Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (teine koda)

20. detsember 2017*

Eelotsusetaotlus – Õigusaktide ühtlustamine – Kaubamärgid – Direktiiv 2008/95/EÜ – Artikli 7 lõige 1 – Kaubamärgist tuleneva õiguse ammendumine – Paralleelkaubamärgid – Kaubamärgist loobumine seoses Euroopa Majanduspiirkonna (EMP) territooriumi ühe osaga – Äristrateegia, millega pärast loovutamist teadlikult edendatakse üleilmse ja ühtse kaubamärgi kuvandit – Iseseisvad kaubamärgiomanikud, kellel on tihedad äri- ja majandussidemed

Kohtuasjas C-291/16,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Juzgado de lo Mercantil nº 8 de Barcelona (Barcelona kaubanduskohus nr 8, Hispaania) 17. mai 2016. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 23. mail 2016, menetluses

Schweppes SA

versus

Red Paralela SL,

Red Paralela BCN SL, varem Carbòniques Montaner SL,

menetluses osalesid:

Orangina Schweppes Holding BV,

Schweppes International Ltd,

Exclusivas Ramírez SL,

EUROOPA KOHUS (teine koda),

koosseisus: koja president M. Ilešič (ettekandja), kohtunikud A. Rosas, C. Toader, A. Prechal ja E. Jarašiūnas,

kohtujurist: P. Mengozzi,

kohtusekretär: ametnik L. Carrasco Marco,

arvestades kirjalikku menetlust ja 31. mail 2017 toimunud kohtuistungil esitatut,

* Kohtumenetluse keel: hispaania.

arvestades seisukohti, mille esitasid:

– Schweppes SA, esindajad: *procurador* I. López Chocarro ja *abogado* D. Gómez Sánchez,

– Red Paralela SL ja Red Paralela BCN SL, esindajad: *abogado* D. Pellisé Urquiza ja *abogado* J. C. Quero Navarro,

– Orangina Schweppes Holding BV, esindajad: *procurador* Á. Joaniquet Tamburini ja *abogado* B. González Navarro,

– Schweppes International Ltd, esindajad: *procurador* Á. Quemada Cuatrecasas ja J. M. Otero Lastres,

– Kreeka valitsus, esindaja: G. Alexaki,

– Madalmaade valitsus, esindajad: L. Noort ja K. Bulterman,

– Euroopa Komisjon, esindajad: É. Gippini Fournier, T. Scharf, F. Castillo de la Torre ja J. Samnadda,

olles 12. septembri 2017. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlus käsitleb Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2008, L 299, lk 25; parandus ELT 2009, L 11, lk 86) artikli 7 lõike 1 ning ELTL artikli 36 tõlgendamist.

2 Taotlus on esitatud kohtuvaidluses, mille üks pool on Hispaania õiguse alusel asutatud äriühing Schweppes SA ning teine pool on Red Paralela SL ja Red Paralela BCN SL, varem Carbòniques Montaner SL (edaspidi koos „Red Paralela“), ning mis puudutab Ühendkuningriigist pärinevate kaubamärgiga Schweppes tähistatud toonikupudelite importimist Red Paralela poolt Hispaaniasse.

Õiguslik raamistik

3 Direktiivi 2008/95 artikkel 7 „Kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine“ sätestab:

„1. Kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamine seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all ühenduse turule viinud kaubamärgi omanik või mis on seal turule viidud tema loaga.

2. Lõiget 1 ei kohaldata, kui omanikul on õiguslik põhjendus olla vastu kaupade täiendavale turustamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turuleviimist muutunud või kahjustada saanud.“

4 Direktiiv 2008/95 on tunnistatud alates 15. jaanuarist 2019 kehtetuks Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiiviga (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2015, L 336, lk 1), mis jõustus 12. jaanuaril 2016 ning mille artikkel 15 vastab sisuliselt direktiivi 2008/95 artiklile 7.

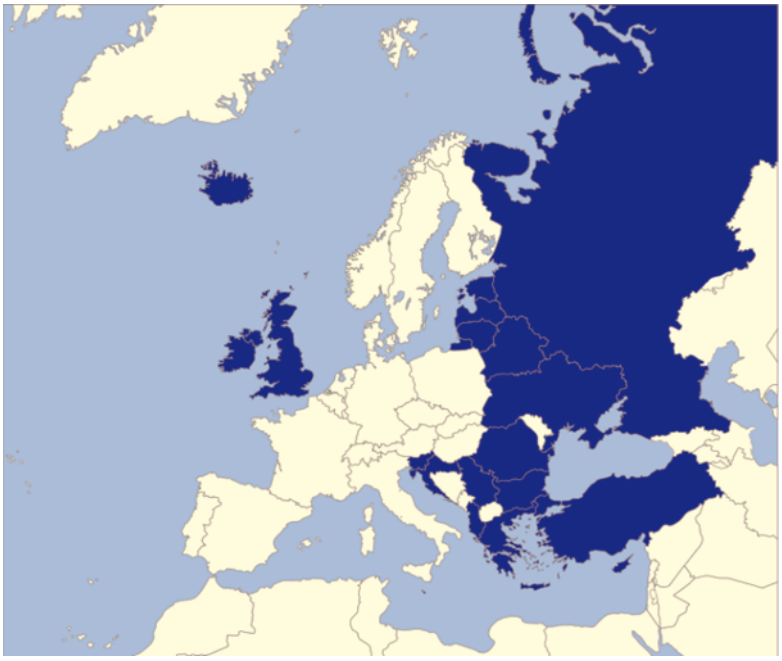
Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

5 Tähis „Schweppes“ on üleilmselt tuntud eelkõige seoses mitmes variandis olemas oleva toonikujoogiga. See tähis ei ole registreeritud ühtselt ELi kaubamärgina, kuid see on juba väga kaua olnud registreeritud siseriikliku sõna- ja kujutismärgina kõigis ELi ja teiste Euroopa Majanduspiirkonna (EMP) liikmesriikides. Nimetatud siseriiklikud kaubamärgid on sisuliselt identsed.

