DOMSTOLENS DOM (tredje avdelningen)

den 14 juni 2007 *

I mål C-246/05,

angående en begäran om förhandsavgörande enligt artikel 234 EG, framställd av Oberster Patent- und Markensenat (Österrike) genom beslut av den 9 februari 2005, som inkom till domstolen den 10 juni 2005, i målet

Armin Häupl

mot

Lidl Stiftung & Co. KG,

meddelar

DOMSTOLEN (tredje avdelningen)

sammansatt av A. Rosas, ordföranden för tredje avdelningen, samt domarna A. Tizzano, A. Borg Barthet (referent), U. Lõhmus och A. Ó Caoimh,

* Rättegångsspråk: tyska.

generaladvokat: D. Ruiz-Jarabo Colomer,
justitiesekreterare: handläggaren B. Fülöp,

efter det skriftliga förfarandet och förhandlingen den 21 september 2006,

med beaktande av de yttranden som avgetts av:

— A. Häupl, Patentanwalt, för egen räkning, biträdd av W. Ellmeyer, Patentanwalt,

— Lidl Stiftung & Co. KG, genom H. Sonn, Patentanwalt,

— Österrikes regering, genom C. Pesendorfer, i egenskap av ombud,

— Frankrikes regering, genom G. de Bergues, J.-Ch. Niollet och A.-L. During, samtliga i egenskap av ombud,

— Europeiska gemenskapernas kommission, genom G. Braun, N.B. Rasmussen och W. Wils, samtliga i egenskap av ombud,

och efter att den 26 oktober 2006 ha hört generaladvokatens förslag till avgörande,

följande

Dom

1 Begäran om förhandsavgörande rör tolkningen av artiklarna 10.1 och 12.1 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar (EGT L 40, 1989, s. 1; svensk specialutgåva, område 13, volym 17, s. 178) (nedan kallat direktivet).

2 Begäran har framställts i en tvist mellan Armin Häupl och Lidl Stiftung & Co. KG (nedan kallat Lidl) angående hävande av registreringen av ett varumärke som Lidl innehar.

Tillämpliga bestämmelser

De gemenskapsrättsliga bestämmelserna

3 Artikel 10.1 i direktivet har följande lydelse:

"Om innehavaren av varumärket inte inom fem år efter det att registreringsförfarandet avslutats har gjort verkligt bruk av varumärket i medlemsstaten för de varor eller tjänster för vilka det registrerats, eller om sådant bruk inte skett under fem år i följd, skall varumärket bli föremål för de sanktioner som bestäms i detta

direktiv, under förutsättning att det inte finns giltiga skäl till att varumärket inte använts."

4 Enligt artikel 12.1 i direktivet skall "[e]tt varumärke ... kunna upphävas om det inom en sammanhängande femårsperiod utan giltiga skäl inte har tagits i verkligt bruk i medlemsstaten ifråga för de varor eller tjänster för vilka det registrerats."

De internationella bestämmelserna

5 I artikel 3.4 i Madridöverenskommelsen om internationell registrering av varumärken av den 14 april 1891, senast reviderad i Stockholm den 14 juli 1967 och ändrad den 28 september 1979 (nedan kallad Madridöverenskommelsen), föreskrivs följande: "Den internationella byrån vid [Världsorganisationen för den intellektuella äganderätten (WIPO) (nedan kallad den internationella byrån)] skall utan dröjsmål registrera varumärken för vilka ansökan ingetts i enlighet med artikel 1. Datum för registreringen skall vara den dag då ansökan om internationell registrering ingavs i ursprungslandet, förutsatt att ansökan mottagits av den internationella byrån inom två månader från denna dag."

