EUROOPA KOHTU OTSUS (esimene koda)

15. detsember 2011 *

Kohtuasjas C-119/10,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Hoge Raad der Nederlandeni (Madalmaad) 19. veebruari 2010. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 4. märtsil 2010, menetluses

Frisdranken Industrie Winters BV

versus

Red Bull GmbH,

EUROOPA KOHUS (esimene koda),

koosseisus: koja esimees A. Tizzano, kohtunikud M. Safjan, M. Ilešič (ettekandja), E. Levits ja M. Berger,

* Kohtumenetluse keel: hollandi.

kohtujurist: J. Kokott,
kohtusekretär: ametnik C. Strömholm,

arvestades kirjalikus menetluses ja 10. märtsi 2011. aasta kohtuistungil esitatut,

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

– Frisdranken Industrie Winters BV, esindaja: *advocaat* P.N.A.M. Claassen,

– Red Bull GmbH, esindajad: *advocaat* S. Klos ja *advocaat* A. Alkema,

– Poola valitsus, esindaja: M. Laszuk,

– Euroopa Komisjon, esindajad: A. Nijenhuis ja F. W. Bulst,

olles 14. aprilli 2011. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlus puudutab nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92) artikli 5 lõigete 1 ja 3 tõlgendamist.

2 See taotlus esitati Red Bull GmbH (edaspidi „Red Bull") ja Frisdranken Industrie Winters BV (edaspidi „Winters") vahelises kohtuvaidluses, mille ese on asjaolu, et Winters villis karastusjooki purkidesse, mis kandsid Red Bulli kaubamärkidega sarnaseid tähiseid.

Õiguslik raamistik

3 Direktiivi 89/104 artikli 5 lõiked 1–3 sätestavad:

„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 on tõenäoline, et üldsus võib need omavahel segi ajada või 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;

b) kõnealuse tähisega kaupade pakkumine, turuleviimine või ladustamine nimetatud otstarbel või kõnealuse tähisega teenuste pakkumine või osutamine;

c) kaupade importimine ja eksportimine kõnealuse tähise all;

d) tähise kasutamine äridokumentidel või reklaamides."

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

4 Red Bull toodab ja turustab ülemaailmselt tuntud kaubamärgi RED BULL all energiajooki. Ta on kõnealuse kaubamärgi rahvusvaheliselt registreerinud nii, et registreeringud kehtivad Beneluxi riikide kohta.

5 Winters on ettevõtja, kelle põhitegevus on tema enda või kolmandate isikute toodetud jookide villimine purkidesse.

6 Briti Neitsisaarte õiguse alusel asutatud juriidiline isik äriühing Smart Drinks Ltd. (edaspidi „Smart Drinks") on Red Bulli konkurent.

7 Winters villis Smart Drinksi tellimusel karastusjooke purkidesse. Selleks tarnis Smart Drinks Wintersile tühjad purgid ja nende juurde kuuluvad kaaned, millel olid erinevad tähised, kaunistused ja kirjad. Täpsemalt kandsid tarnitud purgid algul tähiseid „BULLFIGHTER", „PITTBULL", „RED HORN" (hiljem „LONG HORN") ja „LIVE WIRE". Lisaks sellele tarnis Smart Drinks Wintersile karastusjoogi ekstrakti. Winters täitis purgid ettenähtud koguse ekstraktiga, lisas vett ja vajaduse korral süsihappegaasi ning sulges purgid, tehes seda kõike Smart Drinksi juhiste ja retseptide kohaselt. Seejärel andis ta täidetud purgid taas Smart Drinki käsutusse, kes eksportis need väljapoole Beneluxi riike.

8 Winters piirdus Smart Drinksile villimisteenuse osutamisega, ta ei tegelenud täidetud purkide kaubasaadetiste lähetamisega viimati nimetatud äriühingule. Ka ei tarninud ega müünud ta neid purke kolmandatele isikutele.