6 Algul kuulusid kõik EMPs registreeritud kaubamärgid Schweppes (edaspidi „paralleelkaubamärgid“) Cadbury Schweppesile.

7 Cadbury Schweppes loovutas 1999. aastal Coca-Cola/Atlantic Industriesile (edaspidi „Coca-Cola“) ühe osa oma paralleelkaubamärkidest, mille hulka kuuluvad Ühendkuningriigis registreeritud kaubamärgid. Cadbury Schweppes jäi ülejäänud paralleelkaubamärkide, sealhulgas Hispaanias registreeritud kaubamärkide omanikuks.

8 Alljärgneval kaardil on märgitud tumeda värviga need EMP liikmesriigid ja nende naabruses olevad riigid, kus Coca-Cola on kaubamärgi Schweppes omanik:



9 Pärast mitmeid omandamisi ja ümberstruktureerimisi kuuluvad kunagised Cadbury Schweppesi paralleelkaubamärgid tänase seisuga Ühendkuningriigi õiguse alusel asutatud äriühingule Schweppes International Ltd.

10 Viimati nimetatud äriühing andis Schweppesile põhikohtuasjas käsitletavate Hispaania paralleelsete kaubamärkide ainulitsentsi.

11 Orangina Schweppesi kontserni juhtiv Madalmaade õiguse alusel asutatud Orangina Schweppes Holding BV omab kontrolli nii Schweppesi kui ka Schweppes Internationali üle.

12 Schweppes esitas 29. mail 2014 Red Paralela vastu Hispaania paralleelkaubamärkidest tulenevate õiguste rikkumise hagi, põhjusel et põhikohtuasja kostjad olid importinud Ühendkuningriigist pärinevaid kaubamärgiga Schweppes tähistatud toonikupudeleid Hispaaniasse ja neid seal turustanud. Schweppes on nimelt seisukohal, et selline turustamine Hispaanias on õigusvastane, kuna nimetatud toonikupudelid ei ole toodetud ja viidud turule mitte tema poolt või tema nõusolekul, vaid seda teeb

Coca-Cola, kellel tema sõnul puuduvad kontserniga Orangina Schweppes mis tahes majanduslikud või õiguslikud sidemed. Ta väidab sellega seoses, et arvestades asjaomaste tähiste ja kaupade identsust, ei ole tarbijal võimalik eristada nende pudelite kaubanduslikku päritolu.

13 Red Paralela tugineb enda kaitseks asjaolule, et kaubamärgiõigused on Euroopa Liidu nendest liikmesriikidest pärinevate kaubamärgiga Schweppes tähistatud kaupadega seoses, kus Coca-Cola on paralleelkaubamärkide omanik, vaikivast nõusolekust tulenevalt ammendunud. Red Paralela väidab lisaks, et Coca-Cola ja Schweppes Internationali vahel on tähise „Schweppes“ kui ülemaailmselt tuntud kaubamärgi ühisel ärilisel eesmärgil kasutamisega seoses vaieldamatult õiguslikud ja majanduslikud sidemed.

14 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu tuvastatud asjaolude põhjal on käesoleva kohtuasja jaoks asjassepuutuvad faktilised asjaolud järgmised:

– Schweppes International on vaatamata sellele, et ta on paralleelkaubamärkide omanik EMP liikmesriikidest vaid teatavas osas, edendanud kaubamärgi Schweppes üleilmset kuvandit;

– Coca-Cola, kes on teistes EMP liikmesriikides registreeritud paralleelkaubamärkide omanik, on aidanud üleilmse kaubamärgi sellise kuvandi säilimisele kaasa;

– nimetatud üleilmne kuvand tekitab Hispaania asjaomases avalikkuses segadust selles suhtes, milline on kaubamärgiga „Schweppes“ tähistatud kaupade kaubanduslik päritolu;

– Schweppes International on vastutav kaubamärgi Schweppes spetsiaalse Euroopa veebisaidi (www.schweppes.eu) haldamise eest, mis sisaldab mitte ainult üldteavet selle kaubamärgi kaupade kohta, vaid ka linke teistele kohalikele saitidele, muu hulgas Ühendkuningriigi veebisaidile, mida haldab Coca-Cola;

– Schweppes International, kellel ei ole Ühendkuningriigis (kus kaubamärgi omanik on Coca-Cola) kaubamärgile Schweppes mis tahes õigusi, väidab oma veebisaidil, et kaubamärk on Briti päritolu;

– Schweppes ja Schweppes International kasutavad oma reklaamis Ühendkuningriigist pärineva toote „Schweppes“ kujutist;