6 Avtalet om handelsrelaterade aspekter av immaterialrätter, vilket återfinns i bilaga 1C till Marrakechavtalet om upprättande av Världshandelsorganisationen, har godkänts på Europeiska gemenskapens vägnar genom rådets beslut 94/800/EG av den 22 december 1994 om ingående, på Europeiska gemenskapens vägnar – vad beträffar frågor som omfattas av dess behörighet – av de avtal som är resultatet av de multilaterala förhandlingarna i Uruguayrundan (1986–1994) (EGT L 336, s. 1 ;

svensk specialutgåva, område 11, volym 38, s. 216) (nedan kallat TRIPs-avtalet). I artikel 19.1 i TRIPs-avtalet redogörs för skyldigheten att använda ett varumärke enligt följande:

"Om bruk av varumärke krävs för att dess registrering skall gälla, kan registreringen endast hävas, om det inte brukats under minst tre år i följd, med mindre innehavaren kan förete giltiga skäl, grundade på förekomsten av hinder för sådant bruk. Omständigheter utanför varumärkes[inne]havarens kontroll, som utgör hinder för bruk av varumärket, såsom importrestriktioner eller andra statliga krav beträffande de varor eller tjänster som skyddas av varumärket, skall anses vara giltiga skäl till att varumärket inte brukas."

De nationella bestämmelserna

7 Av 19 § i 1970 års lag om varumärkesskydd (Markenschutzgesetz 1970, BGBl. 260/1970, nedan kallad MSchG) följer att "rätten till varumärket uppkommer den dag då varumärket förs in i varumärkesregistret (registrering). Skyddstiden upphör tio år efter utgången av den månad då registrering ägde rum."

8 33a § första stycket MSchG har följande lydelse:

"Vem som helst kan begära att registreringen av ett varumärke, som har varit registrerat i Österrike i minst fem år eller som enligt 2 § andra stycket åtnjuter skydd

i denna stat, skall hävas, om varken innehavaren eller, med dennes samtycke, tredje man under de senaste fem åren innan denna begäran framställdes gjort verkligt bruk av varumärket för de varor eller tjänster för vilka det registrerats (10a §), såvida varumärkesinnehavaren inte kan anföra giltiga skäl till att varumärket inte har använts."

9 Enligt 2 § MSchG är lagen analogt tillämplig på varumärkesrättigheter som är skyddade i Republiken Österrike på grund av internationella överenskommelser.

Bakgrund och tolkningsfrågor

10 Lidl är innehavare av ord- och figurmärket "Le Chef DE CUISINE". Det grundläggande tyska varumärket är skyddat sedan den 8 juli 1993 och det internationella varumärket – som även registrerats med avseende på Österrike – sedan den 12 oktober 1993. Den internationella byrån offentliggjorde registreringen av detta sistnämnda varumärke den 2 december 1993 och underrättade de angivna avtalsslutande staterna om registreringen.

11 Lidl driver en stormarknadskedja som är etablerad i Tyskland sedan år 1973. Den första Lidlstormarknaden i Österrike öppnades den 5 november 1998. Lidl saluför färdigrätter med varumärket "Le Chef DE CUISINE" uteslutande i sina egna affärer. Innan Lidls första österrikiska stormarknader öppnades förevisade bolaget varan internt inom företaget, ingick avtal med sina leverantörer och började lagerföra redan levererade varor.

12 Den 13 oktober 1998 begärde Armin Häupl, med stöd av 33a § första stycket MSchG, att registreringen av nämnda varumärke skulle hävas med avseende på Österrike, eftersom det inte använts. Han ansåg att den tidsperiod på fem år som anges i denna bestämmelse började löpa redan när skyddstiden inleddes, det vill säga den 12 oktober 1993. Lidl bestred bifall till begäran om hävande. Lidl ansåg att den aktuella tidsperioden började löpa den 2 december 1993, och att den därför inte löpte ut förrän den 2 december 1998. Vid detta datum saluförde bolaget varor försedda med det aktuella varumärket i sin första österrikiska stormarknad. Lidl anförde dessutom att bolaget redan år 1994 hade planerat att expandera sin verksamhet till Österrike, men att öppnandet av nya stormarknader i denna medlemsstat hade försenats på grund av "byråkratiska hinder", särskilt på grund av dröjsmål med att erhålla näringstillstånd.

13 Nichtigkeitsabteilung des Patentamtes (den österrikiska patentbyråns avdelning för hävande) beslutade att registreringen av varumärket inte skulle gälla i Republiken Österrike med verkan från den 12 oktober 1998. Lidl överklagade detta beslut till Oberster Patent- und Markensenat (högsta instans för patent- och varumärkesärenden).

