TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2010. gada 3. jūnijā *

Lieta C-127/09

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši EKL 234. pantam, ko *Oberlandesgericht Nürnberg* (Vācija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2009. gada 31. martā un kas Tiesā reģistrēts 2009. gada 6. aprīlī, tiesvedībā

Coty Prestige Lancaster Group GmbH

pret

Simex Trading AG.

* Tiesvedības valoda — vācu.

TIESA (ceturtā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs Ž. K. Bonišo [*J.-C. Bonichot*], tiesneši K. Toadere [*C. Toader*], K. V. A. Timmermanss [*C. W. A. Timmermans*] (referents), P. Kūris [*P. Kūris*] un L. Bejs Larsens [*L. Bay Larsen*],

ģenerāladvokāts P. Kruss Viljalons [*P. Cruz Villalón*],
sekretārs R. Grass [*R. Grass*],

ņemot vērā rakstveida procesu,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— *Coty Prestige Lancaster Group GmbH* vārdā — K. Lehments [*C. Lehment*] un U. Hildebrands [*U. Hildebrandt*], *Rechtsanwälte*,

— *Simex Trading AG* vārdā — E. Stolcs [*E. Stolz*], *Rechtsanwalt*,

— Itālijas valdības vārdā — Dž. Palmjēri [*G. Palmieri*], pārstāve, kurai palīdz M. Russo [*M. Russo*], *avvocato dello Stato*,

— Austrijas valdības vārdā — K. Pezendorfere [*C. Pesendorfer*], pārstāve,

— Eiropas Kopienu Komisijas vārdā — H. Krēmers [*H. Krämer*], pārstāvis,

ņemot vērā pēc ģenerāladvokāta uzklausīšanas pieņemto lēmumu izskatīt lietu bez ģenerāladvokāta secinājumiem,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) 13. panta 1. punktu un Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus (OV 1989, L 40, 1. lpp.), kurā izdarīti grozījumi ar 1992. gada 2. maija Līgumu par Eiropas Ekonomikas zonu (OV 1994, L 1, 3. lpp.; turpmāk tekstā — "Direktīva 89/104"), 7. panta 1. punktu.

2 Šis lēmums iesniegts tiesvedībā starp sabiedrību *Coty Prestige Lancaster Group GmbH* (turpmāk tekstā — "*Coty Prestige*"), kas dibināta Maincā [*Mainz*] (Vācija), un sabiedrību *Simex Trading AG* (turpmāk tekstā — "*Simex Trading*"), kas dibināta Apenzēlā [*Appenzell*] (Šveice), kuras ietvaros *Coty Prestige* ir cēlusi prasību pret *Simex Trading* par [darbības] izbeigšanu, pamatojoties uz apgalvojumu, ka minētā sabiedrība, Vācijā izplatot parfimērijas preces, esot pārkāpusi tiesības, ko piešķir Kopienas un starptautisko preču zīmes, kuru īpašniece vai tiesību turētāja ir *Coty Prestige*.

Atbilstošās tiesību normas

Savienības tiesības

3 Regulas Nr. 40/94 13. panta ar nosaukumu "Kopienas preču zīmes piešķirto tiesību izmantošana" 1. punktā ir paredzēts:

"Kopienas preču zīme nedod tās īpašniekam tiesības to aizliegt izmantot saistībā ar precēm, ko īpašnieks pats ir laidis apgrozībā [tirgū] Kopienā vai kam ir piekritis."

4 Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta sākotnējā redakcijā bija paredzēts:

"Preču zīme nedod īpašniekam tiesības aizliegt tās lietošanu attiecībā uz precēm, ko laidis Kopienas tirgū, izmantojot šo preču zīmi, īpašnieks vai kas laistas Kopienas tirgū ar īpašnieka piekrišanu."

