KOHTUJURISTI ETTEPANEK

JULIANE KOKOTT

esitatud 3. detsembril 2008 [1]

I. Sissejuhatus

1. Käesolevas kohtuasjas kerkib esimest korda küsimus, millist mõju avaldab litsentsileping kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumisele. Uurida tuleb küsimust, millises ulatuses võib kaubamärgi omanik olla vastu kaubamärki kandva kauba odavmüügile odavkauplustes, ehkki litsentsilepinguga on litsentsiaadil müük odavkauplustele sõnaselgelt keelatud. Eelkõige on tegemist küsimusega, kas ja millistel tingimustel tuleb eksklusiivseks luksuskaubaks peetava kauba mainet käsitada kauba kvaliteeditunnusena.

II. Õiguslik raamistik

2. Käesolevas asjas on määrava tähtsusega nõukogu 21. detsembri 1988. aasta direktiiv 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta. [2]

3. Direktiivi artikkel 7 sätestab kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumise:

„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. Direktiivi artikkel 8 sätestab litsentsi mõju kaubamärkide kasutamisele:

„1. Kaubamärk võib olla litsentsi objektiks ühe või kõigi kaupade või teenuste osas, mille

1 – Algkeel: saksa.

2 – EÜT 1989, L 104,, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92, viimati muudetud Euroopa Majanduspiirkonna lepingu XVII lisaga, EÜT 1994, L 1, lk 482.

jaoks ta on registreeritud, kogu asjaomases liikmesriigis või mõnes selle osas. Litsents võib olla ainulitsents või lihtlitsents.

2. Kaubamärgi omanik võib kasutada sellest kaubamärgist tulenevaid õigusi sellise litsentsiaadi suhtes, kes rikub oma litsentsilepingu sätteid seoses selle kestusega, kaubamärgi registreeritud kasutusviisiga, litsentsi objektiks olevate kaupade ja teenuste ulatusega, territooriumiga, kus võib kaubamärki kinnitada, või litsentsiaadi valmistatavate kaupade või pakutavate teenuste kvaliteediga."

III. Asjaolud ja menetlus põhikohtuasjas ning eelotsuse küsimused

5. Christian Dior couture SA (edaspidi „Dior") sõlmis äriühinguga Société industrielle de lingerie (edaspidi „SIL") 17. mail 2000 kaubamärgi litsentsilepingu Diori kaubamärgiga korsett-toodete tootmiseks ja turustamiseks. Selle lepingu artikli 8.2 lõikes 5 on täpsustatud, et „kaubamärgi üldtuntuse ja maine säilitamiseks kohustub litsentsiaat ilma litsentsiaari eelneva kirjaliku nõusolekuta mitte müüma hulgimüüjatele, ostuühistutele, odavkauplustele, sidevahendite teel, koduukse- ja korterimüügi süsteemi kaudu müüvatele ettevõtjatele. Litsentsiaat kohustub rakendama vajalikke abinõusid tagamaks, et tema turustajad ja edasimüüjad seda reeglit järgiksid."

6. Menetlusdokumentidest nähtub, et 14. novembril 2001 algatati SIL-i suhtes maksejõuetusmenetlus.

7. Sellele järgnenud ajal müüs SIL litsentsilepinguga hõlmatud kaubamärki kandvat kaupa odavkauplusi haldavale äriühingule Copad International (edaspidi „Copad"). Copad müüs osa kaupa edasi kolmandatele isikutele. Kaubamärgist tulenevate õiguste rikkumise tõttu esitas Dior SIL-i ja Copadi vastu hagi.

8. Cour d'appel de Paris (Pariisi apellatsioonikohus) leidis, et kaubamärki kandva kauba müügiga Copadile ei rikkunud SIL kaubamärgiõigust. Nimetatud kohus otsustas siiski, et müük ei toonud kaasa Diori kaubamärgiõiguste ammendumist. Kuna Dior saab kaubamärgist tulenevatele õigustele tugineda ka edaspidi, nägi Cour d'appel ette keelu-, konfiskeerimis- ja hävitamismeetmed Copadi suhtes.

9. Copad ja Dior esitasid selle otsuse peale kassatsioonkaebuse Cour de Cassation'ile (kassatsioonikohus). Cour de Cassation esitab Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

1. Kas nõukogu 21. detsembri 1988. aasta direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke

käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 8 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanik võib tugineda sellest kaubamärgist tulenevatele õigustele litsentsiaadi vastu, kes rikub litsentsilepingu tingimust, mis kaubamärgi mainest tulenevatel põhjustel keelab müümise odavkauplustele?

