DOMSTOLENS DOM
den 4 november 1997 *

I mål C-337/95,

angående en begäran enligt artikel 177 i EG-fördraget, från Hoge Raad der Nederlanden, att domstolen skall meddela ett förhandsavgörande i det vid den nationella domstolen anhängiga målet mellan

Parfums Christian Dior SA och Parfums Christian Dior BV

och

Evora BV,

angående tolkningen av artiklarna 30, 36 och 177 tredje stycket i EG-fördraget samt av artiklarna 5 och 7 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1),

meddelar

DOMSTOLEN

sammansatt av ordföranden G. C. Rodríguez Iglesias, avdelningsordförandena C. Gulmann (referent), H. Ragnemalm, R. Schintgen samt domarna G. F. Mancini, J. C. Moitinho de Almeida, P. J. G. Kapteyn, J. L. Murray, D. A. O. Edward, J.-P. Puissochet, G. Hirsch, P. Jann och L. Sevón,

* Rättegångsspråk: nederländska.

generaladvokat: F. G. Jacobs,
justitiesekreterare: biträdande justitiesekreteraren H. von Holstein,

med beaktande av de skriftliga yttranden som har inkommit från:

— Parfums Christian Dior SA och Parfums Christian Dior BV, genom advokaten C. Gielen, Amsterdam, och advokaten H. van der Woude, Bryssel,

— Evora BV, genom advokaterna D. W. F. Verkade och O. W. Brouwer, Amsterdam, och advokaten P. Wytinck, Bryssel,

— Frankrikes regering, genom C. de Salins, sous-directeur, utrikesministeriets rättsavdelning, och P. Martinet, secrétaire des affaires étrangères, samma avdelning, båda i egenskap av ombud,

— Italiens regering, genom professor U. Leanza, chef för utrikesministeriets avdelning för diplomatiska tvister, i egenskap av ombud, biträdd av O. Fiumara, avvocato dello Stato,

— Förenade kungarikets regering, genom L. Nicoll, Treasury Solicitor's Department, i egenskap av ombud, biträdd av M. Silverleaf, barrister

— Europeiska gemenskapernas kommission, genom B. J. Drijber, rättstjänsten, i egenskap av ombud,

med hänsyn till förhandlingsrapporten,

efter att muntliga yttranden har avgivits vid sammanträdet den 5 februari 1997 av: Parfums Christian Dior SA och Parfums Christian Dior BV, företrädda av C. Gielen och H. van der Woude, Evora BV, företrätt av O. W. Brouwer, advokaten L. de Gryse, Bryssel, och P. Wytinck, Frankrikes regering, företrädd av P. Martinet och kommissionen, företrädd av B. J. Drijber,

och efter att den 29 april 1997 ha hört generaladvokatens förslag till avgörande,

följande

Dom

1 Hoge Raad der Nederlanden har genom beslut av den 20 oktober 1995, vilket inkom till domstolen den 26 oktober samma år, med stöd av artikel 177 i EG-fördraget begärt förhandsavgörande av sex frågor angående tolkningen av artiklarna 30, 36 och 177 tredje stycket i EG-fördraget samt av artiklarna 5 och 7 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1, nedan kallat direktivet).

2 Frågorna har uppkommit i en tvist mellan å ena sidan Parfums Christian Dior SA, ett bolag bildat enligt fransk rätt med säte i Paris (nedan kallat franska Dior), och Parfums Christian Dior BV, ett bolag bildat enligt nederländsk rätt med säte i Rotterdam (nedan kallat nederländska Dior), och å andra sidan Evora BV, ett bolag bildat enligt nederländsk rätt med säte i Renswoude (nedan kallat Evora), angående den reklam som Evora gör för de av Diors produkter som bolaget säljer.

3 Franska Dior utvecklar och producerar parfymer och andra kosmetiska produkter som säljs till relativt höga priser och som anses tillhöra marknaden för kosmetiska lyxprodukter. För försäljningen av produkterna utanför Frankrike har franska

Dior utsett ensamagenter, bland annat nederländska Dior. På samma sätt som franska Diors övriga ensamagenter i Europa, använder nederländska Dior ett selektivt distributionssystem för att distribuera Diors produkter i Nederländerna. Detta innebär att Diors produkter endast får säljas av utvalda återförsäljare, vilka har förbundit sig att bara sälja till slutkonsumenter och andra utvalda återförsäljare.

4 I Beneluxländerna har franska Dior ensamrätt till figurmärkena för Eau Sauvage, Poison, Fahrenheit och Dune. Ensamrätten avser bland annat parfymerna. Dessa märken består i avbildningar av de förpackningar i vilka flaskorna med de uppräknade parfymsorterna säljs. Dessutom har franska Dior upphovsrätt till såväl dessa förpackningar och flaskor som till förpackningar och flaskor för de produkter som marknadsförs under namnet Svelte.

