EUROOPA KOHTU OTSUS (esimene koda)

22. september 2011 *

Kohtuasjas C-482/09,

mille ese on EÜ artikli 234 alusel Court of Appeali (England & Wales) (Civil Division) (Ühendkuningriik) 12. novembri 2009. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 30. novembril 2009, menetluses

Budějovický Budvar, národní podnik,

versus

Anheuser-Busch Inc.,

EUROOPA KOHUS (esimene koda),

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

* Kohtumenetluse keel: inglise.

kohtujurist: V. Trstenjak,
kohtusekretär: vanemametnik L. Hewlett,

arvestades kirjalikus menetluses ja 24. novembri 2010. aasta kohtuistungil esitatut,

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

– Budějovický Budvar, národní podnik, esindajad: *barrister* J. Mellor ja *barrister* S. Malynicz, keda volitas *solicitor* M. Blair,

– Anheuser-Busch Inc., esindaja: *Rectsanwalt* B. Goebel,

– Ühendkuningriigi valitsus, esindaja: S. Ossowski,

– Tšehhi valitsus, esindaja: M. Smolek,

– Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato* S. Fiorentino,

– Portugali valitsus, esindaja: L. Inez Fernandes,

– Slovakkia valitsus, esindaja: B. Ricziová,

– Euroopa Komisjon, esindaja: J. Samnadda,

olles 3. veebruari 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 4 lõike 1 punkti a ja artikli 9 lõike 1 tõlgendamist.

2 Eelotsusetaotlus on esitatud kohtuvaidluse raames, mille pooled on Česke Budějovice linnas (Tšehhi Vabariik) asuv õlletootja Budějovický Budvar, národní podnik (edaspidi „Budvar") ja Saint Louisi linnas (Ameerika Ühendriigid) asuv õlletootja Anheuser-Busch (edaspidi „Anheuser-Busch") ning mille ese on kaubamärk Budweiser, mille omanikud mõlemad pooled Ühendkuningriigis alates 19. maist 2000 on.

Õiguslik raamistik

Liidu õigusnormid

3 Direktiivi 89/104 artikkel 4 „Kaubamärgi registreerimisest keeldumise või selle kehtetukstunnistamise täiendavad põhjused, mis on seotud varasemate õigustega vastuollu sattumisega" sätestab:

„1. Kaubamärki ei registreerita ja kui see on registreeritud, võib ta kehtetuks tunnistada, kui:

a) see on identne varasema kaubamärgiga ning kaubad või teenused, mille jaoks kaubamärki taotletakse või mille jaoks see on registreeritud, on identsed kaupade või teenustega, mille jaoks on kaitstud varasem kaubamärk;

[...]

2. Lõike 1 kohaldamisel tähendab „varasem kaubamärk" järgmist:

a) järgmised kaubamärgid, mille registreerimistaotluse kuupäev on varasem kaubamärgi registreerimise taotluse kuupäevast, arvestades võimaluse korral nende kaubamärkidega seotud prioriteete:

i) ühenduse kaubamärgid;

ii) kaubamärgid, mis on registreeritud liikmesriikides või Belgia, Luksemburgi ja Madalmaade puhul Beneluxi kaubamärgiametis;

iii) kaubamärgid, mis on registreeritud liikmesriigis kehtivate rahvusvaheliste kokkulepete alusel;

b) ühenduse kaubamärgid, millel on ühenduse kaubamärki käsitleva määruse kohaselt õigus vanemusnõudele võrreldes punkti a alapunktides ii ja iii osutatud kaubamärkidega isegi juhul, kui viimati nimetatud kaubamärgist on loobutud või sellel on lastud aeguda;

c) punktides a ja b osutatud kaubamärkide registreerimise taotlused, võttes arvesse nende registreerimist;

d) kaubamärgid, mis on kaubamärgi registreerimise taotluse esitamise kuupäeval või vajaduse korral kaubamärgi registreerimise prioriteetsust käsitleva nõude esitamise kuupäeval liikmesriigis üldtuntud selle sõna Pariisi konventsiooni artiklis 6 *bis* sätestatud tähenduses.

[...]"

4 Direktiivi 89/104 artikli 5 „Kaubamärgiga antavad õigused” lõige 1 sätestab:

„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;

[...]”

5 Direktiivi 89/104 artikkel 9 „Nõustumisest tulenevad piirangud” sätestab:

„1. Kui artikli 4 lõikes 2 osutatud varasema kaubamärgi omanik on liikmesriigis viie järjestikuse aasta jooksul nõustunud kõnealuses liikmesriigis registreeritud hilisema kaubamärgi kasutamisega ja olnud teadlik sellisest kasutamisest, ei ole tal õigust varasema kaubamärgi põhjal taotleda hilisema kaubamärgi kehtetukstunnistamist ega vaidlustada hilisema kaubamärgi kasutamist kaupade või teenuste puhul, mille jaoks hilisemat kaubamärki on kasutatud, kui hilisema kaubamärgi registreerimist ei taotletud pahauskselt.

2. Iga liikmesriik võib kehtestada sätted, mille kohaselt lõiget 1 kohaldatakse *mutatis mutandis* artikli 4 lõike 4 punktis a osutatud varasema kaubamärgi omaniku või artikli 4 lõike 4 punktis b või c osutatud muu varasema õiguse omaniku suhtes.

3. Lõigetes 1 ja 2 osutatud juhtudel ei ole hilisema registreeritud kaubamärgi omanikul õigust vaidlustada varasema õiguse kasutamist ka siis, kui seda õigust ei saa enam kasutada hilisema ühenduse kaubamärgi vastu."