14 Oberster Patent- und Markensenat beslutade att vilandeförklara målet och ställa följande tolkningsfrågor till domstolen:

"1) Skall artikel 10.1 i direktivet ... tolkas så, att det med uttrycket '[dagen då] registreringsförfarandet avslutats' avses tidpunkten då skyddstiden inleds?

2) Skall artikel 12.1 i direktivet ... tolkas så, att det finns giltiga skäl till att varumärket inte har använts när genomförandet av varumärkesinnehavarens affärsstrategi fördröjs på grund av orsaker som ligger utanför företagets kontroll, eller är varumärkesinnehavaren skyldig att ändra sin affärsstrategi för att i rätt tid kunna använda varumärket?"

Domstolens behörighet

15 Innan frågorna besvaras skall det undersökas huruvida Oberster Patent- und Markensenat utgör en domstol i den mening som avses i artikel 234 EG och, följaktligen, om domstolen är behörig att uttala sig angående de frågor som ställts till den.

16 Det framgår av fast rättspraxis att domstolen vid bedömningen av huruvida det hänskjutande organet är en domstol i den mening som avses i ovannämnda bestämmelse, vilket är en rent gemenskapsrättslig fråga, skall beakta ett antal omständigheter, nämligen om organet är upprättat enligt lag, om det är av stadigvarande karaktär, om dess jurisdiktion är av tvingande art, om förfarandet är kontradiktoriskt, om organet tillämpar rättsregler samt om det har en oberoende ställning (se bland annat dom av den 17 september 1997 i mål C-54/96, Dorsch Consult, REG 1997, s. I-4961, punkt 23, och av den 31 maj 2005 i mål C-53/03, Syfait m.fl., REG 2005, s. I-4609, punkt 29).

17 För att klargöra detta är det, såsom generaladvokaten har gjort i punkterna 25–29 i sitt förslag till avgörande, nödvändigt att undersöka bestämmelserna i 1970 års patentlag (Patentgesetz 1970, BGBl. 259/1970, nedan kallad patentlagen).

18 Det framgår först och främst av 74 och 75 §§ patentlagen, i vilka behörigheten för och sammansättningen av Oberster Patent- und Markensenat regleras, att detta organ uppfyller de kriterier som avser att det skall vara upprättat enligt lag och ha en oberoende ställning. I 74 § nionde stycket i denna lag föreskrivs dessutom uttryckligen att ledamöterna av detta organ skall utöva sitt ämbete självständigt, utan att vara bundna av några instruktioner. I 74 § sjätte och sjunde styckena föreskrivs att mandattiden är fem år, att den kan förnyas och att den endast kan upphöra i förtid i klart definierade undantagsfall, såsom förlust av österrikiskt medborgarskap eller en begränsning av personens rättsliga handlingsförmåga.

19 Oberster Patent- und Markensenats varaktiga karaktär kan härledas ur 70 § andra och tredje styckena samt 74 § första stycket patentlagen, i vilka det föreskrivs att detta organ är behörigt att avgöra överklaganden av beslut som fattats av Nichtigkeitsabteilung des Patentamtes och av Beschwerdeabteilung des Patentamtes (överklagandenämnd vid österrikiska patentbyrån) utan någon begränsning i tiden. Att nämnda organs jurisdiktion är av tvingande art följer av samma bestämmelser, eftersom dess behörighet att avgöra ovannämnda överklaganden föreskrivs i lag och inte är av valfri karaktär.

20 Vad beträffar förfarandet vid Oberster Patent- und Markensenat, hänvisas i 140 § första stycket patentlagen till 113–127 §§ och 129–136 §§ i samma lag, vilka innehåller processuella bestämmelser som visar att detta organ tillämpar rättsregler och att dess förfarande är kontradiktoriskt.

21 Av detta följer att Oberster Patent- und Markensenat utgör en domstol i den mening som avses i artikel 234 EG och att domstolen, följaktligen, är behörig att besvara de frågor som detta organ har hänskjutit till den.