2. Kas selle direktiivi artikli 7 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et litsentsiaat, kes viib kaubamärgiga kaitstud kauba Euroopa majanduspiirkonna turule, rikkudes litsentsilepingu tingimust, mis kaubamärgi mainest tulenevatel põhjustel keelab müümise odavkauplustele, tegutseb ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta?

3. Kas eitava vastuse korral võib kaubamärgi omanik viidata sellisele lepingutingimusele, et keelata sama direktiivi artikli 7 lõikele 2 tuginedes selle kauba edasine turustamine?

10. Kirjalikus menetluses ja 19. novembril 2008 toimunud kohtuistungil osalesid Copad, Dior, Prantsuse Vabariik ja komisjon.

IV. Õiguslik hinnang

11. Põhikohtuasjas on tegemist vaidlusega kolme osalise vahel. Osa neist on sõlminud omavahel lepingud. Dior sõlmis litsentsilepingu SIL-iga ja SIL müüs omakorda kaupa Copadile. Eelotsusetaotluse ese ei ole siiski poolte vahel sõlmitud lepingutest tulenevad nõuded, vaid Diorile kuuluvast kaubamärgist tulenevad õigused. Esimese küsimuse ese on kaubamärgiõigusest tulenevad nõuded, mida Dior võib esitada SIL-i vastu, teise ja kolmanda küsimuse ese on samalaadsed nõuded Copadi vastu.

12. Vastus neile küsimustele sõltub otsustaval määral sellest, millist mõju avaldab litsentsileping kaubamärgist tulenevatele õigustele. Seetõttu ei tohi asjaomaseid sätteid, st direktiivi 89/104 artikli 8 lõiget 2, artikli 7 lõiget 1 ja artikli 7 lõiget 2 hinnata ja tõlgendada eraldi. Pigem tuleb silmas pidada seda, et kaubamärgist tulenevad õigused, millele kaubamärgi omanik saab tugineda avalikkuse vastu, ei lähe ilma otsese vajaduseta kaugemale õigustest, millele kaubamärgi omanik saab tugineda litsentsiaadi vastu.

A. *Esimene eelotsuse küsimus*

13. Esimese küsimusega soovib Cour de Cassation välja selgitada, kas SIL, kes müüs kaupa Copadile, rikkus sellega Diori kaubamärgiõigust.

14. Huvi kaubamärgist tulenevate õiguste vastu ei ole esmapilgul selge, kuna litsentsilepingu rikkumine on ilmne. Võimalik, et lepingust tulenevad nõuded ei taga litsentsiaadi maksejõuetusmenetluses siiski piisavat kaitset.

15. Kaubamärgiga antavad õigused on sätestatud direktiivi 89/104 artiklis 5. Selle sättega antakse kaubamärgi omanikule ainuõigus, mille alusel ta võib muu hulgas keelata kõigil kolmandatel isikutel kaubamärgiga kaupade importimise, nende pakkumise, turuleviimise või ladustamise nimetatud otstarbel. [3]

16. Vastavalt oma olemusele annab litsentsileping litsentsiaadile õiguse kasutada kaubamärki lepingus sätestatud viisil. Võiks eeldada, et litsentsiaar saab kasutada kaubamärgist tulenevaid õigusi piiramatult, kui litsentsiaat rikub kaubamärgi kasutamisel litsentsilepingu tingimusi.

17. Direktiivi 89/104 artikli 8 lõige 2 näeb aga ette teistsuguse korra. See säte nimetab nimelt konkreetsed litsentsilepingu tingimuste rikkumised, mille puhul võib kaubamärgi omanik tugineda litsentsiaadi vastu kaubamärgist tulenevatele õigustele:

„Kaubamärgi omanik võib kasutada sellest kaubamärgist tulenevaid õigusi sellise litsentsiaadi suhtes, kes rikub oma litsentsilepingu sätteid seoses selle kestusega, kaubamärgi registreeritud kasutusviisiga, litsentsi objektiks olevate kaupade ja teenuste ulatusega, territooriumiga, kus võib kaubamärki kinnitada, või litsentsiaadi valmistatavate kaupade või pakutavate teenuste kvaliteediga.”

3 – 30. novembri 2004. aasta otsus kohtuasjas C-16/03: Peak Holding (EKL 2004, lk I-11313, punkt 34).

18. Pooled on küll üksmeelel selles osas, et ükski neist tingimustest ei hõlma odavkauplustele müümise keeldu. Dior leiab siiski, et kõnealune tingimuste loetelu ei ole lõplik või, et üks eespool nimetatud tingimustest laieneb ka müügikeelule.