5 Evora driver en stor butikskedja med drugstores i dotterbolaget Kruidvats namn. Kruidvat-butikerna har inte utsetts till återförsäljare av Diors produkter, men säljer Diorprodukter som Evora har erhållit genom parallellimport. Lagenligheten i återförsäljningen av dessa produkter har inte ifrågasatts i målet vid den nationella domstolen.

6 I en säljkampanj inför julen år 1993 saluförde Kruidvat Diors produkter Eau Sauvage, Poison, Fahrenheit, Dune och Svelte. Bilder på vissa av dessa produkters förpackningar och flaskor återfanns i Kruidvats reklamblad. Enligt den nationella domstolens beslut avsåg dessa bilder klart och tydligt enbart de produkter som saluförde, och reklamen hade gjorts på ett sätt som var vedertaget bland återförsäljare i sektorn.

7 Då franska Dior och nederländska Dior (nedan kallade Dior) ansåg att denna reklam inte motsvarade den bild av lyx och prestige som var knuten till varumärket, stämde Dior Evora vid Rechtbank te Haarlem och yrkade på interimistiska

åtgärder på grund av att Evora hade gjort intrång i Diors varumärken. Dior yrkade att Evora skulle förpliktas att upphöra med och fortsättningsvis avhålla sig från att utnyttja Diors figurmärken och från att sprida eller återge Diors produkter i kataloger, broschyrer, reklam eller på annat sätt. Dior gjorde gällande att Evora hade använt varumärkena i strid med bestämmelserna i den då gällande versionen av den enhetliga Beneluxlagen om varumärken och det på ett sätt som kunde skada den bild av lyx och prestige som var knuten till varumärkena. Dior gjorde också gällande att Evora genom sin reklam hade gjort intrång i dess upphovsrätt.

8 Ordföranden för Rechtbank biföll Diors yrkande på så sätt att Evora förelades att omedelbart upphöra med att utnyttja Diors figurmärken och från att sprida eller återge de ifrågavarande Diorprodukterna i kataloger, broschyrer, reklam eller på varje annat sätt som inte överensstämde med hur Dior brukade göra reklam. Evora överklagade ordförandens beslut till Gerechtshof te Amsterdam.

9 Gerechtshof upphävde det överklagade beslutet och avslog begäran om åtgärder. Den förkastade argumentet att Dior med stöd av artikel 7.2 i direktivet skulle kunna motsätta sig fortsatt marknadsföring av produkterna. Enligt artikel 7.2 kan innehavaren av ett varumärke motsätta sig att varumärket används för produkter som innehavaren har fört ut på marknaden inom gemenskapen under detta varumärke, när det finns skälig grund för detta, särskilt när varornas beskaffenhet har förändrats eller försämrats efter att de har förts ut på marknaden. Gerechtshof ansåg att denna bestämmelse enbart avsåg de fall då varumärkets anseende skadas på grund av en förändring av den ifrågavarande märkesskyddade varans fysiska beskaffenhet.

10 Dior framställde ett kassationsöverklagande av detta beslut till Hoge Raad. Dior gjorde framför allt gällande att "varornas beskaffenhet" i den mening som avses i artikel 7.2 i direktivet även inbegrep produktens "abstrakta beskaffenhet", det vill säga dragningskraften, den prestigefyllda framtoningen och den aura av lyx som omgav produkten och som var resultatet av hur innehavaren av varumärket hade valt att presentera och marknadsföra varorna med användning av sin varumärkesrätt.

11 Evora har uppgivit att bolagets reklam — som sker på ett sätt som är vedertaget bland detaljhandlare i denna sektor — inte gör intrång i Diors ensamrätt och att både bestämmelserna i direktivet och i artiklarna 30 och 36 i fördraget hindrar att Dior åberopar sin varumärkesrätt och sin upphovsrätt för att förbjuda Evora att göra reklam för de av Diors produkter som bolaget marknadsför.

12 Under dessa omständigheter ansåg Hoge Raad att det var lämpligt att hänskjuta frågor rörande tolkningen av den enhetliga Beneluxlagen om varumärken till Beneluxländernas domstol (nedan kallad Beneluxdomstolen) för ett förhandsavgörande och att hänskjuta frågor rörande gemenskapsrätten till Europeiska gemenskapernas domstol för ett förhandsavgörande. I samband med detta har Hoge Raad frågat om det i detta fall är Beneluxdomstolen eller den själv som är den nationella domstol mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning, och som därför enligt artikel 177 tredje stycket i fördraget skall föra frågan vidare till EG-domstolen.

13 Hoge Raad har vidare konstaterat att även om Beneluxstaterna vid tidpunkten för begäran om förhandsavgörande ännu inte hade anpassat sin lagstiftning till direktivet, trots att tidsfristen för att göra detta hade löpt ut, saknar tolkningen av direktivet inte relevans. Enligt EG-domstolens rättspraxis förhåller det sig nämligen så att, när en enskild person åberopar ett direktiv som inte har införlivats i den nationella rättsordningen inom föreskriven tid, de nationella reglerna i så stor utsträckning som möjligt skall tolkas mot bakgrund av innehållet i och ändamålet med direktivet (se i synnerhet dom av den 14 juli 1994 i mål C-91/92, Faccini Dori, Rec. 1994, s. I-3325). Om det inte är möjligt att tolka de nationella reglerna i enlighet med direktivet, uppkommer det en fråga om tolkningen av artiklarna 30 och 36 i fördraget.

