EUROOPA KOHTU OTSUS (neljas koda)

3. juuni 2010 *

Kohtuasjas C-127/09,

mille ese on EÜ artikli 234 alusel Oberlandesgericht Nürnbergi (Saksamaa) 31. märtsi 2009. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 6. aprillil 2009, menetluses

Coty Prestige Lancaster Group GmbH

versus

Simex Trading AG,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

EUROOPA KOHUS (neljas koda),

koosseisus: koja esimees J.-C. Bonichot, kohtunikud C. Toader, C. W. A. Timmermans (ettekandja), P. Kūris ja L. Bay Larsen,

kohtujurist: P. Cruz Villalón,
kohtusekretär: R. Grass,

arvestades kirjalikku menetlust,

arvestades kirjalikke märkusi, mille esitasid:

– Coty Prestige Lancaster Group GmbH, esindajad: *Rechtsanwalt* C. Lehment ja *Rechtsanwalt* U. Hildebrandt,

– Simex Trading AG, esindaja: *Rechtsanwalt* E. Stolz,

– Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato* M. Russo,

– Austria valitsus, esindaja: C. Pesendorfer,

– Euroopa Ühenduste Komisjon, esindaja: H. Krämer,

arvestades pärast kohtujuristi ärakuulamist tehtud otsust lahendada kohtuasi ilma kohtujuristi ettepanekuta,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlus käsitleb seda, kuidas tõlgendada nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994 L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/1, lk 146) artikli 13 lõiget 1 ning 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), mida on muudetud 2. mai 1992. aasta Euroopa Majanduspiirkonna lepinguga (EÜT 1994, L 1, lk 3; ELT eriväljaanne 11/52, lk 3), (edaspidi „direktiiv 89/104") artikli 7 lõiget 1.

2 Taotlus esitati kohtuvaidlustes, mille poolteks on Mainzis (Saksamaa) asuv äriühing Coty Prestige Lancaster Group GmbH (edaspidi „Coty Prestige") ja Appenzellis (Šveits) asuv äriühing Simex Trading AG (edaspidi „Simex Trading") ning mille ese on Coty Prestige'i hagi Simex Tradingu vastu, milles nõutakse rikkumise lõpetamist ja mis põhineb väitel, et viimane rikub Saksamaal parfümeeriatooteid turustades nende ühenduse või rahvusvaheliste kaubamärkidega seotud õigusi, mille omanik on Coty Prestige või millele viimasel on õigus.

Õiguslik raamistik

Liidu õigus

3 Määruse nr 40/94 artikkel 13 „Ühenduse kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine" näeb lõikes 1 ette:

„Ühenduse kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamist seoses kaupadega, mille kõnealuse kaubamärgi all on ühenduse turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on seal turule lastud tema loal."

4 Direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 esialgne versioon oli sõnastatud järgmiselt:

„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."

5 Vastavalt Euroopa Majanduspiirkonna lepingu artikli 65 lõikele 2 koostoimes selle lepingu XVII lisa punktiga 4 muudeti direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 esialgset versiooni kõnealuse lepingu tarvis, asendades sõna „ühenduse" sõnadega „lepinguosalise".

Siseriiklik õigus

6 25. oktoobri 1994. aasta Markengesetz'i (Saksa seadus kaubamärkide ja muude eristavate tähiste õiguskaitse kohta) (*BGBl.* 1994 I, lk 3082) artikli 24 lõige 1 sätestab:

„Kaubamärgi või ärinime omanikul ei ole õigust keelata kolmandatel isikutel kasutada kaubamärki või ärinime seoses kaupadega, mille on Saksamaal, muus Euroopa Liidu liikmesriigis või Euroopa Majanduspiirkonna lepingu osalisriigis kõnealuse kaubamärgi või ärinime all turule viinud selle omanik või mis on seal turule viidud tema nõusolekul."

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimus

7 Coty Prestige toodab ja turustab parfümeeriatooteid talle kuuluvate kaubamärkide nagu Lancaster ja Joop! ning kolmandatele isikutele kuuluvate kaubamärkide nagu Davidoff, Jil Sander, Calvin Klein, Lagerfeld, J.Lo/Jennifer Lopez, Jette Joop, Nikos, Chopard ja Vivienne Westwood all.