– Schweppes International teeb kaubamärgiga „Schweppes“ tähistatud kaupadega seoses Ühendkuningriigis klientidele sotsiaalvõrgustikus reklaami ja teavitustööd;

– Schweppes Internationali turustatavate kaubamärgiga „Scheppes“ tähistatud kaupade esitlusviis on väga sarnane – mõnes liikmesriigis nagu Taani Kuningriik ja Madalmaade Kuningriik koguni identne – sama kaubamärgiga tähistatud Ühendkuningriigist pärinevate kaupade omaga;

– Schweppes International, kelle registrijärgne asukoht on Ühendkuningriigis, ja Coca-Cola eksisteerivad Ühendkuningriigi territooriumil rahumeelselt koos;

– pärast teatava paralleelkaubamärkidest teatava osa loovutamist Coca-Colale 1999. aastal taotlesid mõlemad paralleelkaubamärkide Schweppes omanikud EMPs oma vastavatel territooriumidel uute, identsete või sarnaste kaubamärkide Schweppes registreerimist samade kaupade jaoks (nagu eelkõige kaubamärk SCHWEPPES ZERO);

– kuigi Schweppes International on paralleelkaubamärkide omanik Madalmaades, tegeleb kaubamärgi kasutamisega ärilisel eesmärgil (nimelt toote valmistamine, villimine ja turustamine) selles riigis Coca-Cola kui litsentsisaaja;

– Schweppes International ei ole vastu sellele, et Ühendkuningriigist pärinevaid kaubamärgiga „Schweppes“ tähistatud kaupu turustatakse veebis mitmes EMP liikmesriigis, kus paralleelkaubamärkide omanik on tema, nagu Saksamaal ja Prantsusmaal; pealegi müüakse kaubamärgiga „Schweppes“ tähistatud kaupu kogu EMP territooriumil veebisaitide vahendusel, päritolu järgi vahet tegemata;

– Coca-Cola ei ole oma paralleelkaubamärkidest tulenevate õiguste alusel esitanud vastulauset Schweppes Internationali taotlusele registreerida ühenduse disainilahendus, mis sisaldab sõnalist osa „Schweppes“.

15 Eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab, et põhikohtuasja asjaolud erinevad selgesti asjaoludest, mida on käsitletud kaubamärgist tuleneva õiguse ammendumist puudutavas Euroopa Kohtu praktikas ning nende asjaolude tõttu võib olla vaja esitada uus seisukoht kõnealuse õiguse kaitse ja kaupade vaba liikumise vahelise tasakaalu kohta liidus.

16 Neil asjaoludel otsustas Juzgado de lo Mercantil nº 8 de Barcelona (Barcelona kaubanduskohus nr 8, Hispaania) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas ELTL artikliga 36, direktiivi [2008/95] artikli 7 lõikega 1 ja direktiivi [2015/2436] artikli 15 lõikega 1 on kooskõlas, et ühes või mitmes liikmesriigis registreeritud kaubamärgi omanik takistab kolmandale isikule kuuluva identse või praktiliselt identse kaubamärgiga tähistatud ja teisest liikmesriigist pärinevate toodete paralleelimporti või turustamist, kui nimetatud omanik on edendanud kaubamärgi üleilmset ja selle liikmesriigiga seonduvat kuvandit, millest pärinevad tooted, mille importimist ta tahab keelata?

2. Kas ELTL artikliga 36, direktiivi [2008/95] artikli 7 lõikega 1 ja direktiivi [2015/2436] artikli 15 lõikega 1 on kooskõlas sellise kaubamärgiga tähistatud toote müük, mis on liidus üldtuntud, kui registreeringute omanikud kasutavad kogu EMPs kaubamärgi kuvandit, mis tekitab keskmisel tarbijal kaupade kaubandusliku päritolu osas segadust?

3. Kas ELTL artikliga 36, direktiivi [2008/95] artikli 7 lõikega 1 ja direktiivi [2015/2436] artikli 15 lõikega 1 on kooskõlas, et eri liikmesriikides registreeritud identsete või sarnaste siseriiklike kaubamärkide omanik on vastu tema kaubamärgiga identse või sarnase kaubamärgiga tähistatud toodete importimisele sellisest liikmesriigist, kus ta ei ole omanik, liikmesriiki, kus ta on kaubamärgi omanik, kui vähemalt ühes liikmesriigis, kus ta on kaubamärgi omanik, on ta andnud nende samade kaupade importimiseks sõnaselge või vaikiva nõusoleku?

4. Kas direktiivi ELTL artikli 36, direktiivi [2008/95] artikli 7 lõikega 1 ja direktiivi [2015/2436] artikli 15 lõikega 1 on kooskõlas, et ühes liikmesriigis registreeritud kaubamärgi X omanik A on vastu nimetatud kaubamärgiga tähistatud kauba importimisele, kui see kaup pärineb teisest liikmesriigist, kus on kaubamärgiga X identse kaubamärgi Y registreerinud teine omanik B, kes seda turustab, ja:

– nendel kahel omanikul A ja B on tihedad äri- ja majandussuhted, ehkki nad ei sõltu otseselt teineteisest kaubamärgi X ühisel kasutamisel ärilisel eesmärgil;

– need kaks omanikku A ja B järgivad kooskõlastatud kaubamärgistrateegiat, edendades asjaomase avalikkusega seoses teadlikult kaubamärgi ühtset ja üleilmset väliskujundust või kuvandit;

– omanikul A ja B on tihedad äri- ja majandussuhted, ehkki nad ei sõltu otseselt teineteisest kaubamärgi X ühisel kasutamisel ärilisel eesmärgil ning lisaks järgivad nad kooskõlastatud kaubamärgistrateegiat, edendades asjaomase avalikkusega seoses teadlikult kaubamärgi ühtset ja üleilmset väliskujundust või kuvandit?“

Eelotsuse küsimuste analüüs

Vastuvõetavus

17 Schweppes, Schweppes International ja Orangina Schweppes Holding väidavad esiteks, et eelotsusetaotlus on vastuvõetamatu.