Tolkningsfrågorna

Den första frågan

22 Den nationella domstolen vill genom sin första fråga få klarhet i huruvida artikel 10.1 i direktivet skall tolkas på så sätt att uttrycket "[dagen då] registreringsförfarandet avslutats" avser tidpunkten då skyddstiden inleds. Den vill således få klargjort huruvida den femårsperiod som innehavaren av ett varumärke har på sig att göra verkligt bruk av varumärket börjar löpa samtidigt som skyddstiden för det aktuella märket inleds.

23 Klaganden i målet vid den nationella domstolen samt den österrikiska regeringen anser att den dag då varumärket registreras, det vill säga då skyddstiden inleds enligt österrikisk rätt, motsvarar "[dagen då] registreringsförfarandet avslutats", i den mening som avses i artikel 10.1 i direktivet.

24 Lidl, den franska regeringen och Europeiska gemenskapernas kommission anser emellertid att uttrycket "[dagen då] registreringsförfarandet avslutats" inte avser tidpunkten då skyddstiden inleds, utan den dag då prövningsförfarandet vid den behöriga byrån har avslutats. Ett förfarande som avser internationell registrering

enligt Madridöverenskommelsen kan inte anses avslutat förrän de nationella myndigheternas frist för att temporärt vägra skydd har löpt ut eller förrän dessa myndigheter slutgiltigt har bekräftat skyddet.

25 För att kunna besvara tolkningsfrågan är det först nödvändigt att påpeka att flera rättsordningar är inblandade vid en internationell registrering av ett varumärke, såsom i målet vid den nationella domstolen. Tillämpliga bestämmelser är såväl bestämmelserna i Madridöverenskommelsen, vilka i huvudsak reglerar den del av registreringen som äger rum vid den internationella byrån, som bestämmelserna i nationell lagstiftning, vilka skall vara förenliga med gemenskapsrätten och i synnerhet med direktivet. I detta avseende föreskrivs i artikel 1 i direktivet att det "skall tillämpas för varumärken ... vilka är ... föremål för en internationell registrering med rättsverkan i en medlemsstat".

26 Det skall vidare preciseras, såsom anges i tredje skälet i direktivet, att direktivet inte har till syfte att genomföra en fullständig tillnärmning av medlemsstaternas lagstiftning om varumärken. I femte skälet anges att "[m]edlemsstaterna förblir ... fria att fastställa procedurregler för registrering, upphävande och ogiltighet av varumärken som förvärvats genom registrering [och att de till exempel kan] bestämma sättet för varumärkesregistrering och ogiltighetsförklaring, bestämma om äldre rättigheter skall åberopas antingen vid registrerings- eller ogiltighetsförfarandet eller i båda förfarandena samt, i det fall de tillåter att äldre rättigheter åberopas i registreringsförfarandet, använda sig av ett invändningsförfarande eller ett obligatoriskt granskningsförfarande eller båda ...". Det framgår således av dessa skäl i direktivet att detta inte medför en harmonisering av förfarandet vid registrering av varumärken.

27 Dessa överväganden måste beaktas vid tolkningen av artikel 10.1 i direktivet. I denna bestämmelse fastställs inte på ett otvetydigt sätt från och med vilken tidpunkt brukandetiden skall börja räknas och således när den femårsperiod som anges i bestämmelsen börjar löpa. Som bestämmelsen är formulerad definieras nämligen utgångspunkten för denna period i förhållande till registreringsförfarandet, vilket är ett område som inte har harmoniserats genom direktivet. Som kommissionen har gjort gällande innebär denna lydelse att nämnda period kan anpassas till särdragen i de nationella förfarandena.

28 Av detta följer att medlemsstaterna kan organisera registreringsförfarandet som de vill och att de följaktligen kan bestämma bland annat när förfarandet skall anses vara avslutat.

29 När det är fråga om en internationell registrering, såsom i målet vid den nationella domstolen, ankommer det således på den medlemsstat för vilken ansökan om registrering har ingetts att bestämma när registreringsförfarandet skall anses vara avslutat i enlighet med de egna förfaranderegleрna.

30 Det saknas därför skäl att godta den ståndpunkt som framförts av klaganden i målet vid den nationella domstolen, nämligen att dagen för registrering motsvarar "[dagen då] registreringsförfarandet avslutats", i den mening som avses i artikel 10.1 i direktivet. Denna ståndpunkt innebär nämligen att denna bestämmelse skall tolkas endast mot bakgrund av de österrikiska förfaranderegleрna, medan den dag som avses i denna bestämmelse, av de skäl som angetts ovan, kan variera från en nationell lagstiftning till en annan.