8 Coty Prestige turustab oma kaupu asjaomaste ühenduse ja siseriiklike registreeringute esemeks olevate kaubamärkide all üle terve maailma valikulise turustamissüsteemi kaudu, kusjuures turustajaid nimetatakse üldjuhul „heakskiidetud edasimüüjateks".

9 Coty Prestige'i ja iga sellise heakskiidetud edasimüüja vahel sõlmitud tüüplepingu artikkel 5 näeb ette:

„5. 1. [Coty Prestige] toetab heakskiidetud edasimüüja müügipürgimusi majanduslikult mõistlikus ulatuses mitmel viisil. Üksikasjades lepivad pooled kokku juhtumipõhiselt.

5. 2. [Coty Prestige] võib anda heakskiidetud edasimüüjale tasuta üle ka kaunistusja muid reklaammaterjale. Välja arvatud juhul, kui see materjal on mõeldud edasiandmiseks tarbijatele, on asjaomane materjal jätkuvalt [Coty Prestige'i] omand ning viimane võib igal ajal nõuda selle tagastamist.

5. 3. [Coty Prestige'i] üleantud reklaammaterjali tohib heakskiidetud edasimüüja kasutada üksnes reklaamotstarbel. [Lubatud edasimüüjal] on keelatud seda materjali, […] eelkõige näidiseid, proovipudeleid või miniatüüre müües kaubanduslikult kasutada."

10 Simex Trading, kes ei kuulu Coty Prestige'i heakskiidetud edasimüüjate võrgustikku, turustab muu seas parfümeeriatooteid.

11 Coty Prestige sai 26. septembril 2007 Ingolstadtis (Saksamaa) kauplusteketi Sparfümerie poes kontrollostusid sooritades enda valdusse kaks pudelit, millel oli kirjas „proovipudel" ning mis sisaldasid kaubamärki Davidoff Cool Water Man kandvat parfüümi.

12 Asjaomased proovipudelid on originaalpudelid, mis sisaldavad originaalparfüümi, kuid millel puudub originaalkork ning neile pudelitele on kantud märge „näidis". Proovipudeli pakend erineb originaalkauba omast selle poolest, et ühelt poolt koosneb see valgest papp-pakendist, millel on originaalpakendil värviliselt kujutatud tähised esitatud mustas kirjas. Teiselt poolt on proovipudeli pakendi esiküljel märge „näidis" ning pakendi teisel küljel on kirjas „müümine keelatud".

13 26. septembril 2007 hangitud proovipudelite seerianumbrid võimaldasid Coty Prestige'il teha kindlaks, et asjaomased eksemplarid anti 2006. aasta juulis üle teatavale Singapuris asuvale heakskiidetud edasimüüjale.

14 Kauplusketi Sparfümerie juhataja teatas seejärel Coty Prestige'ile, et ta sai need eksemplarid Simex Tradingult, mille müügiketi peamine müügikoht asub Nürnbergis, ning esitas selle väite toetuseks arved.

15 Selle ja ühe teise, algselt Lähis-Idas üleantud proovipudelite kontrollostu tulemuste kohta tehtud järelduste põhjal esitas Coty Prestige Saksa kohtule Simex Tradingu vastu hagi, milles nõutakse rikkumise lõpetamist, väites, et asjaomased proovipudelid viidi ühenduses või Euroopa Majanduspiirkonnas (EMP) esmakordselt turule kaubamärgiomaniku nõusolekuta.

16 Simex Trading palus jätta see hagi rahuldamata, väites, et seoses asjaomaste proovipudelitega on kaubamärgist tulenev õigus ammendunud, kuna need viidi EMP-s turule kaubamärgiomaniku nõusolekul.