9 Red Bull algatas 2. augustil 2006. aastal Wintersi vastu Rechtbank s-Hertogenboschis ajutiste meetmete kohaldamise menetluse, nõudes et Wintersit kohustataks kohe lõpetama selliste tähiste kasutamine, mis meenutavad teatavaid Red Bulli kaubamärke või seonduvad nendega. Red Bull märkis sellega seoses, et villides jooke sellistesse purkidesse, millele on kantud tähised „BULLFIGHTER", „PITTBULL", „RED HORN", „LONG HORN" ja „LIVE WIRE", rikub Winters Red Bulli asjaomaseid kaubamärgiõigusi. Ajutisi meetmeid kohaldav kohus leidis, et purkidesse villimist tuleb käsitada asjaomaste tähiste kasutamisena, kuid et Red Bulli kaubamärkidega sarnanes purkidel kasutatuna üksnes tähis „BULLFIGHTER." Seetõttu kohustas ta 26. septembri 2006. aasta otsusega Wintersit lõpetama villimise BULLFIGHTER-i purkidesse.

10 Red Bull ja Winters esitasid selle otsuse peale vastavalt apellatsioonkaebuse ja vastuapellatsioonkaebuse Gerechtshof te 's Hertogenboschile.

11 Gerechtshof nõustus Rechtbanki järeldusega, mille kohaselt tuleb Wintersi poolt jookide purkidesse villimist käsitada nende tähiste kasutamisena, mis Smart Drinks on purkidele kandnud. Ta viitas selles osas nii kaubamärkide päritolu tähistamise ülesandele kui ka asjaolule, et seda tüüpi kaupade, nimelt jookide puhul, saab tähise kaubale kanda üksnes nii, et jook ühendatakse seda tähist kandva pakendiga. Kui lõpptoote saamiseks ühendab Winters lahjendatud ekstrakti ja asjaomaseid tähiseid kandvad purgid, siis ta kannab need tähised kõnealusele kaubale, isegi kui tema pole neid tähiseid purkidele kandnud.

12 Kõnealuste tähiste ja Red Bulli kaubamärkide sarnasuse osas, leidis Gerechtshof, et sarnasus esineb tähiste „BULLFIGHTER", „PITTBULL" ja „LIVE WIRE" puhul. Neil asjaoludel leidis ta seoses avalikkusega, keda tuleb arvesse võtta, et kaupade laadi silmas pidades tuleb arvesse võtta laia avalikkust, ning kuivõrd kaubad, mida Winters Smart Drinksi jaoks käitleb, ei ole mõeldud mitte Beneluxi riikide, vaid kolmandate riikide jaoks, siis tuleb lähtuda abstraktselt Beneluxi keskmisest tarbijast.

13 Seetõttu kohustas Gerechtshof 29. jaanuari 2008. aasta otsusega, tuginedes Haagis 25. veebruaril 2005 allkirjastatud intellektuaalomandi (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) Beneluxi konventsiooni sätetele, mis vastavad direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punktile b ja sama artikli lõikele 2, Wintersit lõpetama jookide villimise purkidesse BULLFIGHTER, PITTBULL ja LIVE WIRE. Winters esitas kassatsioonkaebuse.

14 Neil asjaoludel otsustas Hoge Raad der Nederlanden menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. a) Kas pelgalt niisuguste pakendite „täitmine", millele on kantud tähis […], on selle tähise kasutamine kaubandustegevuse käigus direktiivi 89/104 artikli 5 tähenduses ka siis, kui täitmise puhul on tegemist kolmandale isikule tema tellimusel osutatava teenusega, mille eesmärk on eristada kõnealuse kolmanda isiku kaupa?

b) Kas vastus esimese küsimuse punktile a sõltub sellest, kas esineb rikkumine artikli 5 lõike 1 algosa ning selle lõike punktide a või b tähenduses?

2. Kui vastus esimese küsimuse punktile a on jaatav, siis kas tähise kasutamist Beneluxi riikides saab direktiivi 89/104 artikli 5 alusel keelata ka siis, kui tähisega kaup on toodetud ainult ekspordiks väljapoole a) Beneluxi riike või b) Euroopa Liitu, ja asjaomase piirkonna avalikkus – peale ettevõtja, kes täitmisega tegeleb – ei puutu selle kaubaga kokku?