6 Direktiiv 89/104 tunnistati kehtetuks ja asendati Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiiviga 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT L 299, lk 25), mis jõustus 28. novembril 2008. Sellegipoolest kohaldatakse põhikohtuasjale direktiivi 89/104 lähtudes asjaolude toimumise ajast.

Siseriiklik õigus

7 Direktiivi 89/104 sätted võeti Ühendkuningriigi õigusesse üle 1994. aasta kaubamärgiseadusega (Trade Marks Act 1994), mis jõustus 31. oktoobril 1994.

8 Direktiivi 89/104 rakendamiseks asendati 1938. aasta kaubamärgiseadus (Trade Marks Act 1938) 1994. aasta kaubamärgiseadusega (Trade Marks Act 1994).

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

9 Eelotsusetaotlusest nähtub, et alates turuletulekust on Budvar ja Anheuser-Busch vastavalt alates aastatest 1973 ja 1974 müünud mõlemad oma õllesid sõnalise tähise „Budweiser" või seda sõna sisaldava tähise all.

10 Samuti ilmneb eelotsusetaotlusest, et kuigi tähised on küll identsed, ei ole Budvari ja Anheuser-Buschi õlled siiski samasugused. Nende maitse, hind ja kujundus on alati olnud erinevad ja turgudel, kus Budvar ja Anheuser-Busch on kõrvuti eksisteerinud, on tarbijad nendest erinevustest selgelt teadlikud, kuigi mõningal määral aetakse neid ikka segi.

11 Novembris 1976 taotles Budvar sõna „Bud" kaubamärgina registreerimist. Anheuser-Busch esitas sellele vastulause.

12 Anheuser-Busch esitas 1979. aastal Budvari vastu hagi tähise hõivamise tõttu ning taotles, et kohus keelaks Budvaril kasutada sõna „Budweiser". Budvar esitas vastuhagi hõivamise alusel ning taotles omakorda, et kohus keelaks Anheuser-Buschil kasutada sõna „Budweiser".

13 Nimetatud kaubamärgi hõivamist puudutavate hagide arutamise ajal peatati sõna „Bud" kaubamärgina registreerimise peale esitatud vastulause menetlemine.

14 Anheuser-Busch taotles 11. detsembril 1979 sõna „Budweiser" kaubamärgina registreerimist kaupadele „õlu, hele õlu, tume õlu". Budvar esitas selle taotluse peale vastulause.

15 Esialgse tähise hõivamist puudutava nõude ja vastuhagi jätsid esimese astme kohus ja apellatsioonikohus rahuldamata, sest kohtud otsustasid, et kummagi poole faktiväited ei ole väärad ja et sõnalise tähise „Budweiser" mainekus ongi kahetine.

16 Seejärel registreeriti sõna „Bud” nõuetekohaselt kaubamärgina Budvari kasuks, samas kui Anheuser-Buschi vastulause lükati tagasi.

17 Budvar esitas 28. juunil 1989 vastunõude sõna „Budweiser” kaubamärgina registreerimiseks, mille Anheuser-Busch vaidlustas.

18 Veebruaris 2000 jättis Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) mõlemad sõna „Budweiser” kaubamärgina registreerimist puudutavad vastulaused rahuldamata ja otsustas, et Budvar ja Anheuser-Busch võivad mõlemad selle sõna kaubamärgina registreerida. Kohus kohaldas 1994. aasta kaubamärgiseaduse, kuid põhjendas oma otsust 1938. aasta kaubamärgiseaduse alusel, mis lubas otsesõnu identsete või segiaetavalt sarnaste kaubamärkide samaaegselt kehtivat registreeringut heauskse samaaegse kasutamise (*honest concurrent use*) olukorras või muudel erandlikel asjaoludel.

19 Pärast seda otsust registreeriti 19. mail 2000 mõlemad pooled Ühendkuningriigis sõnamärgi Budweiser kaupadele „õlu, hele õlu, tume õlu” omanikena.

20 Selle tulemusel oli Budvaril Ühendkuningriigis kaks kaubamärgi registreeringut: üks kaubamärgi „Bud” (taotlus esitatud 1976. aasta novembris) ja üks kaubamärgi Budweiser registreering (taotlus esitatud 1989. aasta juunis). Anheuser-Busch on ühe kaubamärgi Budweiser registreeringu omanik (taotlus esitatud 1979. aasta detsembris).

21 Pärast seda, kui Budvar ja Anheuser-Busch olid kaubamärki Budweiser kasutatud neli aastat ja 364 päeva, esitas Anheuser-Busch 18. mail 2005 Ühendkuningriigi kaubamärgiametile taotluse tunnistada Budvari kaubamärgi registreering kehtetuks.

22 Kehtetuks tunnistamise taotluses märkis Anheuser-Busch esiteks, et kuigi mõlemad ettevõtjad registreeriti kaubamärkide Budweiser omanikena ühel ja samal päeval, on Anheuser-Busch „varasema kaubamärgi" omanik direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 2 tähenduses, sest tema registreerimistaotluse esitamise kuupäev on varasem kui Budvari taotlusel. Teiseks, kuna nimetatud direktiivi artikli 4 lõike 1 punkti a mõttes on kõnealused kaubamärgid ja kaubad identsed, on Anheuser-Buschil kui varasema kaubamärgi omanikul õigus nõuda Budvari kaubamärgi kehtetuks tunnistamist. Kolmandaks ei ole ta kaotanud oma õigust kaubamärgi kasutamisega nõustumise tõttu, sest nimetatud direktiivi artikli 9 lõikes 1 ette nähtud viieaastane tähtaeg ei ole möödas.