17 Coty Prestige väitis vastu, et asjaomaseid kaupu ei ole tema initsiatiivil või tema nõusolekul turule viidud. Parfüümid, sh proovipudelid antakse üle üksnes heakskiidetud edasimüüjatele. Nendega sõlmitud lepingute kohaselt on Coty Prestige jätnud proovipudelite omandiõiguse aga endale. Pealegi on tegemist reklaammaterjaliga ning seega ei ole see mõeldud tarbijatele üleandmiseks, viimati nimetatu selgitab aga asjaolu, miks asjaomastele proovipudelitele on selgesti kantud müügikeelu märge.

18 Landgericht Nürnberg-Fürth (Nuremberg-Fürthi piirkonna üldkohus) jättis Coty Prestige'i hagi rahuldamata, leides, et kaubamärgist tulenev õigus on seoses asjaomaste proovipudelitega ammendunud, olgugi et neile on kantud müügikeelu märge.

19 Kuna Coty Prestige andis proovipudelid lubatud edasimüüjatele, andes loa tarvitada kogu nendes sisalduv parfüüm, läks asjaomaste kaupade tegelik käsutusõigus seega üle, mis tähendab, et kõnealused kaubad viidi direktiivi 89/104 artikli 7 ja määruse nr 40/94 artikli 13 tähenduses turule.

20 Asjaomase kohtu sõnul ei piira lepingulised piirangud õiguse ammendumise põhimõtet ega muuda selle kohaldamist võimatuks. See, kui lubatud edasimüüja on Coty Prestige'iga sõlmitud lepingut rikkunud, puudutab üksnes asjaomaste ettevõtjate lepingulisi suhteid. Omandireservatsioon ei ole aga asjakohane, kuna õiguse ammendumiseks piisab tegeliku käsutusõiguse üleminekust.

21 Oberlandesgericht Nürnberg (Nürnbergis asuv liidumaa kõrgeim üldkohus) leidis asja apellatsioonikorras läbi vaadates, et esimese kohtuastme väidete põhjendatus on vägagi küsitav.

22 Eelotsusetaotluse esitanud kohtu sõnul tuleneb Euroopa Kohtu praktikast ning eelkõige 30. novembri 2004. aasta otsusest C-16/03: Peak Holding (EKL 2004, lk I-11313), et direktiivi 89/104 artikli 7 lõikes 1 ja määruse nr 40/94 artikli 13 lõikes 1 esineva mõiste „turule laskma"/„turule viima" kesksed kriteeriumid on kauba käsutusõiguse üleminek ning selle majandusliku väärtuse realiseerumine.

23 Põhikohtuasja eripära on aga see, et lepingusätete alusel jäävad proovipudelid kaubamärgiomaniku omandisse ja üle läheb üksnes nende sisu käsutusõigus tarbimiseks, kuid mitte edasimüümiseks. Proovipudelite saajad teavad proovipudelitel ja nende pakenditel olevate märgete tõttu, et need ei ole mõeldud müügiks ning seetõttu on heauskne omandamine kolmandate isikute poolt välistatud.

24 Neil asjaoludel on heakskiidetud edasimüüjatel üksnes proovipudelite piiratud käsutusõigus. Peale selle ei ole võimalik, et kaubamärgiomanik on kauba majandusliku väärtuse realiseerinud, kuna selle müük ei ole ette nähtud.

25 Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib lisaks, et proovipudelite üleandmise tegelik mõte on reklaamimine. See tuleneb selgesti ka välispakendil ja pudelil näha olevatest märgetest. Neil asjaoludel, mille Coty Prestige on esitanud oma hagis, milles nõutakse rikkumise lõpetamist, seda eesmärki aga ei saavutata, kuna proovipudelid ei ole antud üle klientidele nende pudelite sisu proovimise eesmärgil, vaid need müüdi kolmandatele isikutele asjaomase heakskiidetud edasimüüjaga sõlmitud lepingut rikkudes.