19. Seega tuleb Diori arvates direktiivi 89/104 artikli 8 lõiget 2 tõlgendada laialt, et kaitsta litsentsilepingu esemeks olevat intellektuaalomandit. Diori hinnangul tuleneb see sätte sõnastusest, sest selle kohaselt rikutakse „litsentsilepingu sätteid", mistõttu on kaubamärgist tulenevatele õigustele tuginemine lubatud. Tegemist on ebatäieliku loeteluga, mis ilmneb muu hulgas sellest, et nimetatud ei ole kaubamärki kandva kauba turustamist lubatust suuremas koguses.

20. Võimalik, et viimati nimetatud väitega soovib Dior märkida, et litsentsilepingus sätestatud koguselised piirangud peaksid igal juhul kaubamärgiõiguslikult kehtima. See käsitus, mille jaoks direktiivi 89/104 artikli 8 lõike 2 sõnastus pidepunkti ei anna, ei ole siiski siduv. [4] Pealegi ei tule käesolevas asjas otsustada selle küsimuse üle.

4 – Komisjoni poolt seoses sellega nimetatud 1. juuli 1999. aasta otsus kohtuasjas C-173/98: Sebago ja Maison Dubois (EKL 1999, lk I-4103) ei käsitle mitte direktiivi 89/104 artikli 8 lõike 2, vaid artikli 7 lõike 1 tõlgendamist.

21. Lisaks sellele põhinevad Diori väited tervikuna direktiivi 89/104 artikli 8 lõike 2 sõnastuse ebatäielikul osundamisel. Nagu Copad, Prantsuse Vabariik ja komisjon õigusega esile toovad, ei kujuta üksikute tingimuste nimetamine endast näitlikku loetelu. Seetõttu ei võimalda direktiivi artikli 8 lõige 2 kaubamärgi omanikul tugineda kaubamärgist tulenevatele õigustele litsentsilepingu sätete mis tahes rikkumise korral. Pigem vastupidi, see on võimalik üksnes sõnaselgelt nimetatud rikkumiste puhul.

22. Seega tuleb uurida, kas müügikeeld kuulub mõne direktiivi 89/104 artikli 8 lõikes 2 toodud tingimuse alla.

23. Esiteks käsitab Dior odavkauplustele müümise keeldu tingimusena, mis kehtib territooriumil, kus võib kaubamärki kaubale kinnitada. See tingimus on ette nähtud selleks, et tagada litsentsiaatidele kauba turustamise õigus teatud territooriumidel. Müügi piiramine teatud müügikohtadega on üksnes sätte kohaldamise erijuhtum.

24. See käsitus lähtub direktiivi väärast tõlgendamisest. Direktiivi artikli 8 lõige 2 ei hõlma mitte kaubamärgi kasutamise territoriaalsete piirangute mis tahes rikkumist, vaid – nagu komisjon rõhutab – ainult nende tingimuste rikkumist, mis kehtivad territooriumil, kus võib kaubamärki kaubale *kinnitada*. Käesolevas asjas ei ole siiski näha, et SIL oleks väljaspool litsentsilepingus ette nähtud territooriumi turustatavale kaubale kaubamärki kinnitanud.

25. Teiseks seob Dior ja võib-olla ka Cour de Cassation müügikeelu tingimusega, mis käsitleb litsentsiaadi valmistatava kauba või pakutavate teenuste kvaliteeti. See on üks direktiivi 89/104 artikli 8 lõikes 2 nimetatud tingimustest, mille alusel saab kasutada kaubamärgist tulenevaid õigusi.

26. Nagu Copad õigusega märgib ei saa kauba müüki vastupidiselt Diori väidetele käsitada selles tähenduses teenusena. Teenuse kvaliteet on oluline ainult juhul, kui litsentsileping käsitleb teenuse pakkumist.[5] Vaidluse esemeks olev müügikeeld puudutab seevastu kaupa, millele on kantud kaubamärk.

27. Sellele oletusele annab pidepunkti pigem asjaolu, et Diori kaubamärki seostatakse luksuskaubaga, mida tavaliselt ei turustata odavkauplustes. See lubab oletada, et selline turustamisviis võib muuta küsitavaks luksuskaubaks peetava kauba maine ja kahjustada kauba kvaliteeti.

28. Mõiste „kvaliteet” kasutamine direktiivi 89/104 artikli 8 lõikes 2 rõhutab kaubamärgi keskset funktsiooni. Kaubamärk peab tagama, et kõik selle kaubamärgiga tähistatud kaubad on toodetud või tarnitud üheainsa ettevõtja kontrolli all, kes on vastutav nende kvaliteedi eest.[6]

29. Direktiivi 89/104 artikli 8 lõige 2 peab seega võimaldama kaubamärgi omanikul tagada oma kaubamärki kandva kauba kvaliteet. Nagu komisjon õigusega märgib, on käesolevas asjas tegemist olukorraga, kui litsentsiaat kavatseb kanda kaubamärgi muule kaubale kui see, mille suhtes on kokku lepitud litsentsilepingus.