3. Kui vastus teise küsimuse punktile a või b on jaatav, siis milliste kriteeriumide alusel tuleb tuvastada kaubamärgiõiguste rikkumine: kas määrava tähtsusega on olukorra tajumine keskmise, piisavalt informeeritud ning mõistlikult tähelepaneliku ja aruka tarbija poolt Beneluxi riikides (või Euroopa Liidus) – keda saab neil

asjaoludel määratleda üksnes teoreetiliselt või abstraktselt – või tuleb selles osas lähtuda mõnest teisest kriteeriumist, näiteks sellest, kuidas tajub olukorda tarbija selles riigis, kuhu kaup eksporditakse?"

Eelotsuse küsimused

Esimene küsimus

15 Esimese küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkte a ja b tuleb tõlgendada nii, et teenuseosutaja, kes kolmanda isiku tellimusel ja juhendite kohaselt täidab pakendeid, mida talle on tarninud nimetatud kolmas isik, kes on neile pakenditele eelnevalt kandnud tähise, mis on sarnane või identne kaubamärgina kaitstud tähisega, tegeleb ise selle tähise kasutamisega, mis võidakse kõnealuse sätte alusel keelata.

Euroopa Kohtule esitatud märkused

16 Winters leiab, et teatavat tähist kandvate pakendite pelk täitmine, mis toimub kolmanda isiku tellimusel, ei kujuta endast nimetatud tähise kasutamist direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 tähenduses. Eelkõige viitab ta 23. märtsi 2010. aasta otsusele liidetud kohtuasjades C-236/08-C-238/08: Google France ja Google (EKL 2010, lk I-2417,

punktid 50, 56 ja 57), milles Euroopa Kohus otsustas, et viitamisteenuse osutaja võimaldab oma klientidel kasutada märksõnadeks olevaid tähiseid, ise neid siiski kasutamata, ning seda olenemata asjaolust, et nimetatud teenust mitte ainult ei osutata tasu eest ning selle teenusega luuakse tehnilised tingimused, mida kliendid nende tähiste kasutamiseks vajavad, vaid see eeldab ühtlasi otsest kontakti avalikkusega. Winters järeldab sellest, et seda vähem saab „kasutamiseks" kvalifitseerida tema enda teenuseid, mis piirduvad lihtsalt tootmisprotsessi osaks oleva villimisega, ilma et sellega kaasneks osalemine jookide müügis või vähimgi suhtlemine avalikkusega.

17 Poola valitsus sisuliselt jagab seda seisukohta, rõhutades eelkõige, et joogipurkide välimus ei mõjuta kuidagi Wintersi tegevust ega majanduslikku kasu, mida see ettevõtja kõnealusest tegevusest saab, kuivõrd saadav kasu on sama olenemata asjaolust, kas joogipurgid kannavad nimetatud tähiseid või mitte. Kahtlemata tegeleb Winters majandustegevusega, kuid see on puhtalt tehniline tegevus, sest Winters tegutseb üksnes tellimuse täitjana.

18 Pealegi võivad direktiivi nr 89/104 artikli 5 lõikes 3 loetletud toimingud kaubamärgiõigust rikkuda üksnes juhul, kui täidetud on selle artikli lõikes 1 ette nähtud tingimused. Juhul kui need tingimused ei ole täidetud, ei oma tähtsust asjaolu, kas villimist tähist kandvasse joogipurki võib käsitada selle tähise „kandmisena" asjaomasele kaubale. Lisaks on Red Bulli ja Euroopa Komisjoni seisukoht vaieldav seetõttu, et tegelikult ei kanta tähist mitte kaubale, vaid pakendile. Veelgi enam, selle seisukohaga nõustumise korral tõusetuks ühtlasi küsimus, et milline ettevõtja rikub kaubamärgiõigust, kas see, kes on tähised joogipurkidele trükkinud, või see, kes nendesse purkidesse villib.