23 Ühendkuningriigi kaubamärgiamet rahuldas Anheuser-Buschi kaubamärgi registreeringu kehtetuks tunnistamise taotluse.

24 High Court of Justice (England & Wales) Chancery Division lükkas 19. veebruaril 2008 tagasi Budvari hagi, mis puudutas kaupu „õlu, hele õlu, tume õlu".

25 Selle otsuse peale esitas Budvar eelotsusetaotluse esitanud kohtule apellatsioonkaebuse ning nimetatud kohus avaldas, et tal on kahtlusi seoses direktiivi 89/104 artikli 9 tõlgendamisega, nimelt selles artiklis kasutatud mõiste „nõustumine" ja [direktiivi ingliskeelses versioonis kasutatud] mõiste „periood" tähendusega. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu kahtlused puudutavad ka asjaomase direktiivi artikli 4 lõike 1 punkti a tõlgendamist. Selles osas märgib eelotsusetaotluse esitanud kohus, et Budvar väitis kohtuistungil, et kuigi varasemal kaubamärgil tundub olevat absoluutne kaitse juhtumil, kui hilisem kaubamärk tähistab identseid kaupu, võib sellise kaitse osas siiski teha erandi juhul, kui neid kaht kaubamärki on samaaegselt heauskselt kasutatud pika aja vältel. Tegelikult ei kahjusta mõlema poole poolt identsete kaubamärkide kasutamine kaubamärgiga hõlmatud kaupade päritolutagatist, sest need kaubamärgid ei piirdu üksnes ühe ettevõtja kaupade tähistamisega, vaid nad tähistavad nii selle kui ka teise ettevõtja kaupu.

26 Sel põhjusel otsustas Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Mida tähendab „nõustunud" nõukogu direktiivi 89/104 artikli 9 lõikes 1, täpsemalt:

a) kas „nõustunud" on ühenduse õiguse mõiste või on siseriiklik kohus pädev kohaldama „nõustumise" (sealhulgas tähtaja või kauakestnud heauskse samaaegse kasutamise) suhtes siseriiklikke õigusnorme;

b) kui „nõustunud" on ühenduse õiguse mõiste, kas siis kaubamärgi omanikku saab pidada nõustunuks identse kaubamärgi kauakestnud ja väljakujunenud heauskse kasutamisega kolmanda isiku poolt, kui ta on sellest kasutamisest kaua teadlik olnud, kuid ei ole saanud seda takistada;

c) kas kaubamärk peab igal juhul olema kaubamärgi omaniku kasuks registreeritud, enne kui ta saab 1) identse või 2) segiaetavalt sarnase kaubamärgi kasutamisega teise isiku poolt „nõustuda"?

2. Millal algab „viie järjestikuse aasta" periood ja täpsemalt, kas see saab alata (ja kui saab, kas siis ka lõppeda) enne, kui varasem kaubamärk selle omaniku kasuks tegelikult registreeritakse; ja kui vastus sellele küsimusele on jaatav, siis millistel tingimustel hakkab see tähtaeg kulgema?

3. Kas nõukogu direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 1 punkti a tuleb kohaldada nii, et varasema kaubamärgi omanikul on eesõigus ka siis, kui kahte identset kaubamärki on kaua heauskselt ja samaaegselt kasutatud identsete kaupade jaoks, nii et varasema kaubamärgi päritolutagatis tähendab mitte seda, et kõnealune kaubamärk tähistab üksnes varasema kaubamärgi omaniku kaupa, vaid seda, et see tähistab hoopis kas tema kaupa või teise kasutaja kaupa?"

Eelotsuse küsimused

Esimese eelotsuse küsimuse punktid a ja b

27 Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib oma esimese küsimuse punktidega a ja b sisuliselt teada, kas „nõustunud" nõukogu direktiivi 89/104 artikli 9 lõike 1 tähenduses on liidu õiguse mõiste ja juhul, kui sellele küsimusele vastatakse jaatavalt, siis kas kaubamärgiomanikku saab pidada selle sätte tähenduses nõustunuks identse kaubamärgi kauakestnud ja väljakujunenud heauskse kasutamisega kolmanda isiku poolt, kui ta on sellest kasutamisest kaua teadlik olnud, kuid ei ole saanud seda takistada.

28 Kõigepealt tuleb märkida, et direktiivi 89/104 artikli 9 lõige 1 ei määratle mingil moel mõistet „nõustunud" ning seda ei ole ka määratletud ka selle direktiivi teistes artiklites. Lisaks ei ole direktiivis seoses selle mõistega ühtki otsest viidet liikmesriikide õigusele.

29 Väljakujunenud kohtupraktika põhjal tuleb nii liidu õiguse ühetaolise kohaldamise nõudest kui ka võrdsuse põhimõttest, et liidu õigusnorme, mis ei viita otseselt liikmesriikide õigusele nende tähenduse ning ulatuse kindlaksmääramiseks, tuleb tavaliselt kogu Euroopa Liidus tõlgendada autonoomselt ja ühetaoliselt ning selleks tuleb arvestada õigusnormi konteksti ja vastava regulatsiooniga taotletavat eesmärki (vt eelkõige 18. jaanuari 1984. aasta otsus kohtuasjas 327/82: Ekro, EKL 1984, lk 107, punkt 11; 19. septembri 2000. aasta otsus kohtuasjas C-287/98: Linster, EKL 2000, lk I-6917, punkt 43, ja 21. oktoobri 2010. aasta otsus kohtuasjas C-467/08: Padawan, EKL 2010, lk I-10055, punkt 32).