30. Viide kauba valmistamisele räägib selle poolt, et kauba kvaliteet puudutab ainult neid omadusi, mille kaup omandab tootmisprot-

5 – Nt 7. juuli 2005. aasta otsus kohtuasjas C-418/02: Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte (EKL 2005, lk I-5873).

6 – 17. oktoobri 1990. aasta otsus kohtuasjas C-10/89: HAG GF (EKL 1990, lk I-3711, punkt 13); 11. novembri 1997. aasta otsus kohtuasjas C-349/95: Loendersloot (EKL 1997, lk I-6227, punkt 22); 29. septembri 1998. aasta otsus kohtuasjas C-39/97: Canon (EKL 1998, lk I-5507, punkt 28), ja 18. juuni 2002. aasta otsus kohtuasjas C-299/99: Philips (EKL 2002, lk I-5475, punkt 30).

sessi käigus. Mis puudutab käesolevat litsentsilepingut, siis võib tegemist olla näiteks ebakvaliteetsete materjalide kasutamisega. Seevastu on välistatud omadused, mis tulenevad üksnes kauba turustamistingimustest.

31. Luksus- või mainekauba puhul mõjutab siiski üldjuhul ka kauba maine kauba kvaliteeti direktiivi 89/104 artikli 8 lõike 2 tähenduses. Olenemata kauba muudest omadustest võib kaubamärgi maine kahjustamine viia selleni, et seda kaupa ei tunnustata enam endistviisi luksus- või mainekaubana. Seega võib selle kaubagrupi puhul kauba mainet kahjustav turustamisviis seada ühtlasi kahtluse alla kauba kvaliteedi.

32. Siiski ei saa kaubamärgi maine mis tahes kahjustamine seada kauba puhul, mida iseloomustab ka selle maine, ühtlasi kahtluse alla kauba kvaliteeti. Turustamisviisi, mida kauba müümisel kasutati, ei ole üldjuhul võimalik ilma pikemata tagantjärele tuvastada.[7] Seetõttu kahjustab turustamisviis, mida ei saa iga kaubaeksemplari puhul tuvastada, selle eksemplari kvaliteeti ainult juhul, kui turustamine kahjustab ühtviisi *kõikide* seda kaubamärki kandvate eksemplaride mainet.

33. Tundub olevat võimalik, et Diori kaubamärgi mainet kahjustataks oluliselt, kui selle kaubamärgiga tähistatud kaupa müüdaks suurtes kogustes paljudes odavkauplustes soodsa hinnaga, iseäranis seda kaupa vastavalt reklaamides. Tarbijatele võiks jääda mulje, et seda kaubamärki kandev kaup ei ole enam nii eksklusiivne nagu varem. Kui odavkauplustes müüakse seevastu sedalaadi kaupa vaid üksikesemetena, ei pruugiks see kauba mainele üldse mingit mõju avaldada.

34. Nagu pealegi näitavad direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 2 kohta järgnevalt esitatud kaalutlused, tagab üksnes kauba kvaliteedi mõiste lai tõlgendamine selle, et kaubamärgist tulenevad õigused, mida kaubamärgi omanik võib kasutada kolmandate isikute suhtes, ei ole laiemad kui õigused, mida kaubamärgi omanik võib kasutada litsentsiaadi suhtes. Direktiivi artikli 7 lõige 2 sätestab nimelt kaubamärgi omaniku õiguse olla vastu kauba turustamisele, kui see kahjustab oluliselt kaubamärgi mainet.[8]

35. Kas ja millisel määral kahjustab teatud turustamisviis, eriti vaidluse esemeks olev turustamine odavkauplustes, tegelikult kauba mainet ja ühtlasi selle kvaliteeti, on faktiküsimus. Seda peab hindama lahendama siseriiklik kohus, võttes arvesse konkreetse juhu kõiki asjaolusid.

7 – Teisiti on see nt kauba puhul, mis on eriliselt tähistatud, nt kirjastusele tagastatavate defektsete trükiste puhul.

8 – Vt käesoleva ettepaneku punkt 59 jj.

36. Käesolevas litsentsilepingus sätestatud tingimus, mis keelab kaubamärgiga tähistatud kauba müümise teatud edasimüüjatele, on asja tegeliku uurimise seisukohast üksnes piiratud tähtsusega. See keeld näitab peamiselt, et lepingu sõlmimisel pidasid litsentsilepingu pooled kauba turustamisviisi kaubamärgi maine seisukohast oluliseks. Selle hinnangu paikapidavust tuleb käesolevas asjas aga täiendavalt uurida.