31 Mot bakgrund av ovanstående skall den första tolkningsfrågan besvaras på så sätt att "[dagen då] registreringsförfarandet avslutats", i den mening som avses i artikel 10.1 i direktivet, skall fastställas i varje medlemsstat i enlighet med de förfaranderegler vid registrering som gäller i denna stat.

Den andra frågan

32 Den nationella domstolen vill genom sin andra fråga få klarhet i huruvida artikel 12.1 i direktivet skall tolkas på så sätt att det finns giltiga skäl till att ett varumärke inte har använts när genomförandet av varumärkesinnehavarens affärsstrategi fördröjs på grund av orsaker som ligger utanför företagets kontroll, eller huruvida varumärkesinnehavaren i ett sådant fall är skyldig att ändra sin affärsstrategi för att i rätt tid kunna använda varumärket.

33 Det framgår av beslutet om hänskjutande att dröjsmålet med att på den österrikiska marknaden saluföra varor försedda med det varumärke som målet vid den nationella domstolen rör berodde dels på Lidls strategi att endast saluföra dessa varor i sina egna affärer, dels på att öppnandet av Lidls första österrikiska stormarknader fördröjdes på grund av "byråkratiska hinder".

34 Den österrikiska regeringen anser att denna fråga har formulerats i extremt abstrakta termer och att beskrivningen av bakgrunden inte är tillräckligt konkret och har till följd av detta ifrågasatt huruvida denna fråga kan upptas till sakprövning.

35 Det är riktigt att beslutet om hänskjutande endast innehåller en kort sammanfattning av de faktiska omständigheter som ligger till grund för den andra frågan, medan parterna i målet vid den nationella domstolen däremot har nämnt en mängd faktiska omständigheter. Detta förhållande är emellertid i detta fall inte av sådan art att det medför att denna fråga inte kan upptas till sakprövning. Även om den är kortfattad medför den nationella domstolens redogörelse för bakgrunden till tvisten att domstolen kan få en tillräcklig förståelse för det sammanhang som nämnda fråga ingår i för att kunna besvara denna på ett ändamålsenligt sätt och därmed möjliggöra för den nationella domstolen att avgöra målet mot bakgrund av alla faktiska omständigheter, vilka endast den nationella domstolen kan bedöma. Den andra frågan kan således upptas till sakprövning.

36 Vad beträffar sakfrågan finns det i de yttranden som ingetts till domstolen angående tolkningen av artikel 12.1 i direktivet en enighet om att ge begreppet "giltiga skäl" betydelsen yttre omständigheter eller omständigheter som ligger utanför det berörda företagets kontroll.

37 Klaganden i målet vid den nationella domstolen har emellertid preciserat att en affärsstrategi aldrig i sig kan utgöra en ursäkt och att det i vilket fall som helst är nödvändigt att bedöma hur varumärkesinnehavaren konkret agerar inför svårigheter som ligger utanför företagets kontroll.

38 Lidl har däremot gjort gällande att omständigheter som ligger utanför företagets kontroll, vilka fördröjer genomförandet av en ekonomiskt sett välbetänkt affärsstrategi utgör giltiga skäl för att varumärket inte har använts.

39 Kommissionen anser att det inte finns några giltiga skäl för att ett varumärke inte har använts när genomförandet av varumärkesinnehavarens affärsstrategi, vilken denne i allmänhet kan besluta om, har fördröjts på grund av omständigheter som ligger utanför varumärkesinnehavarens kontroll, men när denne har underlåtit att anpassa sin affärsstrategi i rätt tid.

40 Enligt den österrikiska regeringen finns det giltiga skäl för att ett varumärke inte har använts när detta beror på att genomförandet av en seriöst bedriven affärsstrategi har fördröjts på grund av omständigheter som ligger utanför företagets kontroll, bland annat lagliga skäl eller tvingande ekonomiska skäl.

41 Den franska regeringen har slutligen gjort gällande att med "giltiga skäl" avses omständigheter som ligger utanför företagets kontroll, såsom offentliga föreskrifter eller force majeure.