14 Hoge Raad har således vilandeförklarat målet och hänskjutit följande frågor till EG-domstolen:

"1) När det i ett varumärkesrättsligt förfarande, som äger rum i ett Beneluxland och som avser tolkningen av den enhetliga Beneluxlagen om varumärken,

uppkommer en fråga om tolkningen av rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar, skall då den högsta nationella domstolen eller Beneluxdomstolen anses som den domstol i medlemsstaten mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning och som därför enligt artikel 177 tredje stycket i EG-fördraget skall föra frågan vidare till domstolen?

2) Är det, när det är fråga om återförsäljning av varor som under ett varumärke har förts ut på den gemensamma marknaden av innehavaren av detta varumärke eller med hans samtycke, förenligt med systemet i det ovannämnda direktivet, och i synnerhet med artiklarna 5, 6 och 7, att anta att återförsäljaren också har rätt att använda detta varumärke för fortsatt marknadsföring?

3) Om den andra frågan besvaras jakande, finns det undantag från denna regel?

4) Om den tredje frågan besvaras jakande, är ett undantag möjligt då varumärkets reklamfunktion äventyras genom att återförsäljaren, på grund av det sätt på vilket denne använder varumärket i nämnda reklam, skadar den bild av lyx och prestige som är knuten till varumärket?

5) Föreligger 'skälig grund' i enlighet med artikel 7.2 i direktivet när det sätt på vilket återförsäljaren gör reklam för varorna ändrar eller försämrar varornas 'abstrakta beskaffenhet' — det vill säga den dragningskraft, prestigefyllda framtoning och aura av lyx som är resultatet av hur varumärkesinnehavaren har valt att presentera och göra reklam för varorna med användning av sin varumärkesrätt?

6) Strider det mot artiklarna 30 och 36 i EG-fördraget om innehavaren av ett (figur)varumärke eller av upphovsrätten till flaskor och förpackningar som

används för hans varor, under åberopande av sin varumärkesrätt eller upphovsrätt, hindrar en återförsäljare som har rätt till fortsatt marknadsföring av varorna från att göra reklam för varorna på ett sätt som är vedertaget bland detaljhandlarna i den ifrågavarande sektorn? Förhåller det sig så även när återförsäljaren, till följd av hur han använder varumärket i sitt reklammaterial, skadar den bild av lyx och prestige som är knuten till varumärket eller då spridningen eller återgivningen sker under sådana omständigheter att innehavaren av upphovsrätten kan åsamkas skada?"

Den första frågan

15 Av begäran om förhandsavgörande framgår

— att Beneluxdomstolen inrättades genom ett fördrag mellan Konungariket Belgien, Storhertigdömet Luxemburg och Konungariket Nederländerna, som undertecknades i Bryssel den 31 mars 1965, och att den består av domare från de högsta domstolarna i dessa tre stater, samt

— att i enlighet med bestämmelserna i artikel 6.3 i detta fördrag och artikel 10 i Beneluxkonventionen om varumärken, som de tre Beneluxstaterna slöt den 19 mars 1962, skall Hoge Raad hänskjuta frågor rörande tolkningen av den enhetliga Beneluxlagen om varumärken, som bifogades konventionen, till Beneluxdomstolen.

16 Artikel 6 i fördraget om inrättandet av Beneluxdomstolen har följande lydelse:

"1. I de fall som särskilt anges nedan skall Beneluxdomstolen vara behörig att avgöra sådana frågor, om tolkningen av rättsregler som har utfärdats med stöd av artikel 1, som uppkommer i tvister vid domstolar som är belägna inom något av de tre ländernas territorier i Europa ...

2. När det förefaller som om ett avgörande i ett mål vid en nationell domstol fordrar en tolkning av en rättsregel som har utfärdats med stöd av artikel 1, får den domstolen, om den anser att ett beslut i frågan är nödvändigt för att döma i saken, ex officio vilandeförklara målet innan den slutligt avgör det för att Beneluxdomstolen skall kunna uttala sig i tolkningsfrågan.

3. Under de angivna villkoren i det föregående stycket skall en nationell domstol mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning föra frågan vidare till Beneluxdomstolen... ."

17 I artikel 7.2 i samma fördrag anges följande:

"De nationella domstolar som därefter skall döma i saken är bundna av Beneluxdomstolens tolkning."