37. Seega tuleb direktiivi 89/104 artikli 8 lõiget 2 tõlgendada nii, et kaubamärgi omanik võib tugineda sellest kaubamärgist tulenevatele õigustele litsentsiaadi vastu, kes rikub litsentsilepingu tingimust, mis keelab müümise odavkauplustele, kui selline müük kahjustab kauba mainet sellisel määral, et kahtluse alla satub kauba kvaliteet.

B. *Teine eelotsuse küsimus*

38. Teine küsimus puudutab kaubamärgist tulenevate õiguste võimalikku ammendumist. Cour de Cassation soovib teada, kas direktiivi 89/104 artikli 7 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et litsentsiaat, kes viib kaubamärgiga kaitstud kauba turule, rikkudes litsentsilepingu tingimust, mis keelab müümise odavkauplustele, tegutseb ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta.

39. Seoses sellega tuleb meenutada, et direktiivi 89/104 artikliga 5 antakse kaubamärgi omanikule ainuõigus, mille alusel ta võib muu hulgas keelata kõigil kolmandatel isikutel tema kaubamärgiga kauba importimise, selle pakkumise, turuleviimise või ladustamise nimetatud otstarbel. Artikli 7 lõikes 1 sisaldub erand sellest reeglist, mis näeb ette, et kaubamärgist tulenev õigus ammendub, kui kaup on turule viidud kaubamärgi omaniku poolt või omaniku loal. [9]

40. Dior märgib kõigepealt tabavalt, et litsentsilepingu sõlmimine, mille alusel SIL kaubamärki kasutab, ei tähenda veel kauba turuleviimist. Pigem määrab see leping, millisel määral saab SIL kaupa turule viia. Kaubamärgist tulenev õigus ammendub ainult kauba nende eksemplaride osas, mis on tegelikult turule viidud. Litsentsilepingu sõlmimise ajal ei olnud aga neid eksemplare veel olemas. Seega ei too litsentsileping iseenesest kaasa kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumist.

41. Käesolevas asjas võisid kaubamärgist tulenevad õigused ammenduda seetõttu, et SIL müüs kõnealuse kauba Copadile. Kauba-

9 – Vt 20. novembri 2001. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-414/99 kuni C-416/99: Zino Davidoff ja Levi Strauss (EKL 2001, lk I-8691, punkt 40); 8. aprilli 2003. aasta otsus kohtuasjas C-244/00: Van Doren + Q (EKL 2003, lk I-3051, punkt 33), ja eespool 3. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Peak Holding punkt 34.

märgi omanik Dior andis nimelt litsentsilepingus nõusoleku, et seda kaupa turustab SIL. [10]

42. Litsentsilepingus on aga müük odavkauplustele sõnaselgelt keelatud. Dior ja Prantsuse valitsus järeldavad sellest, et lepingus turustamiseks antud nõusolek ei hõlma müüki Copadile. Sellisel juhul oleks kaup turule viidud ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta ja kaubamärgist tulenevad õigused ei oleks veel ammendunud.

43. Selle järelduse poolt räägib kohtuotsus Zino Davidoff ja Levi Strauss. Selles on märgitud, et võttes arvesse seda, kui oluline on asjaolu, et nõusoleku tagajärjel lõpeb põhikohtuasjas kõne all olevate kaubamärkide omanike ainuõigus, mis võimaldab neil kontrollida esmast turuleviimist, siis peab nõusolek olema väljendatud viisil, millest nähtub kindlalt tahe sellest õigusest loobuda. Selline tahe ilmneb tavaliselt nõusoleku sõnaselgest andmisest. [11] Litsentsilepingut ei saa käsitada sõnaselge nõusolekuna, kuna see sätestab – vastupidi – tingimuse, mis keelab müügi odavkauplustele.

44. Ka kohtuotsus Peak Holding ei anna alust eeldada, et kaubamärgi omanik on andnud asjaomase nõusoleku. See kohtuotsus käsitles kokkuleppeid, mis puudutasid kaubamärki kandva kauba müüki kaubamärgiõiguse omaniku poolt. Sellised kokkulepped puudutavad vaid selle lepingu poolte vahelisi suhteid ega saa takistada kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumist, [12] mis kehtib igaühe suhtes. Käesolevas asjas ei ole seevastu tegemist müügilepingus sisalduva lisakokkuleppega, milles osaleb kaubamärgi omanik, vaid mõjuga, mida litsentsileping avaldab litsentsiaadi ja kolmandate isikute vahelistele tehingutele.