5 Saskaņā ar Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu 65. panta 2. punktu kopsakarā ar šī līguma XVII pielikuma 4. punktu Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta sākotnējā redakcija tika grozīta, ņemot vērā minēto līgumu, vārdu "Kopienas tirgū" aizstājot ar frāzi "līgumslēdzējas puses teritorijā".

Valsts tiesības

6 1994. gada 25. oktobra Likuma par preču zīmju un citu atšķirtspējīgu apzīmējumu aizsardzību (*Markengesetz*) (*BGBl.* 1994 I, 3082. lpp.) 24. panta 1. punktā ir noteikts:

"Preču zīmes vai komercapzīmējuma īpašniekam nav tiesību aizliegt trešām personām izmantot šo preču zīmi vai komercapzīmējumu attiecībā uz precēm, kuras laistas tirdzniecībā Vācijā vai citā Eiropas Savienības dalībvalstī vai citā Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu dalībvalstī, īpašniekam izmantojot šo preču zīmi vai ar tā atļauju."

Pamata lieta un prejudiciālais jautājums

7 *Coty Prestige* ražo un izplata parfimērijas preces ar savām preču zīmēm, tādām kā "Lancaster" un "Joop!", kā arī trešo personu preču zīmēm, tādām kā "Davidoff", "Jil Sander", "Calvin Klein", "Lagerfeld", "J.Lo/Jennifer Lopez", "Jette Joop", "Nikos", "Chopard" un "Vivienne Westwood".

8 Ar šīm preču zīmēm, kurām ir Kopienas un starptautiskā reģistrācija, *Coty Prestige* izplata savas preces visā pasaulē, izmantojot ekskluzīvu izplatīšanas tīklu, šos izplatītājus parasti sauc par "ekskluzīvajiem izplatītājiem".

9 Tipveida līguma, ko *Coty Prestige* noslēgusi ar katru no tās ekskluzīvajiem izplatītājiem, 5. pants ir formulēts šādi:

"5.1. Iespēju robežās, ciktāl tas ir ekonomiski pieņemami, [*Coty Prestige*] daudzveidīgi atbalstīs ekskluzīvā izplatītāja pārdošanas centienus. Noteikumi tiks atrunāti katrā atsevišķā gadījumā, pusēm vienojoties.

5.2. [*Coty Prestige*] var arī bez maksas nodot ekskluzīvā izplatītāja rīcībā dekorācijas un citus reklāmas materiālus. Ja vien tos nav paredzēts nodot patērētājam, šie materiāli ir [*Coty Prestige*] īpašums, kuru tā var pieprasīt jebkurā laikā.

5.3. Ekskluzīvajam izplatītājam ir jāizmanto [*Coty Prestige*] nodotie reklāmas materiāli vienīgi [tirdzniecības] veicināšanas nolūkā. Ekskluzīvais izplatītājs nedrīkst izmantot šo materiālu tirdzniecības nolūkā, [..] it īpaši pārdodot testerus, paraugus vai [preču] miniatūras."

10 *Simex Trading*, kura neietilpst *Coty Prestige* ekskluzīvo izplatītāju tīkla sastāvā, pārsvarā izplata parfimērijas preces.

11 2007. gada 26. septembrī *Coty Prestige* saņēma divus flakonus ar nosaukumu "paraugi", kuros bija preču zīmes "Davidoff Cool Water Man" smaržas no kontrolpirkuma, kas veikts *Sparfümerie* [veikalu] ķēdes veikalā Ingolštatē [*Ingolstadt*] (Vācija).

12 Attiecīgie paraugi ir oriģinālie flakoni, kuros arī iepildītas oriģinālas izcelsmes smaržas, tomēr šiem flakoniem nebija oriģinālas izcelsmes aizdares un uz tiem bija norāde "demonstrēšanai". Paraugu iepakojums atšķiras no oriģinālo preču iepakojuma, jo, pirmkārt, tā ir balta kastīte, uz kuras ir melnas krāsas norādes, kas uz oriģinālie-pakojuma parasti ir krāsainas. Otrkārt, norāde "demonstrēšanai" ir attēlota paraugu iepakojuma priekšpusē, un sānu pusē ir norāde "aizliegts pārdot".