18 Med hänsyn till detta rättssystem vill den nationella domstolen med sin första fråga veta om, då det i ett förfarande som äger rum i ett Beneluxland och som avser tolkningen av den enhetliga Beneluxlagen om varumärken uppkommer en fråga om tolkningen av direktivet, det är den högsta nationella domstolen eller Beneluxdomstolen som är den domstol i medlemsstaten mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning och som därför enligt artikel 177 tredje stycket i EG-fördraget skall föra frågan vidare till domstolen.

19 För att besvara denna fråga skall det till att börja med prövas om en sådan domstol som Beneluxdomstolen har rätt att hänskjuta tolkningsfrågor till domstolen och om den i förekommande fall är skyldig att göra det.

20 Det förefaller som om den nationella domstolen i sin fråga med rätta har förutsatt att en sådan domstol som Beneluxdomstolen kan hänskjuta tolkningsfrågor till EG-domstolen.

21 Det finns nämligen inget giltigt skäl för att en sådan domstol, som är gemensam för flera medlemsstater, inte, i likhet med domstolarna i de enskilda medlemsstaterna, skulle kunna hänskjuta tolkningsfrågor till EG-domstolen.

22 I detta avseende skall det beaktas att Beneluxdomstolens uppgift är att säkerställa en enhetlig tillämpning av de tre Beneluxstaternas gemensamma rättsregler och att förfarandet vid den är ett led i förfarandet vid de nationella domstolarna som skall ge den slutgiltiga tolkningen av Beneluxländernas gemensamma rättsregler.

23 Det överensstämmer således med syftet med artikel 177 i fördraget, som är att säkerställa en enhetlig tolkning av gemenskapsrätten, att tillåta en sådan domstol som Beneluxdomstolen att utnyttja förfarandet i den bestämmelsen, när den vid fullgörandet av sina uppgifter måste tolka gemenskapsregler.

24 Vad därefter gäller frågan huruvida en sådan domstol som Beneluxdomstolen är tvungen att föra frågan vidare till EG-domstolen, skall det erinras om att, när en tolkningsfråga uppkommer i ett mål vid en nationell domstol, mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning, den nationella domstolen skall föra frågan vidare till EG-domstolen.

25 Enligt domstolens rättspraxis är denna skyldighet att föra en fråga vidare till domstolen ett led i samarbetet mellan de nationella domstolarna, som skall tillämpa gemenskapsrätten, och EG-domstolen för att säkerställa att gemenskapsrätten tillämpas korrekt och tolkas enhetligt i alla medlemsstater (se i synnerhet dom av den 6 oktober 1982 i mål 283/81, Lanificio di Gavardo, Rec. 1982, s. 3415, punkt 7). Det följer även av rättspraxis att artikel 177 tredje stycket särskilt har till ändamål att förhindra att det i någon medlemsstat uppstår en inhemsk rättspraxis som inte står i överensstämmelse med gemenskapsrättsreglerna (se i synnerhet dom av den 24 maj 1977 i mål 107/76, Hoffmann-La Roche, Rec. 1977, s. 957, punkt 5, och dom av den 27 oktober 1982 i de förenade målen 35/82 och 36/82, Morson och Jhanjan, Rec. 1982, s. 3723, punkt 8).

26 I detta avseende förefaller det som om, då det inte finns något rättsmedel mot ett avgörande från en sådan domstol som Beneluxdomstolen, som slutgiltigt avgör frågor om tolkningen av den enhetliga Beneluxrätten, denna domstol kan vara tvungen att vända sig till EG-domstolen på sätt som avses i artikel 177 tredje stycket, när en fråga om tolkningen av direktivet uppkommer vid den.

27 Vad beträffar frågan huruvida Hoge Raad kan vara tvungen att hänskjuta tolkningsfrågor till EG-domstolen, är det ostridigt att en sådan högsta nationella domstol, mot vars avgöranden det inte heller finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning, inte kan döma i saken utan att först ha vänt sig till EG-domstolen med stöd av artikel 177 tredje stycket i fördraget, när en fråga om tolkningen av gemenskapsrätten har uppkommit vid den.

28 Detta behöver dock inte betyda att båda domstolarna, i en sådan situation som den som Hoge Raad avser, faktiskt är tvungna att vända sig till EG-domstolen.

29 Enligt fast rättspraxis från domstolen är det så att även om artikel 177 sista stycket utan någon inskränkning tvingar nationella domstolar mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning att till EG-domstolen överlämna varje tolkningsfråga som uppkommit vid dessa domstolar, kan grunden för denna skyldighet bortfalla genom verkan av den tolkning som EG-domstolen gjort med stöd av artikel 177 och skyldigheten på så sätt förlora sitt innehåll. Så är särskilt fallet när den fråga som uppkommit är praktiskt taget likalydande med en fråga som redan har varit föremål för ett förhandsavgörande i ett liknande fall (se i synnerhet ovannämnda dom i målet Cilfit och Lanificio di Gavardo, punkt 13, och dom av den 27 mars 1963 i de förenade målen 28/62, 29/62 och 30/62, Da Costa m. fl., Rec. 1963, s. 59). Detta gäller i än högre grad när den fråga som har uppkommit är praktiskt taget likalydande med en fråga som redan har varit föremål för ett förhandsavgörande i samma nationella mål.