26 Neil asjaoludel otsustas Oberlandesgericht Nürnberg menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmise eelotsuse küsimuse:

„Kas tegemist on kaupade turuleviimisega määruse nr 40/94 artikli 13 lõike 1 ja direktiivi 89/104 artikli 7 tähenduses, kui parfüümide proovipudelid antakse ilma omandiõiguse üleandmiseta ja müügikeeldu kehtestades üle lepingulistele edasimüüjatele, et viimased saaksid lubada oma potentsiaalsetel klientidel tarvitada kauba sisu proovimise eesmärgil, kusjuures kaup on varustatud märkega, et see ei ole ette nähtud müügiks, kusjuures tootja/kaubamärgi omanik võib lepingus sisalduva tingimuse kohaselt kaubad igal ajal tagasi võtta ning kaupade kujundus on tootja/kaubamärgi omaniku poolt tavapäraselt turule viidava kauba kujundusega võrreldes tunduvalt lihtsam?"

Eelotsuse küsimus

27 Väljakujunenud kohtupraktika kohaselt ühtlustatakse direktiivi 89/104 artiklitega 5–7 kaubamärgist tulenevaid õigusi käsitlevad normid täielikult ning need artiklid määratlevad õigused, mis kuuluvad ühenduses kaubamärgi omanikele (vt eelkõige 15. oktoobri 2009. aasta otsus kohtuasjas C-324/08: Makro Zelfbedieningsgroothandel jt, EKL 2009, lk I-10019, punkt 20 ja seal viidatud kohtupraktika).

28 Eelkõige antakse selle direktiivi artikliga 5 kaubamärgi omanikule ainuõigus, mille alusel ta võib keelata kõigil kolmandatel isikutel eelkõige kaubamärki kandva kauba importimise, selle pakkumise, turuleviimise või ladustamise nimetatud otstarbel. Sama direktiivi artikli 7 lõikes 1 on sellest reeglist ette nähtud erand, sätestades, et kaubamärgiomaniku õigus ammendub, kui kaup on EMP-s turule viidud kaubamärgi

omaniku poolt või tema nõusolekul (vt eelõige eespool viidatud kohtuotsus Makro Zelfbedieningsgroothandel jt, punkt 21 ja seal viidatud kohtupraktika).

29 Ainuõiguse lõppemine tuleneb asjaolust, et omanik on otseselt või kaudselt väljendades andnud nõusoleku kaup EMP-s turule viia, või sellest, et kui omanik ise või temaga majanduslikult seotud ettevõtja nagu näiteks litsentsisaaja seda kaupa EMP-s turustab. Omaniku nõusolek või kauba EMP turule viimine tema või temaga majanduslikult seotud ettevõtja poolt, mis on võrdsustatav ainuõigusest loobumisega, on seega mõlemad asjaomase õiguse ammendumist määravad asjaolud (vt selle kohta 8. aprilli 2003. aasta otsus kohtuasjas C-244/00: Van Doren + Q, EKL 2003, lk I-3051, punkt 34; 23. aprilli 2009. aasta otsus kohtuasjas C-59/08: Copad, EKL 2009, lk I-3421, punkt 43, ning eespool viidatud kohtuotsus Makro Zelfbedieningsgroothandel jt, punkt 24 ja seal viidatud kohtupraktika).

30 Selleks et oleks tagatud kaubamärgist tulenevate õiguste kaitse ja et kaubamärgiga tähistatud kaupa oleks võimalik hiljem turustada, ilma et kaubamärgiomanik saaks seda keelata, on seega vältimatu, et omanikul on võimalik selle kauba esmakordset turuleviimist EMP-s kontrollida, vaatamata asjaolule, et see kaup on väljaspool nimetatud piirkonda esmakordselt võib-olla juba turule viidud, sest viimati nimetatud turustamine ei too kaasa õiguste lõppemist direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 tähenduses (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Makro Zelfbedieningsgroothandel jt, punktid 31 ja 32 ning seal viidatud kohtupraktika).

31 Peale selle ammenduvad kaubamärgist tulenevad õigused üksnes nende kaubaeksemplaride suhtes, mis on omaniku või tema nõusolekul kolmanda isiku poolt EMP-s esmakordselt turule viidud. Omanik võib direktiivist 89/104 tuleneva ainuõiguse alusel aga keelata kaubamärgi kasutamise asjaomase kauba muude eksemplaride suhtes, mida ei ole esmakordselt EMP-s veel turule viidud (vt selle kohta 1. juuli 1999. aasta otsus kohtuasjas C-173/98: Sebago ja Maison Dubois, EKL 1999, lk I-4103, punktid 19 ja 20).