30 Kuigi direktiivi 89/104 põhjendus 3 märgib, et „hetkel tundub, et ei ole vaja võtta ette liikmesriikide kaubamärke käsitlevate õigusaktide täiemahulist ühtlustamist", tuleb siiski välja tuua, et nimetatud direktiiv ühtlustab asjaomase valdkonna keskseid materiaalõiguslikke õigusnorme, st nimetatud põhjenduse alusel ühtlustab ta neid siseriikliku õiguse sätteid, mis mõjutavad siseturu toimimist kõige otsesemalt, ega välista täielikku siseriikliku õiguse ühtlustamist (16. juuli 1998. aasta otsus kohtuasjas C-355/96: Silhouette International Schmied, EKL 1998, lk I-4799, punkt 23, ja 11. märtsi 2003. aasta otsus kohtuasjas C-40/01: Ansul, EKL 2003, lk I-2439, punkt 27).

31 Pealegi märgib direktiivi 89/104 põhjendus 7, et „liikmesriikide „õigusaktide ühtlustamise eesmärkide saavutamine eeldab, et registreeritud kaubamärkide omandamise ja valdamise tingimused oleksid üldiselt kõigis liikmesriikides identsed". Sama direktiivi põhjendus 9 ütleb, et „kaupade ja teenuste vaba liikumise soodustamiseks on äärmiselt oluline, et kõigi liikmesriikide õigussüsteemidega tagataks edaspidi registreeritavatele kaubamärkidele samasugune kaitse". Lõpuks selgitab nimetatud direktiivi põhjendus 11, et „õiguskindluse tõttu ja ilma et ebaõiglaselt kahjustataks varasema kaubamärgi omaniku huve, on oluline sätestada, et varasema kaubamärgi omanik ei

või nõuda tema kaubamärgist hilisema kaubamärgi kehtetuks tunnistamist ega esitada vastuväiteid kaubamärgi kasutamisele pärast seda, kui ta on teadlikult lubanud hilisema kaubamärgi kasutamist märkimisväärse aja jooksul, välja arvatud juhul, kui hilisema kaubamärgi taotlus on esitatud pahatahtlikult."

32 Direktiivi 89/104 põhjendustest lähtudes on Euroopa Kohus otsustanud, et direktiivi artiklitega 5–7 ühtlustatakse kaubamärgist tulenevaid õigusi käsitlevad normid täielikult ning need artiklid määratlevad õigused, mis kuuluvad ühenduses kaubamärgi omanikele (vt eespool viidatud kohtuotsus Silhouette International Schmied, punkt 25; 20. novembri 2001. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-414/99–C-416/99: Zino Davidoff ja Levi Strauss, punkt 39, ja 3. juuni 2010. aasta otsus kohtuasjas C-127/09: Coty Prestige Lancaster Group, EKL 2010, lk I-4695, punkt 27).

33 Samamoodi saab nimetatud põhjendustest tuletada, et direktiivi 89/104 artikkel 9 ühtlustab täielikult tingimused, mille alusel hilisema kaubamärgi omanik võib nõustumisest tuleneva õiguse kaotamise tõttu säilitada oma õiguse sellele kaubamärgile, kui varasema kaubamärgi omanik nõuab selle kaubamärgi kehtetuks tunnistamist või vaidlustab hilisema kaubamärgi kasutamise.

34 Selles osas tuleb meenutada, et vastavalt Euroopa Kohtu väljakujunenud praktikale ilmneb nendest sätetest, et direktiiviga 89/104 ja eelkõige selle artikliga 9 üritatakse üldiselt tasakaalustada ühelt poolt kaubamärgiomaniku huvi kaitsta kaubamärgi peamist ülesannet ja teiselt poolt teiste ettevõtjate huvi nende kaupu ja teenuseid tähistada võivaid kaubamärke vabalt kasutada (27. aprilli 2006. aasta otsus kohtuasjas C-145/05: Levi Strauss, EKL 2006, lk I-3703, punktid 28 ja 29).

35 Lisaks tuleb esile tuua, et sama mõistet „nõustumine" kasutatakse ka nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1) artikli 54 lõikes 1 samas tähenduses kui direktiivi 89/104 artikli 9 lõikes 1.

36 Samas on ühenduse kaubamärgikord iseseisev süsteem, mis koosneb normide kogumist ja edendab sellele ainuomaseid eesmärke ning selle kohaldamine on sõltumatu mis tahes siseriiklikust süsteemist (25. oktoobri 2007. aasta otsus kohtuasjas C-238/06 P: Develey *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet, EKL 2007, lk I-9375, punkt 65, ja 16. juuli 2009. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-202/08 P American Clothing Associates *vs.* Siseturu Ühtlustamise Amet ja C-208/08 P: Siseturu Ühtlustamise Amet *vs.* American Clothing Associates, EKL 2009, lk I-6933, punkt 58).

37 Sellest tulenevalt on „nõustumine" nõukogu direktiivi 89/104 artikli 9 lõike 1 tähenduses liidu õigusmõiste, mille tähendus ja ulatus peavad olema kõikides liikmesriikides identsed. Seetõttu tuleb Euroopa Kohtul neid liidu õiguskorras autonoomselt ja ühetaoliselt tõlgendada.