18 Sellega seoses märgivad nad, et eelotsusetaotlusel puudub alus. Nimelt esineb eelotsusetaotluses esitatud ja käesoleva kohtuotsuse punktis 14 kokku võetud faktituvastustes, millele eelotsusetaotlus tugineb, ilmselgeid vigu. Pealegi on eelotsusetaotlus ebatäielik eelkõige põhjusel, et selles on teadlikult jäetud esitamata Schweppesi ja Schweppes Internationali seisukohad, millega nad vaidlesid nimetatud faktituvastustele vastu, sellega on aga rikutud nende kaitseõigusi.

19 Seejärel väidavad Schweppes, Schweppes International ja Orangina Schweppes Holding, et eelotsuse küsimused on abstraktsed ja põhinevad üldsõnalistel ja oletuslikel väidetel. Seetõttu on Euroopa Kohtul võimatu nende vajalikkust ja asjakohasust hinnata.

20 Lõpuks väidavad Schweppes, Schweppes International ja Orangina Schweppes Holding, et eelotsusetaotluse esitanud kohtu kahtlused puudutavad mitte liidu õiguse tõlgendamist, vaid üksnes seda, kas teatavad faktilised olukorrad, mida ei ole kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumist puudutavas Euroopa Kohtu praktikas veel käsitletud, võivad kuuluda selle kohaldamisalasse. Kuna nimetatud kohtupraktika on täiesti selge ja väljakujunenud, ei tekita nende liidu õiguse normide tõlgendamine, mida eelotsusetaotluse esitanud kohus on palunud, mingeid kahtlusi, mistõttu eelotsuse küsimuste esitamine Euroopa Kohtule ei ole vajalik.

21 Sellega seoses tuleb meenutada, et Euroopa Kohtu väljakujunenud praktika kohaselt on ELTL artiklis 267 sätestatud eelotsusemenetluses, mis põhineb liikmesriigi kohtute ja Euroopa Kohtu ülesannete selgel eristamisel, üksnes liikmesriigi kohus pädev põhikohtuasja faktilisi asjaolusid tuvastama ja hindama. Selles kontekstis on Euroopa Kohus pädev ainult andma oma seisukoha liidu õiguse tõlgendamise ja kehtivuse kohta eelotsusetaotluse esitanud kohtu kirjeldatud faktilises ja õiguslikus olukorras, et anda viimasele tarvilik teave tema menetluses oleva kohtuasja lahendamiseks (kohtuotsused, 28.7.2016, Kratzer, C-423/15, EU:C:2016:604, punkt 27, ja 27.4.2017, A-Rosa Flussschiff, C-620/15, EU:C:2017:309, punkt 35).

22 Seetõttu ei ole Euroopa Kohtu ülesanne seada kahtluse alla faktilisi hinnanguid, millel eelotsusetaotlus põhineb.

23 Lisaks on Euroopa Kohus mitmel korral otsustanud, et üksnes asja menetleval ja selle lahendamise eest vastutaval liikmesriigi kohtul on kohtuasja eripärasid arvesse võttes õigus hinnata nii Euroopa Kohtule esitatavate küsimuste vajalikkust kui ka asjakohasust. Seetõttu on juhul, kui esitatud küsimused puudutavad liidu õiguse tõlgendamist, Euroopa Kohus üldjuhul kohustatud otsuse langetama (kohtuotsused, 26.1.2017, Banco Primus, C-421/14, EU:C:2017:60, punkt 29, ning 20.9.2017, Andriciuc jt, C-186/16, EU:C:2017:703, punkt 19).

24 Seega saab Euroopa Kohus siseriikliku kohtu esitatud eelotsusetaotluse lahendamisest keelduda vaid siis, kui on ilmne, et taotletud liidu õiguse tõlgendusel ei ole mingit seost põhikohtuasja faktiliste asjaolude või esemega, või ka juhul, kui probleem on oletuslik või kui Euroopa Kohtule ei ole teada talle esitatud küsimustele tarviliku vastuse andmiseks vajalikud faktilised või õiguslikud asjaolud (kohtuotsused, 14.3.2013, Allianz Hungária Biztosító jt, C-32/11, EU:C:2013:160, punkt 26, ning 26.1.2017, Banco Primus, C-421/14, EU:C:2017:60, punkt 30).

25 Käesolevas asjas ei ole see nii. Nimelt nähtub eelotsusetaotlusest, et esitatud küsimused on põhikohtuasjaga otseselt seotud ning need on selle lahendamisel asjakohased. Peale selle on küsimuste ulatuse kindlakstegemiseks ja neile tarviliku vastuse andmiseks taotluses esitatud piisavalt teavet.