32 Põhikohtuasjas tõstatub küsimus, kas käesolevatel asjaoludel on omanik ise või kolmas isik omaniku nõusolekul viinud esmakordselt EMP turule asjaomase kauba, nimelt parfüümi proovipudelid, mida Coty Prestige valikulise turustamislepingu raames oma heakskiidetud edasimüüjatele üle annab.

33 Vastupidi eespool viidatud kohtuotsuse Peak Holding aluseks olnud kohtuasjale ei käsitle käesolev kohtuasi küsimust, kas asjaomaste kaubamärkidega tähistatud kaupa puudutavat teatavat toimingut võib juhul, kui selle on EMP-s läbi viinud asjaomase kaubamärgi omanik või temaga majanduslikult seotud ettevõtja, määratleda „turule viimisena" direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 tähenduses. Seetõttu ei ole nimetatud kohtuotsuses esitatud kaalutlused turuleviimise mõiste kohta käesolevas põhikohtuasjas käsitletavatel asjaoludel asjakohased.

34 Nagu eelotsusetaotlusest tuleneb, on käesolevas põhikohtuasjas sooritanud toimingu, mida tuleb määratleda sellise kauba esmakordse turuleviimisena EMP-s, mille suhtes kehtivate kaubamärgiõiguste ammendumisele tuginetakse, mitte kaubamärgiomanik või temaga majanduslikult seotud ettevõtja, vaid kolmas isik, kuna menetluspooled on üksmeelel, et asjaomaste põhikohtuasjas käsitletavate proovipudelite esmakordseks turustamiseks EMP-s tuleb pidada seda, kui Simex Trading müüs Saksamaal kaubandusketile Sparfümerie need proovipudelid, mille Simex Trading importis ja sai enda käsutusse Coty Prestige'i Singapuris asuvalt heakskiidetud edasimüüjalt.

35 Eespool punktides 30 ja 31 osutatud kohtupraktikat arvestades ei saa põhikohtuasjas käsitletava kauba eksemplaride tarnimist Singapuris asuvale heakskiidetud edasimüüjale ega sama kauba muude eksemplaride tarnimist EMP-s asuvatele muudele heakskiidetud edasimüüjatele käsitada sellise kauba turule viimisena direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 tähenduses, mille osas kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumisele põhikohtuasjas tuginetakse.

36 Käesoleva kohtuotsuse punktis 29 osutatud kohtupraktikat arvestades tuleneb sellest, et põhikohtuasjas käsitletavate asjaolude kontekstis saab kaubamärgiomaniku ainuõigus ammenduda üksnes siis, kui ta on andnud kas sõnaselge või kaudselt väljendatud nõusoleku asjaomase kauba kolmanda isiku poolt EMP-s turule viimiseks. Seetõttu peab määravaks asjaoluks, mis võib nimetatud kontekstis ainuõiguse lõppemise kaasa tuua, olema omaniku nõusolek, mis on võrdsustatav omaniku ainuõigusest loobumisega.

37 Selles osas tuleb meenutada, et isegi eeldusel, et asjaomase kauba viis EMP-s esmakordselt turule isik, kellel puudub igasugune majanduslik seos kaubamärgi omanikuga ning viimase sõnaselge nõusolek, võib tahe loobuda direktiivi 89/104 artiklis 5 ette nähtud ainuõigusest tuleneda selle kaubamärgiomaniku kaudsest nõusolekust (vt eespool viidatud kohtuotsus Makro Zelfbedieningsgroothandel jt, punkt 19 ja seal viidatud kohtupraktika).

38 Kohtupraktikast tuleneb, et kuigi selline tahe ilmneb tavaliselt nõusoleku sõnaselgest väljendamisest, ei saa välistada, et teatavatel juhtudel võib tahe kaudselt ilmneda teguritest ja asjaoludest, mis eelnevad väljaspool EMP-d või selle piirkonna sees turuleviimisele, on sellega samaaegsed või järgnevad sellele ning millest siseriikliku kohtu hinnangul nähtub kindlalt omaniku loobumine oma õigusest (20. novembri 2001. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-414/99–C-416/99, Zino Davidoff ja Levi Strauss, EKL 2001, lk I-8691, punkt 46).