13 2007. gada 26. septembrī saņemtie paraugu ražošanas numuri ļāva *Coty Prestige* konstatēt, ka attiecīgie paraugi 2006. gada jūlijā ir nosūtīti vienam no ekskluzīvajiem izplatītājiem, kas darbojas Singapūrā.

14 Pēc tam *Sparfümerie* veikalu ķēdes vadītājs informēja *Coty Prestige*, ka tas bija iegādājies minētos paraugus no *Simex Trading*, lai izmantotu tos šīs veikalu ķēdes centrālajā tirdzniecības vietā Nirnbergā [*Nuremberg*], pamatojot šo apgalvojumu ar iesniegtajiem rēķiniem.

15 Pamatojoties uz šī pirkuma rezultātā konstatēto un uz otru kontrolpirkumu, ar kuru tika iegādāts paraugs, kurš sākotnēji bija nosūtīts uz Tuvajiem Austrumiem, *Coty Prestige* Vācijas tiesās cēla prasību pret *Simex Trading* par [darbības] izbeigšanu, norādot, ka attiecīgie paraugi pirmoreiz ir laisti tirgū Kopienā un Eiropas Ekonomikas zonā (EEZ) bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas.

16 *Simex Trading* lūdza noraidīt šo prasību, apgalvojot, ka preču zīmes tiesības attiecībā uz konkrētajiem paraugiem ir izsmeltas, tāpēc ka tie tika laisti tirgū EEZ ar preču zīmes īpašnieka piekrišanu.

17 *Coty Prestige* iebilda, ka attiecīgo preču laišana tirgū nav notikusi pēc tās iniciatīvas vai ar tās piekrišanu. Smaržas, tostarp, paraugi, esot piegādātas tikai tās ekskluzīvajiem izplatītājiem. Līgumos, kas ar tiem noslēgti, *Coty Prestige* esot paturējusi īpašumtiesības uz paraugiem. Turklāt runa esot par reklāmas materiāliem, kuri paši par sevi nav paredzēti patērētājiem, tāpēc uz paraugiem ir skaidri norādīts, ka tos ir aizliegts pārdot.

18 *Landgericht Nürnberg-Fürth* (Nirnbergas-Firtas apgabaltiesa) *Coty Prestige* prasību noraidīja, uzskatot, ka attiecībā uz konkrētajiem paraugiem bija izsmeltas ar preču zīmi piešķirtās tiesības, lai gan uz šiem paraugiem ir norādīts, ka tos ir aizliegts pārdot.

19 Tā kā *Coty Prestige* nodeva ekskluzīvajiem izplatītājiem paraugus ar atļauju pilnībā izmantot tajos esošās smaržas, esot nodots šo preču faktiskais valdījums un attiecīgi minētās preces ir laistas tirgū Direktīvas 89/104 7. panta un Regulas Nr. 40/94 13. panta izpratnē.

20 Šī tiesa uzskata, ka tiesību izsmelšanas principu nevar neievērot vai padarīt nepiemērojamu ar līgumiskiem ierobežojumiem. Tas, ka ekskluzīvais izplatītājs pārkāpis ar *Coty Prestige* noslēgto līgumu, attiecoties tikai uz konkrēto sabiedrību līgumiskajām attiecībām. Turklāt atrunai par īpašumtiesību saglabāšanu nav nozīmes, jo [tiesību] izsmelšanai esot nepieciešama tikai faktiskā valdījuma nodošana.

21 Izskatot apelācijas sūdzību, *Oberlandgericht Nürnberg-Fürth* (Nirnbergas-Firtas Augstākā tiesa) uzskata, ka ir pamatotas šaubas par pirmās instances tiesas izvirzītā apgalvojuma pamatotību.