45. Käesolevas vaidluses esinev olukord erineb siiski siiani lahendatud kohtuasjadest, kuna litsentsileping avaldab võrreldes muude kokkulepetega kaubamärgist tulenevate õiguste ulatusele erilist mõju. Direktiivi 89/104 artikli 8 lõige 2 sätestab sõnaselgelt, kui ulatuslikud on need õigused litsentsiaadi suhtes. Kaubamärgiõigusest tulenevad takistused kaubamärgi kasutamisel ei või avaldada kolmandatele isikutele kaugemale ulatuvat mõju kui litsentsiaadile, kellele on tema õiguste lepingulised piirid teada. Ei esine ühtegi põhjust, miks peaksid kaubamärgist tulenevad õigused kehtima litsentsiaadi suhtes üksnes piiratult, samal ajal kui kolmandate isikute suhtes, kes ei ole litsentsilepingu pooled, kehtivad need täies ulatuses.

10 – 22. juuni 1994. aasta otsus kohtuasjas C-9/93: IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger (Ideal Standard) (EKL 1994, lk I-2789, punkt 34) nimetab kauba turuleviimist litsentsiaadi poolt kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumise ühe juhuna.

11 – Viidatud eespool 9. joonealuses märkuses, punktid 45 ja 46.

12 – Viidatud eespool 3. joonealuses märkuses, punkt 52 jj.

46. Kui direktiivi 89/104 artikli 8 lõige 2 määratleks kaubamärgist tulenevad õigused litsentsiaadi suhtes kitsamalt kui kolmandate isikute suhtes, sunniks see tegema just sellist järeldust. Kaubamärgist tulenevad õigused ei takistaks litsentsiaati kasutamast kaubamärki kaubandustegevuse käigus. Tema edasimüüjad, kellele ei ole litsentsilepingu sisu üldjuhul teada, oleksid seevastu ohus, et kaubamärgi omanik kasutab nende vastu sellest kaubamärgist tulenevaid õigusi, tehes neile nt takistusi kaubamärgiga tähistatud kauba edasimüügil.

47. See lubab järeldada, et kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumist takistavad ainult direktiivi 89/104 artikli 8 lõikes 2 loetletud litsentsilepingu rikkumise juhud. Kui litsentsiaat viiks kaubamärgiga tähistatud kauba turule kaubamärgist tulenevaid õigusi rikkumata, siis on – nagu toob esile eelkõige komisjon – tema edasimüüjatel õiguspärane ootus, et kaubamärgist tulenevad õigused on ammendunud.

48. Nagu komisjon ja Copad rõhutavad, on selle käsitusega kooskõlas asjaolu, et Euroopa Kohus tegi kohtuotsuses Peak Holding vahet kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumise ja edasimüüja poolt müügilepingus sisalduvate kohustuste rikkumise vahel. [13] Lepingud on siduvad ainult lepingu pooltele, samal ajal kui kaubamärgist tulenevad õigused ja nende ammendumine on siduvad *erga omnes.*

49. Midagi muud ei saa järeldada ka omaniku ainuõigusest kasutada kaubamärki seda kandva kauba esmakordsel turuleviimisel. [14] Litsentsilepingu sõlmimine nimelt võimaldab juba kaubamärgist tulenevate õiguste kasutamist. Sellest lepingust tulenevad õigused korvavad Diorile asjaolu, et SIL turustab tema kaubamärgiga tähistatud kaupa.

50. Kaubamärgist tulenevad õigused peavad tagama toodete kvaliteedi kontrollimise võimaluse ja mitte kontrolli tegeliku teostamise. Litsentsiaar saab litsentsiaati kontrollida, lisades lepingusse sätted, mis kohustavad litsentsiaati juhinduma litsentsiaari korraldustest ja annavad litsentsiaarile võimaluse tagada nende järgimine. Kui litsentsiaar lepib näiteks ebakvaliteetsete toodete valmistamisega, kuigi ta saaks seda kokkuleppe alusel takistada, on ta selle eest vastutav. [15] Väljaspool direktiivi 89/104 artikli 8 lõike 2 kohaldamisala põhinevad kontrollimeetmed siiski lepinguõiguse sätetel, mitte kaubamärgist tulenevatel õigustel.

13 – Viidatud eespool 3. joonealuses märkuses, punkt 54.

14 – 11. juuli 1996. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-427/93, C-429/93 ja C-436/93: Bristol-Myers Squibb jt (EKL 1996, lk I-3457, punktid 31, 40 ja 44), ja eespool 3. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Peak Holding punkt 35.

15 – Eespool 10. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse IHT Internationale Heiztechnik ja Danzinger punkt 37 jj.