30 Detta betyder att, om en sådan domstol som Hoge Raad har utnyttjat sin rätt att hänskjuta den uppkomna frågan till EG-domstolen innan den vänder sig till Beneluxdomstolen, verkan av EG-domstolens tolkning kan befria en sådan domstol som Beneluxdomstolen från skyldigheten att ställa en praktiskt taget likalydande fråga innan den dömer i saken. Omvänt gäller att, när en sådan domstol som Hoge Raad inte först har vänt sig till EG-domstolen, en sådan domstol som Beneluxdomstolen är tvungen att hänskjuta den uppkomna frågan till EG-domstolen, vars avgörande således kan befria Hoge Raad från skyldigheten att ställa en praktiskt taget likalydande fråga innan den dömer i saken.

31 Den första frågan skall således besvaras på så sätt att då det i ett förfarande, som äger rum i ett Beneluxland och som avser tolkningen av den enhetliga Beneluxlagen om varumärken, uppkommer en fråga om tolkningen av direktivet, skall en domstol mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning, såsom är fallet med såväl Beneluxdomstolen som Hoge Raad, föra frågan vidare till EG-domstolen med stöd av artikel 177 tredje stycket i fördraget. Grunden för denna skyldighet har dock bortfallit och skyldigheten på så sätt förlorat sitt innehåll, när den fråga som uppkommit är praktiskt taget likalydande med en fråga som redan har varit föremål för ett förhandsavgörande i samma nationella mål.

Den andra frågan

32 Med sin andra fråga vill den nationella domstolen i huvudsak veta om artikel 5—7 i direktivet skall tolkas så att, när märkesskyddade varor har förts ut på den gemensamma marknaden av innehavaren av detta varumärke eller med hans samtycke, en återförsäljare, utöver rätten att återförsälja dessa produkter, också har rätt att använda detta varumärke för fortsatt marknadsföring av produkterna.

33 För att besvara denna fråga skall det till att börja med erinras om de relevanta bestämmelserna i direktivets artiklar som den nationella domstolen har hänvisat till.

34 Enligt artikel 5 i direktivet, som anger vilka rättigheter som är knutna till ett varumärke, har innehavaren rätt att förhindra tredje man, som inte har hans tillstånd, att använda hans varumärke i näringsverksamhet (punkt 1) och i reklam (punkt 3 d).

35 I artikel 7.1 i direktivet, som rör konsumtion av de rättigheter som är knutna till ett varumärke, anges att denna rätt inte ger innehavaren rätt att förbjuda användningen av varumärket för varor som av innehavaren eller med hans samtycke har förts ut på marknaden inom gemenskapen under detta varumärke.

36 Vidare kan det konstateras att, om den rätt som innehavaren av ett varumärke i enlighet med artikel 5 i direktivet har att förhindra att hans varumärke används för produkter har konsumerats, när dessa har förts ut på marknaden av innehavaren eller med hans samtycke, detta även gäller för rätten att använda varumärket för fortsatt marknadsföring av produkterna.

37 Enligt domstolens rättspraxis måste nämligen artikel 7 i direktivet tolkas mot bakgrund av fördragets bestämmelser om den fria rörligheten för varor och särskilt artikel 36 (se dom av den 11 juli 1996, i de förenade målen C-427/93, C-429/93 och C-436/93, Bristol-Myers Squibb m. fl., REG 1996, s. I-3457, punkt 27). Vidare är avsikten med konsumtionsregeln att undvika att varumärkesinnehavarna tillåts att avskärma de nationella marknaderna och att på så sätt främja att de prisskillnader som kan förekomma mellan medlemsstaterna bibehålls (se ovannämnda dom i målet Bristol-Myers Squibb m. fl., punkt 46). Om rätten att använda varumärket för fortsatt marknadsföring inte konsumerades på samma sätt som rätten till återförsäljning, skulle det bli avsevärt svårare att återförsälja varor, vilket skulle äventyra syftet med konsumtionsregeln i artikel 7.

38 Härav följer att den andra frågan skall besvaras på så sätt att artikel 5—7 i direktivet skall tolkas så, att när märkesskyddade varor har förts ut på den gemensamma marknaden av innehavaren av detta varumärke eller med hans samtycke har en återförsäljare, utöver rätten att återförsälja dessa produkter, också rätt att använda detta varumärke för fortsatt marknadsföring av produkterna.