22 Iesniedzējtiesa uzskata, ka no Tiesas judikatūras, it īpaši no 2004. gada 30. novembra sprieduma lietā C-16/03 *Peak Holding* (Krājums I-11313. lpp.), izriet, ka galvenie kritēriji, kas ir pamatā jēdzienam "laišana tirgū" Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta un Regulas Nr. 40/94 13. panta 1. punkta nozīmē, ir preces faktiskā valdījuma nodošana un preces ekonomiskās vērtības realizēšana.

23 Pamata lietas īpatnība esot apstāklis, ka saskaņā ar līguma noteikumiem paraugi ir preču zīmes īpašnieka īpašums, to saturs esot nodots vienīgi izmantošanai, nevis pārdošanai. Uz paraugu un to iepakojuma esošo norāžu dēļ ieguvēji esot zinājuši, ka paraugi nav paredzēti pārdošanai, tādējādi esot jāizslēdz trešo personu labticīgas iegūšanas iespēja.

24 Šādos apstākļos ekskluzīvajam izplatītājam tātad esot vienīgi ierobežotas valdījuma tiesības uz paraugiem. Turklāt preču zīmes īpašnieks preces ekonomisko vērtību nevarētu arī realizēt, jo pārdošana nemaz nav paredzēta.

25 Iesniedzējtiesa turklāt norāda, ka patiesais paraugu nodošanas mērķis esot reklāma. Par to turklāt skaidri liecinot norādes uz ārējā iepakojuma un uz flakona. Tomēr apstākļos, ko *Coty Prestige* norāda savā prasībā par [darbības] izbeigšanu, šis mērķis netiktu sasniegts tādēļ, ka paraugi netika nodoti klientiem, lai tie varētu izmēģināt to saturu, bet tie tika pārdoti trešām personām, pārkāpjot ar attiecīgo ekskluzīvo izplatītāju noslēgto līgumu.

26 Šādos apstākļos *Oberlandesgericht Nürnberg* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādu prejudiciālu jautājumu:

"Vai laišanas tirgū jēdziens Regulas Nr. 40/94 13. panta 1. punkta un Direktīvas 89/104 7. panta izpratnē aptver smaržu paraugu nodošanu — nenododot īpašumtiesības un nosakot šo paraugu pārdošanas aizliegumu — līgumiskajiem starpniekiem, lai to potenciālie klienti varētu izmēģināt to saturu, ņemot vērā, ka uz tiem ir norāde par to, ka paraugi nav domāti pārdošanai, ka saskaņā ar līgumu ražotājs/preču zīmes īpašnieks jebkurā brīdī var atsaukt šo preci, un ka preces noformējums, būdams daudz vienkāršāks, skaidri atšķiras no tās preces noformējuma, kuru ražotājs/preču zīmes īpašnieks parasti laiž tirgū?"

Par prejudiciālo jautājumu

27 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru ar Direktīvas 89/104 5.–7. pantu tiek realizēta pilnīga tiesību aktu, kas attiecas uz preču zīmju piešķirtajām tiesībām, saskaņošana un attiecīgi tiek definētas preču zīmju īpašnieku tiesības Savienībā (skat. it īpaši 2009. gada 15. oktobra spriedumu lietā C-324/08 *Makro Zelfbedieningsgroothandel* u.c., Krājums, I-10019. lpp., 20. punkts un tajā minētā judikatūra).

28 It īpaši ar minētās direktīvas 5. pantu preču zīmes īpašniekam ir piešķirtas ekskluzīvas tiesības, kas tam ļauj aizliegt visām trešām personām tostarp importēt ar šo preču zīmi aptvertās preces, piedāvāt tās, laist tirgū vai veidot uzkrājumus šiem nolūkiem. Šīs pašas direktīvas 7. panta 1. punktā ir paredzēts izņēmums no šī noteikuma, kas noteic, ka preču zīmes īpašnieka tiesības ir izsmeltas, kad preču zīmes īpašnieks pats ir laidis preces EEZ tirgū vai tas noticis ar viņa piekrišanu (skat. it īpaši iepriekš

minēto spriedumu lietā *Makro Zelfbedieningsgroothandel* u.c., 21. punkts un tajā minētā judikatūra).