19 Red Bull ja komisjon seevastu leiavad, et tähise kasutamise alla direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 tähenduses kuulub ka tähiseid kandvate pakendite täitmine, isegi kui see toimub teenuse osutamise raames vastavalt kliendi juhistele ning selleks, et eristada viimase kaupu.

20 Esiteks võrdub nende arvates villimine tähiseid kandvatesse joogipurkidesse nende tähiste kaubale „kandmisega" direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 3 punkti a tähenduses, kuna tähis seotakse kaubaga just tootmisprotsessi sellel hetkel. Mõistet „kandma" tulekski mõista nii, et see tähistab füüsilise seose loomist tähise ja kauba vahel, olenemata tehnilisest moodusest, kuidas see seos luuakse. Lisaks ilmneb eespool viidatud kohtuotsuse Google France ja Google punktist 61, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõikes 3 loetletud toimingute puhul on tegemist näidetega „kasutamisest" sama artikli 5 lõike 1 tähenduses.

21 Järgmiseks, kui teenuseosutaja osutab kliendile tasu eest teenust, mis põhineb tähise kasutamisel, siis tuleb seda kasutamist käsitada „kasutam[isena] kaubandustegevuse käigus". Asjaolu, et teenuseosutaja tegutseb kliendi juhiste kohaselt, ei muuda midagi, kuna teenuse osutamine jääb ikkagi kaubandustegevuseks.

22 Viimaseks ei ole tähtsust asjaolul, kas äriühing, kes kannab tähiseid kaupadele või nende pakenditele, teeb seda enda kaupade jaoks või kolmandale isikule teenust osutades. Direktiiv 89/104 rajaneb põhimõttel, et teatavate toimingute, ja eelkõige nende, mis on nimetatud selle direktiivi artikli 5 lõikes 3, tegemine on registreeritud kaubamärgi omaniku ainuõigus. Selle põhimõtte ja nimetatud artikli 5 eesmärgiga oleks vastuolus see, kui selle artikli kohaldamisalast jääks välja tootmine ja turustamine, mida mis tahes isik viib ellu ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta üksnes põhjendusega, et need kaubad ei kuulu sellele isikule. Kõnealuse sätte eesmärki ei oleks võimalik saavutada juhul, kui kaubamärgi omaniku õiguskaitsest oleks võimalik mööda minna üksnes tootmisprotsessi osadeks jaotamise ning selle protsessi erinevate osade erinevatele lepingupartneritele laiali jagamise abil.

23 Niisugust tõlgendust kinnitab nii eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google (punktid 60 ja 61) kui ka 19. veebruari 2009. aasta määrus kohtuasjas C-62/08: UDV North America (EKL 2009, lk I-1279, punktid 39–43). Lisaks tuleneb kõnealuse artikli 5 lõike 3 ülesehitusest, et kaubamärgiomanik võib keelata toimingud, mis selles

sättes on eraldi nimetatud, ning seega keelata kaubamärgi pakendile kandmise sõltumata sellest, kas isik, kes kaubamärgi pakendile kannab, on sama, kes asjaomased kaubad seejärel turule viib.

Euroopa Kohtu vastus

24 Sissejuhatuseks tuleb märkida, et eelotsusetaotlusest ilmneb, et vaidlusalused tähised on kantud joogipurkidele, millesse on joogid villinud Winters, ning lisaks on need tähised sarnased, mitte identsed Red Bullile kuuluvate kaitstud tähistega. Neil asjaoludel on automaatselt välistatud võimalus, et Red Bull võiks nõuda, et Wintersil keelataks nendesse purkidesse villimine direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti a alusel, kuna see säte eeldab asjaomaste tähiste identsust. Seetõttu saab Euroopa Kohus käesolevas kohtuasjas otsustada üksnes selle üle, kuidas tõlgendada nimetatud artikli 5 lõike 1 punkti b, mille kohaldamiseks piisab nimetatud tähiste sarnasusest.