38 Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib esimese eelotsuse küsimuse punktis b, et kui mõiste „nõustumine" nõukogu direktiivi 89/104 artikli 9 lõike 1 tähenduses hõlmab olukordi, kus kaubamärgiomanik ei saa takistada identse kaubamärgi kasutamist kolmandate isikute poolt, siis on Anheuser-Busch ja Budvar põhikohtuasja asjaolude raames pidanud olude sunnil enam kui 30 aastat olema nõus teineteise poolt sõnalise tähise „Budweiser" kasutamisega Ühendkuningriigis.

39 Euroopa Kohtu väljakujunenud praktika kohaselt tuleb ka liidu õiguses määratlemata terminite tähenduse ja ulatuse kindlaksmääramisel lähtuda nende tähendusest tavakeeles, võttes arvesse terminite kasutamise konteksti ja nende sätete eesmärke, mille osaks nad on (vt selle kohta eelkõige 10. märtsi 2005. aasta otsus kohtuasjas C-336/03:

easyCar, EKL 2005, lk I-1947, punkt 21; 22. detsembri 2008. aasta otsus kohtuasjas C-549/07: Wallentin-Hermann, EKL 2008, lk I-11061, punkt 17, ja 29. juuli 2010. aasta otsus kohtuasjas C-151/09: UGT-FSP, EKL 2010, lk I-7591, punkt 39).

40 Lisaks võib liidu õigusakti preambul selle õigusakti sisu täpsustada (vt 10. jaanuari 2006. aasta otsus kohtuasjas C-344/04: IATA ja ELFAA, EKL 2006, lk I-403, punkt 76, ja eespool viidatud kohtuotsus Wallentin-Hermann, punkt 17).

41 Kõigepealt tuleb sedastada, et enamikus direktiivi 89/104 keeleversioonides on nii põhjenduses 11 kui ka artikli 9 lõikes 1 kasutatud „nõustumise" tähistamiseks sama sõna. Tähtsust ei oma asjaolu, et ingliskeelses versioonis on kasutatud põhjenduses 11 sõna „tolerated" ja artikli 9 lõikes 1 sõna „acquiesced in", kuna nagu on märkinud Ühendkuningriigi valitsus oma kirjalikes märkustes, ei tähenda sõna „tolerated" kasutamine, et artikli 9 lõiget 1 tuleks paindlikumalt tõlgendada.

42 Lisaks tuleb esile tuua, et tegusõnal „nõustuma" on tavakeeles mitu üldtähendust, millest üks tähendab „olla laskma" või „mitte takistama".

43 „Nõustumine" eristub seega direktiivi 89/104 artikli 7 lõikes 1 kasutatud sõnast „luba", millest nähtub kindlalt omaniku tahe mõnest õigusest loobuda (vt eespool viidatud kohtuotsus Zino Davidoff ja Levi Strauss, punkt 45).

44 Nagu märgib kohtujurist oma ettepaneku punktis 70, viidates eelkõige direktiivi 89/104 artikli 9 lõike 1 taani- ja rootsikeelsele versioonile, võib nõustujat pidada passiivseks isikuks, kes loobub tema kasutuses olevate meetmete võtmisest olukorras, millest ta on teadlik ja mida ta tingimata ei ole soovinud. Teiste sõnadega viitab mõiste „nõustumine" isikule, kes jääb tegevusetuks olukorras, millele ta võiks vastupanu osutada.

45 Direktiivi 89/104 artikli 9 lõikes 1 esitatud mõistet „nõustumine" tuleb seega tõlgendada nii, et varasema kaubamärgi omanikku ei saa pidada nõustunuks identse hilisema kaubamärgi kauakestnud ja väljakujunenud heauskse kasutamisega kolmanda isiku poolt, millest ta on kaua teadlik olnud, kui tal ei ole olnud võimalik seda kasutamist takistada.

46 Niisugune tõlgendus on kooskõlas direktiiv 89/104 artikli 9 lõike 1 kontekstiga ning direktiivi eesmärkidega.

47 Esiteks täpsustab kõnealuse direktiivi põhjendus 11, et varasema kaubamärgi omanik peab tegelikult olema „teadlikult lubanud" tema kaubamärgist hilisema kaubamärgi kasutamist märkimisväärse aja jooksul, st „teadlikult" „informeeritult". Sama põhjendus täpsustab, et see ei tohi „ebaõiglaselt" kahjustada varasema kaubamärgi omaniku huve. Nagu kohtujurist on oma ettepaneku punktis 72 märkinud, oleks siiski ebaõiglane välistada varasema kaubamärgi omaniku õigust nõuda kaubamärgi kehtetuks tunnistamist või õigust vaidlustada identse hilisema kaubamärgi kasutamine, kui tal ei olnudki võimalik seda teha.

48 Teiseks, nagu on märgitud käesoleva otsuse punktis 34, on direktiivi 89/104 eesmärk tasakaalustada kaubamärgiomaniku huvi kaitsta kaubamärgi peamist ülesannet ja teiste ettevõtjate huvi nende kaupu ja teenuseid tähistada võivaid kaubamärke vabalt kasutada. See eesmärk eeldab, et kaubamärgi peamise ülesande säilitamiseks peab varasema kaubamärgi omanikul olema võimalik nimetatud direktiivi artikli 9 lõike 1 kohaldamisel vaidlustada tema kaubamärgiga identse hilisema kaubamärgi kasutamine.

49 Veel tuleb lisada, nagu märkis Euroopa Komisjon, et igasugune varasema kaubamärgi omaniku haldusõiguslik või kohtulik tegevus direktiivi 89/104 artikli 9 lõikes 1 sätestatud ajavahemikul katkestab nõustumisest tuleneva õigust lõpetava tähtaja kulgemise.