29 Ekskluzīvo tiesību izsmelšana izriet vai nu no [preču zīmes] īpašnieka tieši vai netieši izteiktas piekrišanas laist [preces] EEZ tirgū, vai no laišanas EEZ tirgū, ko veic pats īpašnieks vai ar preču zīmes īpašnieku ekonomiski saistīts saimnieciskās darbības subjekts, it īpaši licences ņēmējs. Īpašnieka piekrišana vai laišana EEZ tirgū, ko veic viņš vai ar viņu ekonomiski saistīts saimnieciskās darbības subjekts, kas pielīdzināma atteikumam no ekskluzīvajām tiesībām, tādējādi ir noteicošais šo tiesību izsmelšanas elements (šajā ziņā skat. 2003. gada 8. aprīļa spriedumu lietā C-244/00 *Van Doren + Q, Recueil*, I-3051, 34. punkts; 2009. gada 23. aprīļa spriedumu lietā C-59/08 *Copad,* Krājums, I-3421. lpp., 43. punkts, kā arī iepriekš minēto spriedumu lietā *Makro Zelfbedieningsgroothandel* u.c., 24. punkts un tajā minētā judikatūra).

30 Lai nodrošinātu ar preču zīmi piešķirto tiesību aizsardzību, kā arī lai turpmāk varētu pārdot preces ar preču zīmi un lai preču zīmes īpašnieks nevarētu pret to iebilst, ir būtiski, ka īpašnieks var kontrolēt šo preču pirmo laišanu EEZ tirgū neatkarīgi no tā, ka tās, iespējams, pirmo reizi jau tikušas laistas apgrozībā ārpus šī reģiona, šāda pārdošana nerada nekādas [tiesību] izbeigšanās sekas Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta nozīmē (skat. it īpaši iepriekš minēto spriedumu lietā *Makro Zelfbedieningsgroothandel* u.c., 31. un 32. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra).

31 Turklāt tiesības, ko piešķir preču zīme, tiek izsmeltas tikai attiecībā uz pirmajiem preces eksemplāriem, kurus pirmo reizi EEZ tirgū laidis pats īpašnieks vai tas noticis ar viņa piekrišanu. Savukārt īpašnieks vienmēr var aizliegt preču zīmes izmantošanu saskaņā ar ekskluzīvajām tiesībām, kas tam piešķirtas ar Direktīvu 89/104, attiecībā uz šīs pašas preces citiem eksemplāriem, kuri nav šādā veidā pirmo reizi laisti EEZ tirgū (šajā ziņā skat. 1999. gada 1. jūlija spriedumu lietā C-173/98 *Sebago* un *Maison Dubois*, *Recueil*, I-4103. lpp., 19. un 20. punkts).

32 Pamata lietā jautājums ir par to, vai izskatāmās lietas apstākļos attiecīgās preces, proti, smaržu paraugus, kurus *Coty Prestige* ekskluzīvas izplatīšanas līguma ietvaros piešķir saviem ekskluzīvajiem izplatītājiem, ir pirmo reizi laidis EEZ tirgū pats īpašnieks vai trešā persona, bet ar īpašnieka atļauju.

33 Pretēji iepriekš minētajam spriedumam lietā *Peak Holding* šī pamata lieta nav par to, vai atsevišķas darbības saistībā ar preču zīmi aptvertajām precēm, kad šīs preču zīmes īpašnieks vai ar to ekonomiski saistītā persona realizē šīs preces EEZ, var tikt kvalificētas kā "laišana tirgū" Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta izpratnē. Līdz ar to šajā spriedumā izdarītajiem secinājumiem par laišanas tirgū jēdzienu pašiem par sevi nav nozīmes šajā pamata lietā.