51. Sama kehtib ebasoovitavate turustamisviiside kohta. Kui kaubamärgi omanik loobub kontrollist turustamise üle või jätab kasutama lepingust tulenevad kontrollivõimalused, ei ole tal alust kasutada kaubamärgist tulenevaid õigusi kolmandate isikute suhtes.

52. Seega tuleb direktiivi 89/104 artikli 7 lõiget 1 tõlgendada nii, et litsentsiaat, kes viib kaubamärgiga kaitstud kaubad turule, rikkudes litsentsilepingu tingimust, tegutseb ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta ainult juhul, kui litsentsiaat rikub kauba turustamisega ühtlasi kaubamärgist tulenevaid õigusi direktiivi artikli 8 lõike 2 tähenduses.

C. *Kolmas eelotsuse küsimus*

53. Lõpuks küsib Cour de Cassation, et juhul kui kaubamärgi omanik ei saa odavkauplustele müümise keeluga takistada kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumist, siis kas ta võib direktiivi 89/104 artikli 7 lõikele 2 tuginedes olla vastu kauba edasisele turustamisele.

54. Selle sätte kohaselt ei kohaldata direktiivi 89/104 artikli 7 lõikes 1 kehtestatud õiguste ammendumise põhimõtet, kui omanikul on õiguslik alus olla vastu kaubamärki kandva kauba edasisele turustamisele, eriti kui kauba olukord on pärast turuleviimist muutunud või kahjustada saanud. [16]

55. Eelkõige nimetatud juhtum, kui kauba olukord on muutunud või kahjustada saanud, puudutab juba seoses direktiivi 89/104 artikli 8 lõikega 2 mainitud asjaolu, et kaubamärgi omanik peab tagama kauba kvaliteedi. Kui kaubamärki kandva kauba olukord on pärast turuleviimist muutunud, muutub selle kvaliteedi tagamine küsitavaks. [17] Seega peab kaubamärgi omanikul olema õigus olla vastu oma kaubamärgi kasutamisele, kui kauba olukord on muutunud.

56. Kui kauba kvaliteet on odavkauplustele müümise tõttu kahjustada saanud, ei kerki siin esitatud käsituse kohaselt käesolevas olukorras siiski küsimust direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 2 kohaldamise kohta. Siis võiks kaubamärgi omanik tugineda kaubamärgist tulenevatele õigustele litsentsiaadi vastu ka edaspidi ja kaubamärgist tulenevad õigused ei oleks ammendunud.

16 – 4. novembri 1997. aasta otsus kohtuasjas C-337/95: Parfums Christian Dior (EKL 1997, lk I-6013, punkt 40).

17 – Euroopa Kohus uuris seda olukorda eelkõige seoses ravimite ümberpakendamisega, vt 26. aprilli 2007. aasta otsus kohtuasjas C-348/04: Boehringer Ingelheim jt (EKL 2007, lk I-3391 ja seal viidatud kohtupraktika).

57. Uurida tuleb siiski küsimust, kas asjaolu, et rikutakse litsentsilepingus sätestatud odavkauplustele müümise tingimust võib sõltumatult kauba kvaliteedi kahjustamisest tuua kaasa õigustatud huvi välistada kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine.

58. Mõiste „eriti" kasutamine direktiivi 89/104 artikli 7 lõikes 2 näitab, et juhtu, mil kaubamärki kandva kauba olukord on muutunud või kahjustada saanud, nimetatakse ainult näitena selle kohta, millised põhjused tulevad õiguslike alustena kõne alla. [18]

59. Euroopa Kohus on seoses sellega sedastanud, et kaubamärgi maine kahjustamine võib olla õiguslik alus direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 2 tähenduses, mis lubab kaubamärgi omanikul olla vastu kauba edasisele turustamisele, kui kaup on ühenduse turule viidud tema poolt või tema loaga. [19] Euroopa Kohus tegi sellest järelduse, et kaubamärgi omanikul on õigustatud huvi keelata selline luksus- või mainekauba reklaam, mis kahjustab kaubamärgi väärtust, vähendades asjaomase toote kui luksuskauba mainet ning toote luksuslikku olemust. [20]

60. Õiguslik alus direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 2 tähenduses on aga olemas üksnes siis, kui kaubamärgi maine oluline kahjustamine on konkreetsel juhul tõendatud. [21] Sellise olulise kahjustamise näitena nimetab Euroopa Kohus olukorda, kus edasimüüja ei tee takistusi sellele, et kaubamärki kujutatakse tema reklaamprospektis sellises keskkonnas, mis võib mainet, mille kaubamärgi omanik on oma kaubamärgile loonud, tõsiselt kahjustada. [22]

61. Kui edasimüüja turustamisviisi tõttu kaubamärgi mainet oluliselt kahjustab, võivad esineda – nagu märgib eelkõige Prantsuse valitsus – õiguslikud alused direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 2 tähenduses, mis lubavad omanikul sellele turustamisviisile vastu olla.