50 Eeltoodud kaalutlustest lähtudes tuleb esimese eelotsuse küsimuse punktidele a ja b vastata, et nõustumine direktiivi 89/104 artikli 9 lõike 1 tähenduses on liidu õigusmõiste ja varasema kaubamärgi omanikku ei saa pidada nõustunuks identse hilisema kaubamärgi kauakestnud ja väljakujunenud heauskse kasutamisega kolmanda isiku poolt, millest ta on kaua teadlik olnud, kui tal ei ole olnud võimalik seda takistada.

Esimese eelotsuse küsimuse punkt c ja teine eelotsuse küsimus

51 Esimese eelotsuse küsimuse punktiga c ja teise eelotsuse küsimusega, mida tuleb uurida koos, soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas nõustumisest tulenev õigust lõpetav tähtaeg direktiivi 89/104 artikli 9 lõike 1 tähenduses võib alata enne, kui varasem kaubamärk selle omaniku kasuks tegelikult registreeritakse

ja juhul, kui vastus sellele küsimusele on jaatav, siis millistel tingimustel hakkab see õigust lõpetav tähtaeg kulgema.

52 Kõigepealt tuleb märkida, et nagu ilmneb direktiivi 89/104 põhjendusest 11, on selle direktiivi artiklis 9 sätestatud nõustumisest tulenevad piirangud sätestatud õiguskindluse eesmärgil.

53 Direktiivi 89/104 artikli 9 lõike 1 sõnastusest ilmneb, et täidetud peab olema neli tingimust, et hakkaks kulgema varasema kaubamärgiga identse või segiaetavalt sarnase hilisema kaubamärgi kasutamisega nõustumisest tulenev õigust lõpetav tähtaeg.

54 Esiteks, kuna artikli 9 lõige 1 viitab „registreeritud hilisemale kaubamärgile", on vältimatu eeldus selle kaubamärgi kõnealuses liikmesriigis registreerimine. Nõustumisest tulenev õigust lõpetav tähtaeg ei saa seega hakata kulgema üksnes hilisema kaubamärgi kasutamisest, isegi kui selle omanik seejärel selle registreerimist taotleb.

55 Kõnealuses liikmesriigis hilisema kaubamärgi registreerimise osas on oluline silmas pidada, et direktiivi 89/104 põhjendus 5 täpsustab, et „liikmesriikidele jääb vabadus määratleda registreerimise teel omandatava kaubamärgi registreerimise, tühistamise ja kehtetuks tunnistamise kord; näiteks võivad liikmesriigid määrata kindlaks kaubamärgi registreerimise ja kehtetuks tunnistamise vormi, otsustada, kas varasematele õigustele tuleks toetuda registreerimiskorra või kehtetuks tunnistamise korra või mõlema puhul ning, kui nad lubavad varasematele õigustele toetuda registreerimiskorra puhul, otsustada, kas kasutada vaidlustamismenetlust või ametiülesande korras

läbivaatamist või mõlemat; liikmesriikidele jääb vabadus määrata kindlaks kaubamärkide tühistamise ja kehtetukstunnistamise mõju".

56 Teiseks peab hilisema kaubamärgi registreerimise taotleja tegutsema heauskselt.

57 Kolmandaks peab hilisema kaubamärgi omanik seda kaubamärki kasutama selles liikmesriigis, kus see on registreeritud.

58 Neljandaks peab varasema kaubamärgi omanik olema teadlik hilisema kaubamärgi registreerimisest ja selle kasutamisest pärast registreerimist.

59 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu ülesanne on kontrollida, et need neli tingimust, mis on vajalikud nõustumisest tuleneva õigust lõpetava tähtaja kulgema hakkamiseks, on põhikohtuasjas täidetud.

60 Pärast seda täpsustust tuleb veel lisada, et varasema kaubamärgi registreerimine kõnealuses liikmesriigis ei kujuta endast nõustumisest tuleneva õigust lõpetava tähtaja kulgema hakkamiseks vajalikku tingimust.

61 Nimelt sätestab direktiivi 89/104 artikli 9 lõige 1, et „varasem kaubamärk" on see, millele on „osutatud" selle direktiivi „artikli 4 lõikes 2". Niisiis saab viimati nimetatud sätte tähenduses pidada varasemaks registreerimata kaubamärki nimetatud direktiivi artikli 4 lõike 2 punktides c ja d nimetatud juhtudel, kui on olemas „kaubamärkide registreerimise taotlused, võttes arvesse nende registreerimist" ja „kaubamärgid, mis on […] üldtuntud".

62 Seega tuleb esimese eelotsuse küsimuse punktile c ja teisele eelotsuse küsimusele vastata, et varasema kaubamärgi registreerimine kõnealuses liikmesriigis ei kujuta endast direktiivi 89/104 artikli 9 lõikes 1 nimetatud nõustumisest tuleneva õigust lõpetava tähtaja kulgema hakkamiseks vajalikku tingimust. Õigust lõpetava tähtaja kulgema hakkamiseks vajalikud tingimused, mida peab kontrollima siseriiklik kohus, on esiteks hilisema kaubamärgi registreerimine kõnealuses liikmesriigis, teiseks asjaolu, et hilisema kaubamärgi registreerimistaotlus esitati heauskselt, kolmandaks peab hilisema kaubamärgi omanik seda kaubamärki kasutama selles liikmesriigis, kus see on registreeritud, ja neljandaks peab varasema kaubamärgi omanik olema teadlik hilisema kaubamärgi registreerimisest ja selle kasutamisest pärast selle registreerimist.