34 Šajā pamata lietā, kā arī tas izriet no lēmuma par prejudiciālo jautājumu uzdošanu, darbību, kas bija jākvalificē kā attiecīgo preču, attiecībā uz kurām tiek apgalvota preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšana, pirmā laišana EEZ tirgū, nav veicis preču zīmes īpašnieks vai ar to ekonomiski saistītā persona, bet trešā persona, jo ir skaidrs, ka pamata lietā apskatāmo paraugu pirmā izplatīšanas darbība EEZ bija paraugu pārdošana Vācijā, ko veicis *Simex Trading*, pārdodot *Sparfümerie* veikalu ķēdei *Simex Trading* importētos paraugus, kurus šī sabiedrība ieguvusi no *Coty Prestige* ekskluzīvā izplatītāja, kas darbojas Singapūrā.

35 Turklāt ievērojot iepriekš šī sprieduma 30. un 31. punktā minēto judikatūru, ne pamata lietā apskatāmo *Coty Prestige* preču eksemplāru sākotnējā piegāde savam ekskluzīvajam izplatītājam, kas darbojas Singapūrā, ne šīs pašas preces citu eksemplāru piegāde, ko *Coty Prestige* veica saviem ekskluzīvajiem izplatītājiem, kuri darbojas EEZ, nevar tikt uzskatīta par pamata lietā apskatāmo preču, attiecībā uz kurām tiek apgalvota preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšana, laišanu tirgū Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta izpratnē.

36 No tā, ņemot vērā šajā spriedumā iepriekš 29. punktā minēto judikatūru, izriet, ka tādā kontekstā, kāds ir pamata lietā, preču zīmes īpašnieka ekskluzīvo tiesību izsmelšana var īstenoties vienīgi ar tā iespējamo piekrišanu, kas izteikta tieši vai netieši, attiecīgo preču laišanai EEZ tirgū, ko veic trešās personas. Tādēļ šādā kontekstā noteicošais apstāklis, kas var izraisīt ekskluzīvo tiesību izsmelšanu, attiecas uz šādu piekrišanu, kas ir līdzvērtīga preču zīmes īpašnieka atteikumam no savām ekskluzīvajām tiesībām.

37 Šajā sakarā jāatgādina, ka, pat gadījumos, kad attiecīgās preces pirmo reizi EEZ tirgū ir laidis [saimnieciskās darbības] subjekts, kurš nekādi nav ekonomiski saistīts ar preču zīmes īpašnieku, un minētais īpašnieks nav tieši izteicis savu piekrišanu, vēlme atteikties no Direktīvas 89/104 5. pantā paredzētajām ekskluzīvajām tiesībām var izrietēt no minētā īpašnieka netieši izteiktas piekrišanas (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Makro Zelfbedieningsgroothandel* u.c., 19. punkts un tajā minētā judikatūra).

38 No judikatūras izriet, ka, lai gan šāda griba parasti izriet no tieši izteiktas piekrišanas, nevar izslēgt iespēju, ka atsevišķos gadījumos tā var arī netieši izrietēt no elementiem un apstākļiem, kuri radušies pirms laišanas tirgū ārpus EEZ, tās laikā vai pēc tam un kuri saskaņā ar valsts tiesas viedokli ir arī skaidri interpretējami kā īpašnieka atteikšanās no savām tiesībām (2001. gada 20. novembra spriedums apvienotajās lietās no C-414/99 līdz C-416/99 *Zino Davidoff* un *Levi Strauss*, *Recueil*, I-8691. lpp., 46. punkts).