25 Direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti b kohaselt on kaubamärgiomanikul õigus keelata kolmandal isikul selle kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamine tema loata, kui tähist kasutatakse kaubandustegevuse käigus kaupade või teenuste jaoks, mis on identsed või sarnased nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud ja kui selline kasutamine mõjutab või võib mõjutada kahjulikult kaubamärgi peamist ülesannet tagada tarbijatele nende kaupade või teenuste päritolu seetõttu, et on tõenäoline, et avalikkus võib need omavahel segi ajada (vt eelkõige 12. juuni 2008. aasta otsus kohtuasjas C-533/06: O2 Holdings ja O2 (UK), EKL 2008, lk I-4231, punkt 57 ja seal viidatud kohtupraktika).

26 Põhikohtuasja puhul on selge, et Winters tegeleb kaubandustegevusega ning tema eesmärk teenuseosutajana Smart Drinksi tellimusel ja juhendite kohaselt viimase poolt tarnitud joogipurkidesse – millele viimane on lasknud kanda Red Bulli kaubamärkidega sarnased tähised – jooki villides on saada majanduslikku kasu.

27 Samuti on selge, et tähiste eelnev kandmine joogipurkidele, nendesse purkidesse karastusjoogi villimine ning seejärel lõpliku toote, s.o täidetud ja nimetatud tähiseid kandvate joogipurkide eksportimine toimub Red Bulli nõusolekuta.

28 Neist asjaoludest ilmneb, et kuigi niisugune teenuseosutaja nagu Winters tegeleb kolmanda isiku ülesandel niisugustesse joogipurkidesse jooki villides kaubandustegevusega, ei tähenda see siiski, et teenuseosutaja „kasutaks" neid tähiseid ise direktiivi 89/104 artikli 5 tähenduses (vt analoogia alusel eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 55).

29 Euroopa Kohus on nimelt juba otsustanud, et tähise kasutamiseks vajalike tehniliste tingimuste loomine ja selle teenuse eest tasu saamine ei tähenda, et sellise teenuse osutaja kasutab seda tähist ise (eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 57).

30 Tuleb ka tõdeda, et teenuseosutaja, kes niisugustel asjaoludel nagu põhikohtuasjas piirdub kolmanda isiku tellimusel ja viimase juhiste kohaselt joogi villimisega purkidesse, millele on juba kantud kaubamärkidega sarnased tähised ja kes seega täidab lihtsalt üht osa lõpptoote tootmisprotsessist, ilma et tal endal oleks vähimatki huvi nende joogipurkide välimuse ja eelkõige neil olevate tähiste vastu, ei „kasuta" ise neid tähiseid direktiivi 89/104 artikli 5 tähenduses, vaid loob üksnes tehnilised tingimused, mis on vajalikud selleks, et kolmas isik saaks neid tähiseid kasutada.

31 Sellele tõdemusele lisandub asjaolu, et igal juhul ei kasuta Wintersi olukorras olev teenuseosutaja kõnealuseid tähiseid „kaupade või teenuste puhul", mis – nii nagu on öeldud käsitletavas sättes – on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud. Euroopa Kohus on juba märkinud, et see väljend käib põhimõtteliselt selle kolmanda isiku kaupade või teenuste kohta, kes tähist kasutab (vt 25. jaanuari 2007. aasta otsus kohtuasjas C-48/05: Adam Opel, EKL 2007, lk I-1017, punktid 28 ja 29; eespool viidatud kohtuotsus O2 Holdings ja O2 (UK), punkt 34, ning eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 60). Põhikohtuasjas ei ole vaidlust selle üle, et teenus, mida Winters osutab, seisneb joogi purkidesse villimises ning see teenus ei sarnane milleski kaubaga, mille jaoks Red Bulli kaubamärgid on registreeritud.