39 Selles osas sedastas Euroopa Kohus eespool viidatud Zino Davidoff ja Levi Strauss kohtuotsuse punktis 60, et kaudne nõusolek ei saa ilmneda:

– sellest, et kaubamärgi omanik ei teavita kõiki väljaspool EMP-d turule viidud kauba järgmisi omandajaid oma vastuseisust turustamisele EMP-s;

– sellest, et kaubal puudub märge selle kohta, et selle turuleviimine EMP-s on keelatud;

– asjaolust, et kaubamärgi omanik andis kaubamärgiga tähistatud kauba omandi üle lepingulisi reservatsioone kehtestamata, ning et vastavalt lepingu suhtes kohaldatavale õigusele hõlmab üle antud omandiõigus selliste reservatsioonide puudumisel piiramatut edasimüügiõigust või vähemalt õigust turustada kaupa hiljem EMP-s.

40 Lisaks märkis Euroopa Kohus sama otsuse punktis 66, et kaubamärgiomaniku ainuõiguse ammendumise suhtes ei ole asjakohane, et:

– ettevõtja, kes impordib kaubamärgiga tähistatud kaupa, ei tea, et omanik on vastu nende turuleviimisele EMP-s või sellele, et neid turustab sellel turul mõni teine ettevõtja kui volitatud edasimüüja, või

– volitatud edasimüüjad ja hulgimüüjad ei kehtestanud ostjatele lepingulisi reservatsioone, mis kajastaksid sellist vastuseisu, kuigi kaubamärgi omanik oli neid sellest teavitanud.

41 Kuigi eelotsusetaotluse esitanud kohus on see, kellel tuleb käesoleva kohtuotsuse punktides 38–40 meenutatud asjaoludega seoses põhikohtuasjas hinnata, kas kaubamärgiomanik on andnud EMP-s turuleviimisele sõnaselge või kaudselt väljendatud nõusoleku, tuleb märkida, et käesoleva kohtuasja kontekstis ei näita teatavad tegurid ja asjaolud, mida tuleb omaniku antud kaudse nõusoleku olemasolu kindlakstegemiseks arvesse võtta, et viimane on direktiivi 89/104 artiklis 5 ette nähtud ainuõigusest kindlalt loobunud.

42 Käesoleva kohtuotsuse punktis 12 esitatud eelotsusetaotluse asjaolude kokkuvõttest tuleneb, et põhikohtuasjas käsitletav kaup on parfüümipudelid, mida pakutakse märgetega „näidis" ning „müümine keelatud" varustatud pakendis.

43 Teisena mainitud märge on põhjusel, et see annab selgesti edasi asjaomase kaubamärgi omaniku tahet asjaomast märget kandvaid kaupu EMP-st väljaspool ja selle piirkonna sees mitte müüa, iseenesest ning vastupidist tõendavate asjaolude puudumisel määrav asjaolu järeldamaks, et kaubamärgi omanik ei ole direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 tähenduses EMP-s turuleviimisele nõusolekut andnud.

44 Kui lisaks sellele tuleb eelkõige Simex Tradingu poolt põhikohtuasjas esitatud vastuhagi ulatust arvestades eelotsusetaotlust käsitada nii, et see hõlmab peale käesoleva kohtuotsuse punktis 34 kirjeldatud olukorra ka olukorda, kus Coty Prestige on algselt tarninud põhikohtuasjas käsitletavad proovipudelid teatavale EMP-s asuvale heakskiidetud edasimüüjale, tekib küsimus, kas sellist tarnet tuleb määratleda „turuleviimisena" direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 tähenduses.

45 Põhikohtuasja asjaolude kohaselt parfüümipudelitele paigutatud märge „müügikeeld" välistab sellise määratluse, kuna juba käesoleva kohtuotsuse punktis 43 märgitu kohaselt annab see selgesti edasi asjaomase kaubamärgi omaniku tahet, et sellega tähistatud kaupu ei tohi müüa EMP-st väljaspool ega selle piirkonna sees.