26 Lõpuks tuleb meenutada, et liikmesriigi kohtud võivad endiselt vabalt pöörduda Euroopa Kohtusse, kui nad peavad seda vajalikuks, ilma et asjaolu, et Euroopa Kohus on juba tõlgendanud sätteid, mille tõlgendamist taotletakse, takistaks Euroopa Kohtul uuesti otsustada (kohtuotsused, 17.7.2014, Torresi, C-58/13 ja C-59/13, EU:C:2014:2088, punkt 32, ning 20.9.2017, Andriciuc jt, C-186/16, EU:C:2017:703, punkt 21).

27 Eeltoodud kaalutlustest tuleneb, et eelotsusetaotlus on vastuvõetav.

Sisulised küsimused

28 Kõigepealt tuleb märkida, et eelotsuse küsimused puudutavad nii liidu teisest õigust, nimelt direktiivi 2008/95 artikli 7 lõiget 1 ja direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõiget 1, mis seda asendab, kui ka liidu esmast õigust, nimelt ELTL artiklit 36.

29 Sellega seoses olgu märgitud esiteks seoses kahe nimetatud teisese õiguse normiga, et faktiliste asjaolude asetleidmise aega arvestades reguleerib põhikohtuasjas käsitletavat vaidlust osutatud sätetest esimene. Seega tuleb käesoleva eelotsusetaotluse raames Euroopa Kohtul teha otsus üksnes selle sättega seoses.

30 Teiseks tuleb märkida, et direktiivi 2008/95 artikkel 7, mis on sõnastatud üldsõnaliselt, reguleerib täielikult kaubamärgiõiguste ammendumise küsimust, mis puudutab liidus turule viidud kaupu, ja kui liidu direktiivid näevad ette ELTL artiklis 36 osutatud huvide kaitse tagamiseks vajalike meetmete ühtlustamise, tuleb sellega seotud mis tahes siseriiklikku meedet hinnata selle direktiivi, mitte ELTL artiklite 34–36 sätteid arvestades. Samas tuleb nimetatud direktiivi nagu kõiki teisese õiguse norme tõlgendada, võttes arvesse kaupade vaba liikumist käsitlevaid Euroopa Liidu toimimise lepingu sätteid, eelkõige artiklit 36 (vt selle kohta kohtuotsused, 11.7.1996, Bristol-Myers Squibb jt, C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282, punktid 25–27 ja seal viidatud kohtupraktika, ning 20.3.1997, Phytheron International, C-352/95, EU:C:1997:170, punktid 17 ja 18).

31 Seega palub eelotsusetaotluse esitanud kohus nende nelja küsimusega, mida tuleb analüüsida koos, sisuliselt selgitada, kas direktiivi 2008/95 artikli 7 lõiget 1 koostoimes ELTL artikliga 36 tuleb tõlgendada nii, et see ei luba siseriikliku kaubamärgi omanikul olla vastu sama kaubamärgiga tähistatud identsete sellisest muust liikmesriigist pärinevate kaupade importimisele, kus asjaomane kaubamärk, mis algul kuulus samale omanikule, kuulub nüüd kolmandale isikule, kellele on õigused üle läinud loovutamise korras, kui esineb üks või mitu järgmist asjaolu:

– kaubamärgiomanik edendab üleilmse kaubamärgi teatavat kuvandit, mis seondub nende kaupade päritoluga liikmesriigist, millest importimist ta soovib keelata;

– omanik ja kolmas isik järgivad kooskõlastatud kaubamärgistrateegiat, edendades kogu EMPs teadlikult kaubamärgi ühtset ja üleilmset väliskujundust või kuvandit;

– kuvand, mis ühtse ja üleilmse kaubamärgi sellisel viisil kasutamine tekitab keskmise tarbija silmis segadust, mis on vastava kaubamärgiga tähistatud kaupade kaubanduslik päritolu;

– omanikul ja kolmandal isikul on tihedad äri- ja majandussuhted, ehkki nad ei sõltu otseselt teineteisest kaubamärgi ühisel kasutamisel ärilisel eesmärgil;

– kaubamärgiomanik on andnud sõnaselge või vaikiva nõusoleku sellele, et samu kaupu, mille importimist ta soovib keelata, imporditakse ühte või mitmesse muusse liikmesriiki, kus tal on kaubamärgiõigused alles.

32 Red Paralela, Kreeka ja Madalmaade valitsus ning Euroopa Komisjon teevad ettepaneku, rõhutades eri nüansse, vastata sellele küsimusele jaatavalt, samas kui Schweppes, Schweppes International ja Orangina Schweppes Holding leiavad, et sellele tuleks vastata eitavalt.

33 Direktiivi 2008/95 artikli 7 lõige 1 nägi ette, et kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamine seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all liidu turule viinud kaubamärgi omanik või mis on seal turule viidud tema loaga.

34 Direktiivi 2008/95 artikli 7 lõike 1 sõnastus vastab sõnastusele, mida Euroopa Kohus on kasutanud kohtuotsustes, milles on EÜ asutamislepingu artikleid 30 ja 36 (seejärel EÜ artiklid 28 ja 30, nüüd ELTL artiklid 34 ja 36) tõlgendades liidu õiguses tunnustatud kaubamärgiõiguste ammendumise põhimõtet. Seega on nii nimetatud sättes kui ka Euroopa Kohtu praktikas märgitud, et liikmesriigi õiguse normidega kaitstud kaubamärgi omanik ei saa tugineda nendele õigusaktidele, et olla vastu teises liikmesriigis tema enda poolt või tema loal turule viidud kauba importimisele või turustamisele (vt selle kohta kohtuotsused, 11.7.1996, Bristol-Myers Squibb jt, C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282, punkt 31, ning 20.3.1997, Phytheron International, C-352/95, EU:C:1997:170, punkt 20).