Den tredje, den fjärde och den femte frågan

39 Med sin tredje, fjärde och femte fråga, som bör prövas i ett sammanhang, vill den nationella domstolen i huvudsak veta om svaret på den andra frågan medger några undantag, i synnerhet

— då varumärkets reklamfunktion äventyras genom att återförsäljaren, på grund av det sätt på vilket denne använder varumärket i nämnda reklam, skadar den bild av lyx och prestige som är knuten till varumärket, och

— då det sätt på vilket återförsäljaren gör reklam för varorna ändrar eller försämrar varornas "abstrakta beskaffenhet" — det vill säga den dragningskraft,

prestigefyllda framtoning och aura av lyx som är resultatet av hur varumärkesinnehavaren har valt att presentera och göra reklam för varorna med användning av sin varumärkesrätt.

40 I detta avseende måste det påpekas att enligt artikel 7.2 i direktivet skall konsumtionsregeln i punkt 1 inte gälla när innehavaren har skälig grund att motsätta sig fortsatt marknadsföring av varorna, särskilt när varornas beskaffenhet har förändrats eller försämrats efter att de har förts ut på marknaden.

41 Det skall följaktligen prövas om de fall som den nationella domstolen har anfört utgör skälig grund i den mening som avses i artikel 7.2 i direktivet och därför ger varumärkesinnehavaren rätt att motsätta sig att en återförsäljare använder hans varumärke för fortsatt marknadsföring av de produkter som skyddas av detta märke.

42 I detta avseende skall det till att börja med erinras om att, enligt domstolens rättspraxis, artikel 7 i direktivet på ett uttömmande sätt reglerar frågan om konsumtion av varumärkesrätten beträffande varor som har förts ut på marknaden inom gemenskapen och att användningen av begreppet "särskilt" i punkt 2 visar att de angivna fallen, där de märkesskyddade varornas beskaffenhet har förändrats eller försämrats, enbart anges som exempel på vad som kan utgöra skälig grund (se ovannämnda dom i målet Bristol-Myers m. fl., punkterna 26 och 39). Dessutom är denna bestämmelse avsedd att förena de grundläggande intressena att skydda både varumärkesrätten och den fria rörligheten för varor inom den gemensamma marknaden (ovannämnda dom i målet Bristol-Myers Squibb m. fl., punkt 40).

43 Vidare kan det konstateras att skada som åsamkas varumärkets anseende i princip kan vara skälig grund, i den mening som avses i artikel 7.2 i direktivet, för innehavaren att motsätta sig fortsatt marknadsföring av varor som har förts ut på marknaden av honom eller med hans samtycke. Enligt domstolens rättspraxis om ompaketering av varumärkesprodukter har varumärkesinnehavaren ett berättigat

intresse av att, genom att grunda sig på det särskilda föremålet för varumärkesrätten, kunna motsätta sig marknadsföring av dessa varor om utformningen av de ompaketerade varorna kan skada varumärkets anseende (se ovannämnda dom i målet Bristol-Myers Squibb m. fl., punkt 75).

44 Detta betyder att, när en återförsäljare använder ett varumärke för fortsatt marknadsföring av märkesskyddade varor, det skall göras en avvägning mellan varumärkesinnehavarens berättigade intresse av att skyddas mot återförsäljare som använder hans varumärke i reklamsyfte på ett sätt som kan skada varumärket och återförsäljarens intresse av att kunna sälja de ifrågavarande produkterna genom att göra reklam för dem på sätt som är vedertagna i hans bransch.

45 I ett sådant fall som det vid den nationella domstolen, som rör lyxiga och prestigefyllda produkter, får återförsäljaren inte handla illojalt mot varumärkesinnehavarens berättigade intresse. Han måste således anstränga sig för att undvika att hans reklam påverkar varumärkets värde genom att skada de ifrågavarande produkternas dragningskraft, prestigefyllda framtoning och aura av lyx.

46 Det kan emellertid även konstateras att det förhållandet att en återförsäljare, som vanligtvis marknadsför produkter av samma slag men inte nödvändigtvis av samma kvalitet, i sin reklam för de märkesskyddade produkterna använder sig av de sätt att göra reklam på som är vedertagna i hans bransch, även om dessa inte överensstämmer med dem som varumärkesinnehavaren själv eller hans godkända återförsäljare använder, inte är skälig grund i den mening som avses i artikel 7.2 i direktivet för innehavaren att motsätta sig denna reklam, såvida det inte visas att

användningen av varumärket i återförsäljarens reklam, på grund av de särskilda omständigheterna i det enskilda fallet, allvarligt skadar varumärkets anseende.

47 En sådan allvarlig skada skulle också kunna uppkomma om återförsäljaren, i de reklamblad som han sprider, inte bemödar sig om att undvika att placera varumärket i en omgivning som riskerar att gravt förringa den bild av märket som innehavaren av detta har lyckats skapa.

48 Med hänsyn till vad som har anförts ovan skall den tredje, den fjärde och den femte frågan besvaras på så sätt att innehavaren av ett varumärke inte, med stöd av artikel 7.2 i direktivet, kan motsätta sig att en återförsäljare, som vanligtvis marknadsför produkter av samma slag men inte nödvändigtvis av samma kvalitet som de märkesskyddade varorna, i enlighet med de sätt att göra reklam som är vedertagna i hans bransch använder varumärket för fortsatt marknadsföring av dessa produkter till allmänheten, såvida det inte visas att användningen av varumärket i detta syfte, på grund av de särskilda omständigheterna i det enskilda fallet, allvarligt skadar varumärkets anseende.