46 Arvestades asjaolu, et määruse nr 40/94 artikli 13 lõike 1 sõnastus on sisuliselt identne direktiivi 89/104 artikli 7 lõike 1 omaga peale selle territooriumi määratluse, kus turuleviimine toimub, mis aga ei oma põhikohtuasja asjaolude kontekstis tähtsust, ning seda, et puuduvad muud asjaomast konteksti puudutavad või nende sätete eesmärgiga seotud asjaolud, mis nõuavad asjaomaste sätete teistsugust tõlgendamist, on esitatud eelotsuse küsimusele vastamiseks käesolevas kohtuotsuses direktiivi 89/104 artikli 7 lõikele 1 antud tõlgendus kohaldatav ka määruse nr 40/94 artikli 13 lõikele 1.

47 Eeltoodut arvestades tuleb esitatud küsimusele vastata, et põhikohtuasjas esitatud tingimustel tuleb määruse nr 40/94 artikli 13 lõiget 1 ja direktiivi 89/104 artikli 7 lõiget 1 tõlgendada nii, et kaubamärgist tulenevad õigused ammenduvad üksnes siis, kui eelotsusetaotluse esitanud kohtu antava hinnangu kohaselt saab järeldada, et kaubamärgi omanik on andnud sõnaselge või kaudse nõusoleku selle kauba turuleviimisele ühenduses või EMP-s, mille osas kaubamärgiõiguste ammendumusele tuginetakse.

48 Põhikohtuasja asjaoludel, mille kohaselt kaubamärgi omanik annab „parfüümide proovipudelid" edasi temaga lepinguga seotud edasimüüjatele selleks, et viimased saaksid lubada oma klientidel tarvitada kaupade sisu proovimise eesmärgil, ilma omandiõiguse üleandmiseta ja müügikeeldu kehtestades, ning olukorras, kus kaubamärgi omanik võib kauba igal ajal tagasi võtta ning kus kauba kujundus erineb kaubamärgi omaniku poolt nendele edasimüüjatele üleantavate parfüümipudelitega võrreldes tunduvalt, välistab asjaolu, et asjaomased proovipudelid on parfüümipudelid, mis on varustatud märgetega „näidis" ja „müümine keelatud", vastupidiste tõendite puudumisel, mille hindamine on eelotsusetaotluse esitanud kohtu ülesanne, võimaluse, et kaubamärgi omanik on andnud kaudse nõusoleku nende turuleviimisele.

Kohtukulud

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

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (neljas koda) otsustab:

Põhikohtuasja asjaoludel tuleb nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta artikli 13 lõiget 1 ning nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 7 lõiget 1 tõlgendada nii, et kaubamärgist tulenevad õigused ammenduvad üksnes siis, kui eelotsusetaotluse esitanud kohtu antava hinnangu kohaselt saab järeldada, et kaubamärgi omanik on andnud sõnaselge või kaudse nõusoleku selle kauba turuleviimisele ühenduses või EMP-s, mille osas kaubamärgiõiguste ammendumusele tuginetakse. Põhikohtuasja asjaoludel, mille kohaselt kaubamärgi omanik annab „parfüümide proovipudelid" edasi temaga lepinguga seotud edasimüüjatele selleks, et viimased saaksid lubada oma klientidel tarvitada kaupade sisu proovimise eesmärgil, ilma omandiõiguse üleandmiseta ja müügikeeldu kehtestades, ning olukorras, kus kaubamärgi omanik võib kauba igal ajal tagasi võtta ning kus kauba kujundus erineb kaubamärgi omaniku poolt nendele edasimüüjatele üleantavate parfüümipudelitega võrreldes tunduvalt, välistab asjaolu, et asjaomased proovipudelid on parfüümipudelid, mis on varustatud märgetega „näidis" ja „müümine

keelatud”, vastupidiste tõendite puudumisel, mille hindamine on eelotsusetaotluse esitanud kohtu ülesanne, võimaluse, et kaubamärgi omanik on andnud kaudse nõusoleku nende turuleviimisele.

Allkirjad