35 ELTL artiklil 36 põhineva kaubamärgiõiguste ammendumise põhimõtet puudutava kohtupraktikaga soovitakse nii nagu ka direktiivi 2008/95 artikli 7 lõikega 1 ühitada kaubamärgiõiguste kaitse ning siseturul kaupade vaba liikumise põhihuvid (vt selle kohta kohtuotsus, 11.7.1996, Bristol-Myers Squibb jt, C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282, punkt 40).

36 Kaubamärgiõiguse kohta on Euroopa Kohus korduvalt otsustanud, et see täidab olulist rolli moonutamata konkurentsi süsteemis, mille loomine ja säilitamine on liidu eesmärk. Sellises süsteemis peab ettevõtjatel olema võimalk luua endale kliendibaas oma kaupade või teenuste kvaliteedile tuginedes, ning see on võimalik ainult tänu nende kaupade või teenuste identifitseerimist võimaldavatele eristavatele tähistele. Selleks et kaubamärk saaks seda ülesannet täita, peab see tagama, et kõiki sellega tähistatud kaupu toodetakse nende kvaliteedi eest vastutava konkreetse ettevõtja kontrolli all (kohtuotsused, 17.10.1990, HAG GF, C-10/89, EU:C:1990:359, punkt 13, ning 11.7.1996, Bristol-Myers Squibb jt, C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282, punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika).

37 Seetõttu tuleb märkida, et väljakujunenud kohtupraktika kohaselt on kaubamärgiõiguse spetsiifiline eesmärk eelkõige tagada omanikule kaubamärgi kasutamise õigus kauba esmakordsel turuleviimisel ning seeläbi kaitsta teda konkurentide eest, kes tahaksid ära kasutada tema kaubamärgi staatust ja mainet, müües selle kaubamärgiga ebaseaduslikult tähistatud kaupu. Selle ainuõiguse täpse ulatuse kindlaksmääramiseks tuleb võtta arvesse kaubamärgi peamist ülesannet, mis on tagada tarbijale või lõppkasutajale, et kaubamärgiga tähistatud kaup on teatavat päritolu, nii et tarbija või lõppkasutaja saab kõnealust kaupa võimaliku segiajamiseta eristada muud päritolu kaupadest (kohtuotsused, 17.10.1990, HAG GF, C-10/89, EU:C:1990:359, punkt 14, ning 11.7.1996, Bristol-Myers Squibb jt, C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282, punkt 44 ja seal viidatud kohtupraktika).

38 Kaubamärgi peamist ülesannet kahjustaks see, kui kaubamärgiomaniku nõusoleku puudumise korral ei saa viimane olla vastu identse või segiajamist tekitava kaubamärgiga tähistatud identse või sarnase sellise kauba importimisele, mis on toodetud ja viidud turule muus liikmesriigis kolmanda isiku poolt, kellel ei ole kaubamärgiomanikuga majanduslikke sidemeid (vt selle kohta kohtuotsused, 17.10.1990, HAG GF, C-10/89, EU:C:1990:359, punktid 15 ja 16, ning 22.6.1994, IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger, C-9/93, EU:C:1994:261, punktid 33–37).

39 Seda analüüsi ei ole alust muuta ainuüksi asjaolu tõttu, et kaubamärgiomaniku kaubamärk ja kaubamärk, millega on tähistatud kaup, mille importimist omanik soovib keelata, kuulusid algul samale omanikule ja seda sõltumata asjaolust, kas nende kaubamärkide jaotamine tuleneb sundvõõrandamisest ja seega avaliku võimu aktist või vabatahtlikust lepingulisest loovutamisest, tingimusel siiski, et vaatamata ühisele päritolule on kumbki kaubamärk sundvõõrandamisest või loovutamisest alates iseseisvalt taganud oma vastaval territooriumil, et sellega tähistatud kaubad pärinevad teatavast kindlast allikast (vt selle kohta kohtuotsused, 17.10.1990, HAG GF, C-10/89, EU:C:1990:359, punktid 17 ja 18, ning 22.6.1994, IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger, C-9/93, EU:C:1994:261, punktid 46–48).

40 Viimati nimetatud tingimus ei ole täidetud juhul, kui omanik jätkab pärast teatavate siseriiklike paralleelkaubamärkide loovutamist kolmandale isikule üksi või kooskõlastades oma kaubamärgistrateegiat selle kolmanda isikuga ühtse ja üleilmse kaubamärgi väliskujunduse või kuvandi aktiivset ja teadlikku edendamist, tekitades või süvendades seeläbi asjaomase avalikkuse silmis selle kaubamärgiga tähistatud kaupade kaubandusliku päritolu segiajamist. Sellise tegevusega, mille tulemusel ei täida kaubamärgiomaniku kaubamärk vastaval territooriumil enam iseseisvalt oma peamist ülesannet, on omanik ise seda ülesannet rikkunud või selle toimet moonutanud. Seetõttu ei saa ta tugineda nimetatud ülesande kaitsmise vajadusele, et olla vastu sama kaubamärgiga tähistatud identse kauba impordile muust liikmesriigist, kus selle kaubamärgi omanik on nüüd asjaomane kolmas isik.

