebruari 2014. aasta kohtuotsus Leidseplein Beheer ja de Vries, C-65/12, EU:C:2014:49, punktid 43 ja 44).

53 Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb teisele küsimusele vastata, et määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti c ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et need lubavad kontrollimärgises seisneva maineka üksikkaubamärgi omanikul keelata kolmandal isikul tähistamast selle kaubamärgiga identse või sarnase tähisega oma kaupa, mis ei ole identne ega sarnane kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud, tingimusel et on tõendatud, et nii toimides kasutab kolmas isik ära või kahjustab selle sama kaubamärgi eristusvõimet või mainet ning kõnealune kolmas isik ei ole sellisel juhul tõendanud, et tal on nende sätete tähenduses selleks „mõjuv põhjus“.

Kohtukulud

54 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse liikmesriigi kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (viies koda) otsustab:

1. **Nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 [Euroopa Liidu] kaubamärgi kohta artikli 9 lõike 1 punkte a ja b ning nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 5 lõike 1 punkte a ja b tuleb tõlgendada nii, et need ei võimalda kvaliteedimärgises seisneva üksikkaubamärgi omanikul keelata kolmandal isikul tähistamast selle kaubamärgiga identse või sarnase tähisega oma kaupa, mis ei ole identne ega sarnane kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud.**

2. **Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb teisele küsimusele vastata, et määruse nr 207/2009 artikli 9 lõike 1 punkti c ja direktiivi 2008/95 artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et need lubavad kontrollimärgises seisneva maineka üksikkaubamärgi omanikul keelata kolmandal isikul tähistamast selle kaubamärgiga identse või sarnase tähisega oma kaupa, mis ei ole identne ega sarnane kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud, tingimusel et on tõendatud, et nii toimides kasutab kolmas isik ära või kahjustab selle sama kaubamärgi eristusvõimet või mainet ning kõnealune kolmas isik ei ole sellisel juhul tõendanud, et tal on nende sätete tähenduses selleks „mõjuv põhjus“.**

Allkirjad