Den sjätte frågan

49 Med sin sjätte fråga vill den nationella domstolen i huvudsak veta om det strider mot artiklarna 30 och 36 i EG-fördraget om innehavaren av ett varumärke eller av upphovsrätten till flaskor och förpackningar som används för hans varor, under åberopande av sin varumärkesrätt eller upphovsrätt, hindrar en återförsäljare från att göra reklam för fortsatt marknadsföring av varorna på ett sätt som är vedertaget bland detaljhandlarna i den ifrågavarande sektorn? Den vill även veta om det förhåller sig så även när återförsäljaren, till följd av hur han använder varumärket i sitt reklammaterial, skadar den bild av lyx och prestige som är knuten till varumärket eller då spridningen eller återgivningen av detta sker under sådana omständigheter att innehavaren av upphovsrätten kan åsamkas skada.

50 Dessa frågor förutsätter

— att innehavaren av varumärket eller upphovsrätten i de fall som avses enligt nationell rätt på området har laglig rätt att förbjuda en återförsäljare att göra reklam för fortsatt marknadsföring av produkterna, och

— att ett sådant förbud hindrar den fria rörligheten för varor på ett sådant sätt som är förbjudet enligt artikel 30 i fördraget, såvida det inte kan anses vara berättigat av något av de skäl som anges i artikel 36 i samma fördrag.

51 I motsats till vad Dior har gjort gällande, har den nationella domstolen rätt när den anser att ett sådant förbud som det som är aktuellt i detta mål kan utgöra en sådan åtgärd med motsvarande verkan som en kvantitativ restriktion som i princip är förbjuden enligt artikel 30. Det räcker att i detta avseende konstatera att enligt begäran om förhandsavgörande avser målet vid den nationella domstolen produkter som återförsäljaren har införskaffat genom parallellimport och att ett sådant reklamförbud som det som yrkas avsevärt skulle försvåra marknadsföringen av dessa produkter och följaktligen tillgången till dem på marknaden.

52 Det skall därför prövas om ett sådant förbud som det som yrkas i målet vid den nationella domstolen kan godtas enligt artikel 36 i fördraget. Enligt denna artikel skall bestämmelserna i artikel 30—34 inte hindra sådana förbud mot eller restriktioner för import som grundas på hänsyn till intresset att skydda industriell och kommersiell äganderätt, förutsatt att de inte utgör ett medel för godtycklig diskriminering eller innefattar en förtäckt begränsning av handel mellan medlemsstaterna.

53 Vad beträffar varumärkesrätten skall det erinras om att enligt domstolens rättspraxis skall artikel 36 i fördraget och artikel 7 i direktivet tolkas på samma sätt (ovannämnda dom i målet Bristol-Myers Squibb m. fl., punkt 40).

54 Följaktligen, och med hänsyn till svaret på den andra, den tredje, den fjärde och den femte frågan, skall denna del av den sjätte frågan besvaras på så sätt att innehavaren av ett varumärke inte kan motsätta sig att en återförsäljare, som vanligtvis marknadsför produkter av samma slag men inte nödvändigtvis av samma kvalitet som de märkesskyddade varorna, i enlighet med de sätt att göra reklam på som är vedertagna i hans bransch använder varumärket för fortsatt marknadsföring av dessa produkter, såvida det inte visas att användningen av varumärket i detta syfte, på grund av de särskilda omständigheterna i det enskilda fallet, allvarligt skadar varumärkets anseende.

55 Vad gäller den del av den sjätte frågan som avser upphovsrätten kan det konstateras att enligt domstolens rättspraxis skall de skäl för att skydda industriell och kommersiell äganderätt som avses i artikel 36 inbegripa det skydd som upphovsrätten ger (dom av den 20 januari 1981 i de förenade målen 55/80 och 57/80, Musik-Vertrieb membran och K-tel International, Rec. 1981, s. 147, punkt 9).

56 Således kan litterära och konstnärliga verk utnyttjas kommersiellt, antingen genom offentliga framföranden eller genom att verken återges och saluförs, utan att reglerna i fördraget innebär att upphovsmannens viktigaste privilegier, det vill säga ensamrätten till verkets framförande och ensamrätten till verkets återgivning, ifrågasätts (dom av den 17 maj 1988 i mål 158/86, Warner Brothers och Metronome Video, Rec. 1988, s. 2605, punkt 13).