41 Siseriiklike kohtute ülesanne on hinnata, kas see on nii, võttes arvesse kõiki konkreetset üksikjuhtumit iseloomustavaid asjaolusid.

42 Siinkohal tuleb siiski märkida, et sellega seoses ei ole piisav üksnes asjaolu, et omanik jätkab pärast loovutamist viitamist sellele, mis on siseriiklike paralleelkaubamärkide ajalooline geograafiline päritolu, isegi kui talle ei kuulu enam õigused seoses selle territooriumiga ning ta soovib keelata nende kaubamärkidega tähistatud kauba importimist sellelt territooriumilt.

43 Juhul kui nimetatud kohtud teevad kindlaks, et käesoleva kohtuotsuse punktis 39 esitatud tingimus on täidetud, tuleb veel meenutada, et impordivabadus ei sea kaubamärgi peamist ülesannet kahtluse alla, kui kaubamärgiomanik impordiriigis ja kaubamärgiomanik ekspordiriigis on identsed või isegi kui on tegemist eri isikutega, nad on majanduslikult seotud (vt selle kohta kohtuotsus, 22.6.1994, IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger, C-9/93, EU:C:1994:261, punktid 34 ja 37).

44 Nagu Euroopa Kohus on märkinud, esinevad sellised majanduslikud sidemed eelkõige juhul, kui asjaomased kaubad on toonud turule litsentsisaaja, sama kontserni emaettevõtja, tütarettevõtja või ka ainukontsessionäär. Nimelt on kõigil neil juhtudel võimalik omanikul või üksusel, mille osa ta on, kontrollida kaubamärgiga tähistatud kaupade kvaliteeti (vt selle kohta kohtuotsus, 22.6.1994, IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger, C-9/93, EU:C:1994:261, punktid 34 ja 37).

45 Euroopa Kohus on peale selle rõhutanud, et määrav asjaolu on kaupade kvaliteedi kontrollimise võimalus, mitte tegeliku kontrolli teostamine. Sellega seoses on ta näiteks toonud, et kui litsentsiandaja talub, et litsentsisaaja toodab puuduliku kvaliteediga kaupu, kui tal on lepingulised vahendid teda seejuures takistada, siis peab ta selle eest vastutama. Samuti ei saa juhul, kui kaupade tootmine on äriühingute kontsernis üle viidud tütarettevõtja ettevõttesse ning igas konkreetses liikmesriigis asuvad tütarettevõtjad toodavad kaupu, mille kvaliteet on kohandatud vastava siseriikliku turu eripärasid arvestades, emaettevõtja tugineda selliselt toodetud kaupade importimisele vastu olles nendele kvaliteedierinevustele, kuna kontsern peab oma valikute eest vastutama (vt selle kohta kohtuotsus, 22.6.1994, IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger, C-9/93, EU:C:1994:261, punkt 38).

46 Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktides 72–82 märkis, nähtub sellest kohtupraktikast, et mõiste „majanduslikud sidemed“ viitab siinkohal mitte formaalsele, vaid sisulisele kriteeriumile, mis ei ole piiratud käesoleva kohtuotsuse punktis 44 loetletud olukordadega, mis on eelkõige täidetud ka siis, kui siseriiklike paralleelkaubamärkide omanikud järgivad pärast territoriaalselt piiratud loovutamise

tulemusel toimunud kaubamärkide jaotamist kooskõlastatud kaubamärgistrateegiat või tegutsevad nende kaubamärkide kasutamise üle ühise kontrolli läbiviimisel teatava kokkuleppe kohaselt, mistõttu neil on võimalik määrata vastava kaubamärgiga tähistatavad kaubad otseselt või kaudselt kindlaks ja kontrollida nende kaupade kvaliteeti.

47 See, kui nimetatud kaubamärgiomanikel oleks lubatud kaitsta oma vastavaid territooriume asjaomaste kaupade paralleelimpordi vastu, viiks siseriiklike turgude sulgemiseni, mida ei õigusta kaubamärgiõiguse eesmärk ja mis ei ole eelkõige vajalik asjaomaste kaubamärkide peamise ülesande säilitamiseks.

48 Seega tuleb käesoleva kohtuotsuse punktis 46 kirjeldatud asjaoludel leida, et kaup viidi ekspoririigis turule impordiliikmesriigis kaitstud kaubamärgi omaniku nõusolekul direktiivi 2008/95 artikli 7 lõike 1 koostoimes ELTL artikliga 36 tähenduses.

49 Sellega seoses olgu täpsustatud, et järeldust selles suhtes, mille kohaselt säilivad pärast piiratud territoriaalset loovutamist aset leidnud siseriiklike paralleelkaubamärkide jaotamist omanike vahel majanduslikud sidemed, ei mõjuta see, kas formaalselt sõltuvad omanikud nimetatud kaubamärkide ärilisel kasutamisel teineteisest, ega see, kas nad teostavad tegelikult võimalust kontrollida asjaomaste kaupade kvaliteeti.