39 Šajā sakarā iepriekš minētā sprieduma apvienotajās lietās *Zino Davidoff* un *Levi Strauss* 60. punktā Tiesa arī nosprieda, ka netieši izteikta piekrišana nevar izrietēt no tā, ka:

— preču zīmes īpašnieks nav informējis visus nākamos preču, kas laistas tirgū ārpus EEZ, pircējus par saviem iebildumiem pret izplatīšanu EEZ;

— uz precēm nav norādīts aizliegums laist tās tirgū EEZ;

— preču zīmes īpašnieks ir nodevis īpašuma tiesības uz ar preču zīmi aptvertajām precēm, nenosakot līgumiskos ierobežojumus un to, ka saskaņā ar līgumam piemērojamām tiesību normām, nodotās īpašuma tiesības, neesot šādiem ierobežojumiem ietver tiesības uz neierobežotu tālākpārdošanu vai vismaz tiesības izplatīt preces tālāk EEZ.

40 Turklāt tā paša sprieduma 66. punktā Tiesa ir nospriedusi, ka saistībā ar preču zīmes īpašnieka ekskluzīvo tiesību izlietošanu nav svarīgi, ka:

— saimnieciskās darbības subjekts, kurš ieved ar preču zīmi aptvertās preces, nezina, ka īpašnieks iebilst pret to laišanu tirgū EEZ vai to izplatīšanu šajā tirgū, ja to dara persona, kas nav pilnvarots mazumtirgotājs, vai

— pilnvarotie mazumtirgotāji un vairumtirgotāji nav noteikuši saviem pircējiem līgumiskos ierobežojumus, kaut arī preču zīmes īpašnieks viņus par to ir informējis.

41 Lai gan tā ir iesniedzējtiesa, kurai jāvērtē, vai, ievērojot iepriekš šī sprieduma 38.–40. punktā norādītos apstākļus, pamata lietā ir bijusi preču zīmes īpašnieka tieši vai netieši izteikta piekrišana laišanai EEZ tirgū, ir jākonstatē, ka tādā kontekstā kā šajā lietā atsevišķi elementi un apstākļi, kas jāņem vērā, lai noteiktu, vai bijusi īpašnieka netiešā piekrišana, neapstiprina tā neapstrīdamu atteikšanos no savām Direktīvas 89/104 5. pantā paredzētajām ekskluzīvajām tiesībām.

42 No iesniedzējtiesas lēmuma par prejudiciālā jautājuma uzdošanu izklāstītajiem apstākļiem, kas apkopoti šī sprieduma 12. punktā, izriet, ka pamata lietā aplūkojamās preces ir smaržu flakoni, kas iesaiņoti iepakojumā, uz kura ir ne vien uzraksts "demonstrēšanai", bet arī norāde "aizliegts pārdot".

43 Šāda norāde, ja tā skaidri atspoguļo attiecīgās preču zīmes īpašnieka gribu, lai ar šo preču zīmi aptvertās preces nekādā veidā netiktu pārdotas ne ārpus EEZ, ne šīs zonas iekšienē, un ja nav pierādījumu par pretējo, pati par sevi ir noteicošais apstāklis, kas neļauj secināt par īpašnieka piekrišanu laišanai EEZ tirgū Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta izpratnē.

44 Turklāt, it īpaši ņemot vērā iesniegtās pretprasības apjomu, kā to formulējusi *Simex Trading* pamata lietā, lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu jāsaprot tādējādi, ka tas aptver ne vien šī sprieduma 34. punktā aprakstīto hipotēzi, bet arī apstākļus saistībā ar pamata lietā aplūkojamo paraugu sākotnējo piegādi, ko *Coty Prestige* veica vienam no saviem ekskluzīvajiem izplatītājiem, kuri darbojas EEZ, kas rada jautājumu par to, vai šī piegāde ir jākvalificē kā "laišana tirgū" Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta izpratnē.

45 Tāda norāde kā "aizliegts pārdot", kas ir uz pamata lietā aplūkojamo smaržu flakonu iesaiņojuma, izslēdz šādu kvalifikāciju, jo, kā tas jau ir norādīts šī sprieduma 43. punktā, tā skaidri atspoguļo attiecīgās preču zīmes īpašnieka gribu, lai ar šo preču zīmi aptvertās preces nekādā veidā netiktu pārdotas ne ārpus EEZ, ne šīs zonas iekšienē.