Kolmas eelotsuse küsimus

63 Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib oma kolmanda küsimusega sisuliselt teada, kas direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et varasema kaubamärgi omanikul on õigus nõuda, et tunnistatakse kehtetuks hilisem identne kaubamärk, mis tähistab identseid kaupu, kui neid kahte kaubamärki on kaua heauskselt ja samaaegselt kasutatud.

64 Kõigepealt tuleb meenutada, et Anheuser-Busch vaidlustas selle küsimuse vastuvõetavuse, väites, et see põhineb ekslikul eeldusel, et kaubamärk Budweiser tähistab nii tema kui ka Budvari kaupu. Lisaks väidab Anheuser-Busch, et ta kasutab kaubamärki Budweiser kaubamärgina Ühendkuningriigi turul, samas kui Budvar turustas oma tooteid väljendit „Budweiser Budvar" kasutades.

65 Samas tuleneb Euroopa Kohtu väljakujunenud praktikast, et eeldatakse, et asjakohased on need liidu õiguse tõlgendamist puudutavad küsimused, mille siseriiklik kohus on esitanud õiguslikus ja faktilises raamistikus, mille ta on määratlenud omal vastutusel ja mille täpsust Euroopa Kohus ei pea kontrollima (vt 16. detsembri 2008. aasta otsus kohtuasjas C-210/06: Cartesio, EKL 2008, I-9641, punkt 67; 7. oktoobri

2010. aasta otsus kohtuasjas C-515/08: Dos Santos Palhota jt, EKL 2010, lk I-9133, punkt 20, ja 5. aprilli 2011. aasta otsus kohtuasjas C-119/09: Société fiduciaire nationale d'expertise comptable, EKL 2011, lk I-2551, punkt 21).

66 Seega on kolmas eelotsuse küsimus vastuvõetav.

67 Sellele küsimusele vastamiseks tuleb meenutada, et direktiivi 89/104 artikkel 4 määratleb kaubamärgi registreerimisest keeldumise või selle kehtetukstunnistamise täiendavad põhjused, mis on seotud varasemate õigustega vastuollu sattumisega. Selle artikli lõike 1 punkt a sätestab, et kui kaubamärk on registreeritud, siis võib ta kehtetuks tunnistada, kui see on identne varasema kaubamärgiga, ning kaubad või teenused, mille jaoks see on registreeritud, on identsed kaupade või teenustega, mille jaoks on kaitstud varasem kaubamärk.

68 Direktiivi 89/104 põhjendus 10 märgib selles osas, et registreeritud kaubamärgi eesmärk on eelkõige tagada kaubamärk kui päritolutähis ning sellega antav kaitse on absoluutne, kui märk ja tähis ning kaubad või teenused on identsed.

69 Vastavalt Euroopa Kohtu väljakujunenud praktikale vastavad direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 1 punkti a kohaldamise tingimused sisuliselt selle direktiivi artikli 5 lõike 1 punkti a kohaldamise tingimustele, mis määratleb juhud, kui kaubamärgiomanikul on õigus keelata kolmandatel isikutel tema kaubamärgiga identse tähiste kasutamine kaupade või teenuste jaoks, mis on identsed kaupade või teenustega, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud (20. märtsi 2003. aasta otsus kohtuasjas C-291/00: LTJ Diffusion, EKL 2003, lk I-2799, punkt 41).

70 Järelikult on Euroopa Kohtu poolt direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punktile a antud tõlgendus kohaldatav ka selle direktiivi artikli 4 lõike 1 punktile a, kuna seda on võimalik *mutatis mutandis* viimati nimetatud sättele üle kanda (vt eespool viidatud kohtuotsus LTJ Diffusion, punkt 43).

71 Samas tuleneb Euroopa Kohtu praktikast, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punktiga a kaubamärgile antud ainuõiguse eesmärk on anda selle omanikule võimalus kaitsta oma erihuvisid kaubamärgi omanikuna, st tagada, et kaubamärk saaks täita oma ülesannet, ning seega tuleb seda ainuõigust kasutada ainult juhul, kui kaubamärgi kasutamine kolmanda isiku poolt kahjustab või võib ohustada kaubamärgi ülesannet. Kaubamärgi ülesannete hulka ei kuulu üksnes kaubamärgi peamine ülesanne tagada tarbijatele kauba või teenuse päritolu, vaid ka muud ülesanded, nagu asjaomase kauba või teenuse kvaliteedi tagamine või teabe, investeeringute ja reklaamiga seotud ülesanded (vt eelkõige 18. juuni 2009. aasta otsus kohtuasjas C-487/07: L'Oréal jt EKL 2009, lk I-5185, punkt 58, ja 23. märtsi 2010. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-236/08-C-238/08: Google France ja Google, EKL 2010, lk I-2417, punkt 77).

72 Veel tuleb lisada, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punkt a ei nõua absoluutse kaitse andmiseks avalikkuse silmis segiajamise tõenäosuse tõendamist, kui kaubamärk ja tähis ning kaubad või teenused on identsed (vt eespool viidatud kohtuotsus LTJ Diffusion, punkt 49).

73 Käesoleval juhul palub eelotsusetaotluse esitanud kohus Euroopa Kohtul tõlgendada direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 1 punkti a kaubamärgi põhiülesande seisukohast.