50 Euroopa Kohus on tõepoolest järeldanud, et kuigi loovutamisleping iseenesest, see tähendab mis tahes majanduslike sidemete puudumise korral, ei anna loovutajale vahendeid, millega kontrollida loovutuse saaja turustatud ja kaubamärgiga tähistatud kaupade kvaliteeti, nähtub justnimelt sellest järeldusest, et olukord on vastupidine, kui loovutaja ja loovutuse saaja vahel on majanduslikud sidemed (vt selle kohta kohtuotsus, 22.6.1994, IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger, C-9/93, EU:C:1994:261, punktid 41 ja 43).

51 Siseriiklike kohtute ülesanne on hinnata, kas kõiki juhtumi asjakohaseid asjaolusid arvestades sellised sidemed esinevad.

52 Sellega seoses olgu märgitud, et kuigi põhimõtteliselt on ettevõtjal, kes tugineb ammendumisele, kohustus tõendada, et direktiivi 2008/95 artikli 7 lõike 1 kohaldamise tingimused on täidetud (vt selle kohta kohtuotsus, 20.11.2001, Zino Davidoff ja Levi Strauss, C-414/99–C-416/99, EU:C:2001:617, punkt 54), tuleb seda reeglit kohandada juhul, kui see võimaldab omanikul siseriiklikud turud sulgeda, aidates seeläbi kaasa hinnaerinevuste säilimisele liikmesriikide vahel (vt selle kohta kohtuotsus, 8.4.2003, Van Doren + Q, C-244/00, EU:C:2003:204, punktid 37 ja 38).

53 Selline tõendamiskoormise kohandamine tuleb läbi viia siseriiklike paralleelkaubamärkide vabatahtliku jaotamise korral, kuna asjaomasel ettevõtjal on keeruline või lausa võimatu tõendada majanduslike sidemete esinemist nende kaubamärkide omanike vahel, sest nimetatud side tuleneb tavaliselt nende omanike vahelistest ärilepingutest ja informaalsetest kokkulepetest, mis ei ole asjaomasele ettevõtjale kättesaadavad.

54 Nagu märkis ka kohtujurist oma ettepaneku punktis 94, on asjaomasel ettevõtjal samas kohustus esitada konkreetsed ja üksteist toetavad kaudsed tõendid selle kohta, et niisugused majanduslikud sidemed esinevad. Eelotsusetaotluse esitanud kohtul tuleb kontrollida, kas käesoleva kohtuotsuse punktis 14 nimetatud asjaolud kujutavad endast nimetatud kaudseid tõendeid.

55 Kõiki eelnimetatud kaalutlusi arvestades tuleb esitatud eelotsuse küsimustele vastata, et direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 7 lõiget 1 koostoimes ELTL artikliga 36 tuleb tõlgendada nii, et see ei luba siseriikliku kaubamärgi omanikul olla vastu sama kaubamärgiga tähistatud identsete sellisest muust liikmesriigist pärinevate kaupade importimisele, kus asjaomane kaubamärk, mis algul kuulus samale omanikule, kuulub nüüd kolmandale isikule, kellele on õigused üle läinud loovutamise korras, kui pärast loovutamist

– kaubamärgiomanik ise või kooskõlastades kaubamärgistrateegiat nimetatud kolmanda isikuga jätkab ühtse ja üleilmse kaubamärgi teatava väliskujunduse või kuvandi aktiivset ja teadlikku edendamist, tekitades või süvendades seeläbi asjaomase avalikkuse silmis asjaomase kaubamärgiga tähistatud kaupade kaubandusliku päritolu segiajamist,

või

– kaubamärgiomaniku ja asjaomase kolmanda isiku vahel on majanduslikud sidemed, nii et nad järgivad kooskõlastatud kaubamärgistrateegiat või tegutsevad nende kaubamärkide kasutamise üle ühise kontrolli läbiviimisel teatava kokkuleppe kohaselt, mistõttu neil on võimalik määrata vastava kaubamärgiga tähistatavad kaubad otseselt või kaudselt kindlaks ja kontrollida nende kaupade kvaliteeti.

Kohtukulud

56 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 (teine koda) otsustab:

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 7 lõiget 1 koostoimes ELTL artikliga 36 tuleb tõlgendada nii, et see ei luba siseriikliku kaubamärgi omanikul olla vastu sama kaubamärgiga tähistatud identsete sellisest muust liikmesriigist pärinevate kaupade importimisele, kus asjaomane kaubamärk, mis algul kuulus samale omanikule, kuulub nüüd kolmandale isikule, kellele on õigused üle läinud loovutamise korras, kui pärast loovutamist

– **kaubamärgiomanik ise või kooskõlastades kaubamärgistrateegiat nimetatud kolmanda isikuga jätkab ühtse ja üleilmse kaubamärgi teatava väliskujunduse või kuvandi aktiivset ja teadlikku edendamist, tekitades või süvendades seeläbi asjaomase avalikkuse silmis asjaomase kaubamärgiga tähistatud kaupade kaubandusliku päritolu segiajamist,**

või

– **kaubamärgiomaniku ja asjaomase kolmanda isiku vahel on majanduslikud sidemed, nii et nad järgivad kooskõlastatud kaubamärgistrateegiat või tegutsevad nende kaubamärkide kasutamise üle ühise kontrolli läbiviimisel teatava kokkuleppe kohaselt, mistõttu neil on võimalik määrata vastava kaubamärgiga tähistatavad kaubad otseselt või kaudselt kindlaks ja kontrollida nende kaupade kvaliteeti.**

Allkirjad