46 Ievērojot apstākli, ka Regulas Nr. 40/94 13. panta 1. punkts ir būtībā identisks Direktīvas 89/104 7. panta 1. punktam, izņemot teritorijas definīciju, kurā ir jānotiek laišanai tirgū, kam tomēr nav nozīmes tādā kontekstā, kāds tas ir pamata lietā, un ja nepastāv citi kontekstuāli apstākļi vai apstākļi, kas saistīti ar nepieciešamību minētās normas interpretēt atšķirīgi, šajā spriedumā veiktā Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkta interpretācija, sniedzot atbildi uz prejudiciālo jautājumu, attiecas tāpat uz Regulas Nr. 40/94 13. panta 1. punktu.

47 Ņemot vērā iepriekš minēto, uz uzdoto jautājumu ir jāatbild, ka tādos apstākļos, kādi ir pamata lietā, Regulas Nr. 40/94 13. panta 1. punkts un Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšana īstenojas tikai tad, ja vērtējums, kas jāveic iesniedzējtiesai, ļauj secināt par īpašnieka skaidru vai netiešu piekrišanu preču, attiecībā uz kurām ir izvirzīta šī izsmelšana, laišanai tirgū attiecīgi Kopienā vai EEZ.

48 Tādos apstākļos kā pamata lietā, kuros "smaržu paraugi" starpniekiem, kuriem ir saistošs ar preču zīmes īpašnieku noslēgtais līgums, lai to klienti varētu izmēģināt saturu, ir nodoti bez īpašumtiesību nodošanas un ar aizliegumu pārdot, kur preču zīmes īpašnieks jebkurā brīdī var atsaukt šo preci, un tās noformējums skaidri atšķiras no tiem smaržu flakoniem, kurus preču zīmes īpašnieks parasti nodevis minētajiem starpniekiem, fakts, ka šie paraugi ir smaržu flakoni, uz kuriem ir norādes "demonstrēšanai" un "aizliegts pārdot", nepieļauj — ja nav nekādu pierādījumu par pretējo, kas ir jāvērtē iesniedzējtiesai, — netieši atzīt preču zīmes īpašnieka piekrišanu to laišanai tirgū.

Par tiesāšanās izdevumiem

49 Attiecībā uz lietas dalībniekiem šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Tiesāšanās izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto lietas dalībnieku tiesāšanās izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (ceturtā palāta) nospriež:

Tādos apstākļos, kādi ir pamata lietā, Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 13. panta 1. punkts un Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, kurā grozījumi ir izdarīti ar 1992. gada 2. maija Līgumu par Eiropas Ekonomikas zonu, 7. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšana īstenojas tikai tad, ja vērtējums, kas jāveic iesniedzējtiesai, ļauj secināt par īpašnieka skaidru vai netiešu piekrišanu preču, attiecībā uz kurām ir izvirzīta šī izsmelšana, laišanai tirgū, attiecīgi Eiropas Kopienā vai Eiropas Ekonomikas zonā.

Tādos apstākļos, kādi ir pamata lietā, kuros "smaržu paraugi" starpniekiem, kuriem ir saistošs ar preču zīmes īpašnieku noslēgtais līgums, lai to klienti varētu izmēģināt saturu, ir nodoti bez īpašumtiesību nodošanas un ar aizliegumu pārdot, kur preču zīmes īpašnieks jebkurā brīdī var atsaukt šo preci, un tās noformējums skaidri atšķiras no tiem smaržu flakoniem, kurus preču zīmes īpašnieks parasti nodevis minētajiem starpniekiem, fakts, ka šie paraugi ir smaržu flakoni,

uz kuriem ir norādes "demonstrēšanai" un "aizliegts pārdot", nepieļauj — ja nav nekādu pierādījumu par pretējo, kas jāvērtē iesniedzējtiesai, — netieši atzīt preču zīmes īpašnieka piekrišanu to laišanai tirgū.

[Paraksti]