74 Selles osas tuleneb eeltoodust, et kõnealust sätet tuleb tõlgendada nii, et kui hilisem kaubamärk on registreeritud, siis võib ta kehtetuks tunnistada, kui see on identne varasema kaubamärgiga, kui kaubad, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, on identsed kaupadega, mille jaoks on kaitstud varasem kaubamärk, ja kui hilisema kaubamärgi kasutamine kahjustab või võib ohustada kaubamärgi peamist ülesannet, mis on tagada tarbijatele kaupade päritolu.

75 Sellegipoolest tuleb käesoleval juhul tõdeda, et Budvari poolt kaubamärgi Budweiser kasutamine Ühendkuningriigis ei kahjusta ega saa ohustada Anheuser-Buschile kuuluva kaubamärgi Budweiser peamist ülesannet.

76 Sellega seoses on oluline meenutada, et põhikohtuasja aluseks olevad asjaolud on erandlikud.

77 Esiteks on eelotsusetaotluse esitanud kohus tegelikult näidanud, et nii Anheuser-Busch kui ka Budvar olid müünud mõlemad Ühendkuningriigis oma õllesid sõnalise tähise „Budweiser" või seda sõna sisaldava kaubamärgi all ligikaudu 30 aastat enne nende registreerimist.

78 Teiseks lubati Anheuser-Buschil ja Budvaril koos ja üheaegselt registreerida nende kaubamärgid Budweiser pärast Court of Appeali (England & Wales) (Civil Division) 2000. aasta veebruari otsust.

79 Kolmandaks ilmneb eelotsusetaotlusest veel, et kuigi Anheuser-Busch esitas taotluse registreerida sõna „Budweiser" Ühendkuningriigis kaubamärgina varem kui

Budvar, kasutasid mõlemad ettevõtjad oma kaubamärke Budweiser algusest peale heauskselt.

80 Neljandaks, nagu on märgitud käesoleva otsuse punktis 10, on eelotsusetaotluse esitanud kohus sedastanud, et kuigi tähised on identsed, on Ühendkuningriigi tarbijad Budvari ja Anheuser-Buschi õllede erinevustest selgelt teadlikud, kuna nende maitse, hind ja kujundus on alati olnud erinevad.

81 Viiendaks tuleneb nende kahe kaubamärgi kõrvuti esinemisest Ühendkuningriigi turul, et olgugi et kaubamärgid on identsed, on Anheuser-Buschi ja Budvari õlled selgelt eristatavad kahe erineva ettevõtja toodetud õlledena.

82 Seetõttu, nagu komisjon oma kirjalikes märkustes on õigesti väitnud, tuleb direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 1 punkti a tõlgendada nii, et põhikohtuasja asjaoludel ei kahjusta ega saa ohustada identsete kaupade jaoks identsete kaubamärkide pikaaegne heauskne ja samaaegne kasutamine kaubamärgi peamist ülesannet tagada tarbijatele kauba või teenuse päritolu.

83 Veel tuleb lisada, et vajaduse korral võib tulevikus kaubamärkide Budweiser mis tahes pahauskset kasutamist hinnata kõlvatu konkurentsi eeskirjade alusel.

84 Eeltoodud kaalutlustel tuleb kolmandale eelotsuse küsimusele vastata, et direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et varasema kaubamärgi

omanikul ei ole õigus nõuda, et tunnistatakse kehtetuks hilisem identne kaubamärk, mis tähistab identseid kaupu, kui neid kahte kaubamärki on pikaaegselt heauskselt ja samaaegselt kasutatud, kuna põhikohtuasja asjaoludel ei kahjusta selline kasutamine ega saa ohustada identsete kaupade jaoks identsete kaubamärkide peamist ülesannet tagada tarbijatele kauba või teenuse päritolu.

Kohtukulud

85 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva 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:

1. **Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 9 lõike 1 tähenduses on nõustumine liidu õigusmõiste ja varasema kaubamärgi omanikku ei saa pidada nõustunuks identse hilisema kaubamärgi kauakestnud ja väljakujunenud heauskse kasutamisega kolmanda isiku poolt, millest ta on kaua teadlik olnud, kui tal ei ole olnud võimalik seda kasutamist takistada.**

2. **Varasema kaubamärgi registreerimine kõnealuses liikmesriigis ei kuju ta endast direktiivi 89/104 artikli 9 lõikes 1 nimetatud nõustumisest tuleneva õigust lõpetava tähtaja kulgema hakkamiseks vajalikku tingimust.**

Õigust lõpetava tähtaja kulgema hakkamiseks vajalikud tingimused, mida peab kontrollima siseriiklik kohus, on esiteks hilisema kaubamärgi registreerimine kõnealuses liikmesriigis, teiseks asjaolu, et hilisema kaubamärgi registreerimistaotlus esitati heauskselt, kolmandaks peab hilisema kaubamärgi omanik seda kaubamärki kasutama selles liikmesriigis, kus see on registreeritud, ja neljandaks peab varasema kaubamärgi omanik olema teadlik hilisema kaubamärgi registreerimisest ja selle kasutamisest pärast selle registreerimist.

3. Direktiivi 89/104 artikli 4 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et varasema kaubamärgi omanikul ei ole õigus nõuda, et tunnistatakse kehtetuks hilisem identne kaubamärk, mis tähistab identseid kaupu, kui neid kahte kaubamärki on pikaaegselt heauskselt ja samaaegselt kasutatud, kuna põhikohtuasja asjaoludel selline kasutamine ei kahjusta ega saa ohustada identsete kaupade jaoks identsete kaubamärkide peamist ülesannet tagada tarbijatele kauba või teenuse päritolu.

Allkirjad