32 Tõsi küll, Euroopa Kohus on ka otsustanud, et nimetatud väljend võib teatud juhtudel hõlmata ka niisuguse teise isiku kaupu või teenuseid, kelle ülesandel kolmas isik tegutseb. Nii on Euroopa Kohus leidnud, et olukord, kus teenuse osutaja kasutab teise isiku kaubamärgile vastavat tähist selleks, et edendada mõne oma kliendi poolt selle teenuse abil turustatava kauba müüki, kuulub selle väljendi alla juhul, kui see kasutamine toimub nii, et seeläbi luuakse seos kõnealuse tähise ja asjaomase teenuse vahel (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Google France ja Google, punkt 60, 12. juuli 2011. aasta otsus kohtuasjas C-324/09: L'Oréal jt, EKL 2011, lk I-6011, punktid 91 ja 92, ning eespool viidatud kohtumäärus UDV North America, punktid 43–51).

33 Sellegipoolest, nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 28 sisuliselt rõhutas, ei ole villimine tähist kandvatesse joogipurkidesse siiski võrreldav teenusega, mille eesmärk on turustada niisuguseid tähiseid kandvaid kaupu, ning eelkõige ei loo see seost tähise ja villimisteenuse vahel. Purkidesse villimisega tegeleval ettevõtjal puudub kokkupuude tarbijaga ning seetõttu on välistatud tema teenuse seostamine nimetatud tähistega.

34 Kuna eelnevast ilmneb, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punktis b ette nähtud tingimused ei ole täidetud niisuguses olukorras, nagu on vaidluse all põhikohtuasjas, nii

et kaubamärgi omanik ei saa sel alusel keelata teenuseosutajal villida jooki purkidesse, mis kannavad tema kaubamärkidega sarnaseid tähiseid, siis ei ole tähtsust küsimusel, kas selle villimise puhul on või ei ole tegemist tähiste kandmisega kaupadele või nende pakenditele nimetatud artikli lõike 3 punkti a tähenduses.

35 Kui teenuseosutaja võimaldab oma klientidel kasutada kaubamärkidega sarnaseid tähiseid, siis ei tule tema tegevust hinnata mitte direktiivi 89/104 põhjal, vaid aluseks tuleb võtta teised õigusnormid (vt analoogia alusel eespool viidatud kohtuotsused Google France ja Google, punkt 57, ning L'Oréal jt, punkt 104).

36 Lisaks, vastupidi Red Bulli ja komisjoni kartustele, siis tõdemuse, et kaubamärgi omanik ei saa teenuseosutaja vastu nõuet esitada vaid direktiivi 89/104 alusel, tagajärg ei ole see, et kaubamägi omanikule selle direktiiviga pakutavast kaitsest tekib tellija võimalus mööda minna, jagades tootmisprotsessi osadeks ja jaotades selle protsessi erinevad osad erinevate teenuseosutajate vahel. Selles osas piisab, kui tõdeda, et need teenused on omistatavad tellijale, kes seega jääb nimetatud direktiivi alusel vastutavaks.

37 Eelnevaid kaalutlusi arvestades tuleb esimesele küsimusele vastata, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkti b tuleb tõlgendada nii, et teenuseosutaja, kes täidab kolmanda isiku tellimusel ja juhendite kohaselt pakendeid, mille talle tarnib see kolmas isik ning millele see kolmas isik on eelnevalt lasknud kanda kaubamärgina kaitstud tähisega identse või sarnase tähise, ei tegele ise selle tähise niisuguse kasutamisega, mis selle sätte alusel võidakse keelata.

Teine ja kolmas küsimus

38 Arvestades esimesele küsimusele antud vastust, ei ole teisele ja kolmandale eelotsuse küsimustele vaja vastata.

Kohtukulud

39 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule märkuste esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (esimene koda) otsustab:

Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 5 lõike 1 punkti b tuleb tõlgendada nii, et teenuseosutaja, kes täidab kolmanda isiku tellimusel ja juhendite kohaselt pakendeid, mis talle tarnib see kolmas isik ning millele see kolmas isik on eelnevalt lasknud kanda kaubamärgina kaitstud tähisega identse või sarnase tähise, ei tegele ise selle tähise niisuguse kasutamisega, mis selle sätte alusel võidakse keelata.

Allkirjad