57 Dessutom följer det av rättspraxis att samtidigt som det kommersiella utnyttjandet av upphovsrätten utgör en intäktskälla för rättsinnehavaren är det också ett sätt för rättsinnehavaren att kontrollera saluföringen. Ur denna synvinkel skapar det kommersiella utnyttjandet av upphovsrätten samma problem som utnyttjandet av varje annan industriell eller kommersiell rättighet (se ovannämnda dom i målet Musik-Vertrieb membran och K-tel International, punkt 13). Domstolen har också konstaterat att innehavaren av en upphovsrätt inte kan hindra eller begränsa importen av ljudinspelningar som lagligen har förts ut på en annan medlemsstats marknad av

rättsinnehavaren själv eller med dennes samtycke, genom att hänvisa till den ensamrätt att utnyttja verket som upphovsrätten ger (se ovannämnda dom i målet Musik-Vertrieb membran och K-tel International, punkt 15).

58 Med hänsyn till denna rättspraxis — och utan att det finns anledning att ta ställning till om upphovsrätt och varumärkesrätt samtidigt kan åberopas för samma produkt — räcker det att konstatera att under sådana omständigheter som dem som är aktuella i målet vid den nationella domstolen kan det skydd som upphovsrätten ger i fråga om återförsäljares återgivning av de skyddade verken i sin reklam i alla fall inte vara mer vidsträckt än det skydd som innehavaren av ett varumärke har under samma förutsättningar.

59 Den sjätte frågan skall därför besvaras på så sätt att innehavaren av ett varumärke eller en upphovsrätt inte kan motsätta sig att en återförsäljare, som vanligtvis marknadsför produkter av samma slag men inte nödvändigtvis av samma kvalitet som de märkesskyddade varorna, i enlighet med de sätt att göra reklam på som är vedertagna i hans bransch använder dessa för fortsatt marknadsföring av produkterna, såvida det inte visas att användningen av produkterna i detta syfte, på grund av de särskilda omständigheterna i det enskilda fallet, allvarligt skadar deras anseende.

Rättegångskostnader

60 De kostnader som har förorsakats den franska, den italienska och den brittiska regeringen samt Europeiska gemenskapernas kommission, som har inkommit med yttrande till domstolen, är inte ersättningsgilla. Eftersom förfarandet i förhållande till parterna i målet vid den nationella domstolen utgör ett led i beredningen av samma mål, ankommer det på den nationella domstolen att besluta om rättegångskostnaderna.

På dessa grunder beslutar

DOMSTOLEN

— angående de frågor som genom beslut av den 20 oktober 1995 förts vidare av Hoge Raad der Nederlanden — följande dom:

1) Då det i ett förfarande, som äger rum i ett Beneluxland och som avser tolkningen av den enhetliga Beneluxlagen om varumärken, uppkommer en fråga om tolkningen av rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar, skall en domstol mot vars avgöranden det inte finns något rättsmedel enligt nationell lagstiftning, såsom fallet är med såväl Beneluxdomstolen som Hoge Raad, föra frågan vidare till EG-domstolen med stöd av artikel 177 tredje stycket i EG-fördraget. Grunden för denna skyldighet har dock bortfallit, och skyldigheten på så sätt förlorat sitt innehåll, när den fråga som uppkommit är praktiskt taget likalydande med en fråga som redan har varit föremål för ett förhandsavgörande i samma nationella mål.

2) Artikel 5—7 i direktiv 89/104 skall tolkas så att, när märkesskyddade varor har förts ut på den gemensamma marknaden av innehavaren av detta varumärke eller med hans samtycke, en återförsäljare, utöver rätten att återförsälja dessa produkter, också har rätt att använda detta varumärke för fortsatt marknadsföring av dessa produkter.

3) Innehavaren av ett varumärke kan inte, med stöd av artikel 7.2 i direktiv 89/104, motsätta sig att en återförsäljare, som vanligtvis marknadsför produkter av samma slag men inte nödvändigtvis av samma kvalitet som de märkesskyddade varorna, i enlighet med de sätt att göra reklam på som är

vedertagna i hans bransch använder varumärket för fortsatt marknadsföring av dessa produkter, såvida det inte visas att användningen av varumärket i detta syfte, på grund av de särskilda omständigheterna i det enskilda fallet, allvarligt skadar varumärkets anseende.

4) Artiklarna 30 och 36 i EG-fördraget skall tolkas så, att innehavaren av ett varumärke eller en upphovsrätt inte kan motsätta sig att en återförsäljare, som vanligtvis marknadsför produkter av samma slag men inte nödvändigtvis av samma kvalitet som de märkesskyddade varorna, i enlighet med de sätt att göra reklam på som är vedertagna i hans bransch använder dessa för fortsatt marknadsföring av produkterna, såvida det inte visas att användningen av produkterna i detta syfte, på grund av de särskilda omständigheterna i det enskilda fallet, allvarligt skadar deras anseende.

Rodríguez Iglesias Gulmann Ragnemalm

Schintgen Mancini Moitinho de Almeida

Kapteyn Murray Edward

Puissochet Hirsch

Jann Sevón

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 4 november 1997.

R. Grass

Justitiesekreterare

G. C. Rodríguez Iglesias

Ordförande