18 – Eespool 16. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Parfums Christian Dior punkt 42 ja seal viidatud kohtupraktika.

19 – Eespool 16. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Parfums Christian Dior punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika.

20 – Eespool 16. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Parfums Christian Dior punkt 45 ja seal viidatud kohtupraktika.

21 – Eespool 16. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Parfums Christian Dior punkt 46 ja seal viidatud kohtupraktika.

22 – Eespool 16. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Parfums Christian Dior punkt 47.

62. Osundatud kohtupraktikast ei nähtu seevastu, et ainuüksi asjaolu, et on rikutud litsentsilepingu tingimust, mis keelab müüa kaubamärki kandvat kaupa odavkauplustele, on õiguslik alus, mis lubab omanikul olla vastu kauba edasisele turustamisele. Komisjon rõhutab õigesti, et direktiivi 89/104 artikli 8 lõige 2 kaotaks oma kasuliku mõju, kui litsentsilepingu tingimuste mis tahes rikkumine litsentsiaadi poolt annaks kaubamärgi omanikule õiguse keelata kauba edasine turustamine.

63. Samuti ei too müük odavkauplustele tingimata kaasa maine- või luksuskaubamärgi maine olulist kahjustamist.

64. Ühest küljest ei saa välistada asjaolu, et odavkauplused ei müü tarbijatele kaupa ise, vaid annavad need edasimüüjatele, kes esitlevad kaupa sellises keskkonnas, mis ei kahjusta toodete luksuslikku olemust. Näiteks on mõeldav võimalus, et odavkauplus müüb kauba luksuspoodidele, kes ei saanud seda kaubamärki kandvaid kaupu varem turustada, kuna nad ei kuulu selle kaubamärgi turustusvõrku. Tõenäoliselt ei teeks tarbijad nende pakkumiste põhjal järeldust, et kaubamärki kandev kaup on senisest vähem eksklusiivne.

65. Teisest küljest tuleb ka kaubamärgi mainet siiski kahjustada võiva turustamisviisi puhul uurida, kas kahju on tegelikult tekkinud ja kui oluline see on. Samamoodi nagu uurides küsimust, kas kaubamärgi maine võimalik kahjustamine seab kahtluse alla ka kaubamärgiga tähistatud kauba kvaliteedi, [23] on ka selles osas määrava tähtsusega iga konkreetse juhu asjaolud. See eeldab, et siseriiklik kohus on kindlaks teinud faktilised asjaolud, [24] mida litsentsileping ei muuda üleliigseks.

66. Seega ei võimalda direktiivi 89/104 artikli 7 lõige 2 kaubamärgi omanikul olla vastu oma kaubamärki kandva kauba turustamisele odavkauplustes ainult seetõttu, et litsentsilepingu tingimus keelab kauba müügi odavkauplustele.

23 – Vt eespool punkt 32 jj.

24 – Vt 23. veebruari 1999. aasta otsus kohtuasjas C-63/97: BMW (EKL 1999, lk I-905, punktid 51 ja 55), ja eespool 17. joonealuses märkuses viidatud kohtuotsuse Boehringer Ingelheim jt punkt 46.

V. Ettepanek

67. Esitatud põhjendustest lähtudes teen Euroopa Kohtule ettepaneku vastata eelotsuse küsimustele järgmiselt:

1) Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 8 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanik võib tugineda sellest kaubamärgist tulenevatele õigustele litsentsiaadi vastu, kes rikub litsentsilepingu tingimust, mis keelab müümise odavkauplustele, kui selline müük kahjustab kauba mainet sellisel määral, et kahtluse alla satub kauba kvaliteet.

2) Direktiivi 89/104 artikli 7 lõiget 1 tõlgendada nii, et litsentsiaat, kes viib kaubamärgiga kaitstud kauba turule, rikkudes litsentsilepingu tingimust, tegutseb ilma kaubamärgi omaniku nõusolekuta ainult juhul, kui litsentsiaat rikub kauba turustamisega ühtlasi kaubamärgist tulenevaid õigusi direktiivi artikli 8 lõike 2 tähenduses.

3) Direktiivi 89/104 artikli 7 lõige 2 ei võimalda kaubamärgi omanikul olla vastu oma kaubamärki kandva kauba turustamisele odavkauplustes ainult seetõttu, et litsentsilepingu tingimus keelab kauba müügi odavkauplustele.