42 Domstolen skall inledningsvis pröva huruvida begreppet "giltiga skäl" enligt artikel 12.1 i direktivet skall tolkas på ett enhetligt sätt.

43 Det följer av såväl kravet på en enhetlig tillämpning av gemenskapsrätten som likhetsprincipen att en gemenskapsbestämmelse som inte innehåller någon uttrycklig hänvisning till medlemsstaternas rättsordningar när det gäller att bestämma dess betydelse och räckvidd skall ges en självständig och enhetlig tolkning inom hela Europeiska gemenskapen (se, för ett liknande resonemang, dom av den 19 september 2000 i mål C-287/98, Linster, REG 2000, s. I-6917, punkt 43, och av den 11 mars 2003 i mål C-40/01, Ansul, REG 2003, s. I-2439, punkt 26).

44 I punkt 31 i domen i det ovannämnda målet Ansul fann domstolen att begreppet verkligt bruk av ett varumärke såsom det används i artiklarna 10 och 12 i direktivet skall tolkas enhetligt. Det följer nämligen av sjunde, åttonde och nionde skälen i direktivet samt artiklarna 10–15 i detta att gemenskapslagstiftaren har avsett att samma krav på verkligt bruk för att bibehålla rättigheterna till varumärket skall gälla i samtliga medlemsstater, så att den garanterade skyddsnivån för varumärket inte varierar beroende på vilken lagstiftning som är i fråga (punkterna 27–29 i samma dom). Ändamålet med att ange giltiga skäl är att göra det möjligt att motivera fall då det inte gjorts verkligt bruk av varumärket för att undvika att registreringen av varumärket hävs. Därför har dessa skäl en funktion som är nära knuten till den som hänför sig till verkligt bruk, vilket innebär att begreppet giltiga skäl skall uppfylla samma krav på en enhetlig tolkning som begreppet verkligt bruk av varumärket.

45 Det ankommer följaktligen på domstolen att tolka begreppet "giltiga skäl [för att varumärket] inte har tagits i verkligt bruk", i den mening som avses i artikel 12.1 i direktivet, på ett enhetligt sätt.

46 I denna bestämmelse regleras det fall då ett varumärke har registrerats, men innehavaren inte använder det. Om detta pågår under en sammanhängande femårsperiod kan registreringen av varumärket hävas, om inte innehavaren kan åberopa giltiga skäl.

47 Det skall emellertid påpekas att denna bestämmelse inte innehåller någon som helst uppgift om arten och beskaffenheten av de "giltiga skäl" som nämns i den.

48 Skyldigheten att använda varumärket och skäl som kan motivera att det inte används regleras emellertid även i artikel 19.1 i TRIPs-avtalet, till vilket Europeiska gemenskapen har anslutit sig. Den definition av detta begrepp som där ges kan således användas vid tolkningen av det motsvarande begreppet giltiga skäl som används i direktivet.

49 Omständigheter som ligger utanför varumärkesinnehavarens kontroll och som utgör ett hinder för bruk av varumärket skall enligt artikel 19.1 i TRIPs-avtalet anses utgöra giltiga skäl till att varumärket inte brukas.

50 Det skall härefter fastställas vilka typer av omständigheter som utgör hinder för bruk av varumärket i den mening som avses i nämnda bestämmelse. Det är nämligen inte ovanligt att omständigheter som ligger utanför varumärkesinnehavarens kontroll vid ett eller annat tillfälle hindrar förberedelserna inför användningen av detta varumärke, men i de flesta fall rör det sig om svårigheter som kan övervinnas.

51 Det kan i detta sammanhang påpekas att det i åttonde skälet i direktivet anges att det "[f]ör att minska det totala antalet registrerade och skyddade varumärken inom gemenskapen ... är ... av vikt att registrerade varumärken faktiskt används och att de upphävs om så inte är fallet". Innehållet i detta skäl tyder på att det skulle strida mot systematiken i artikel 12.1 i direktivet att ge en alltför vid tolkning åt begreppet giltiga skäl för att varumärket inte har tagits i bruk. Det skulle äventyra genomförandet av det i detta skäl uttalade ändamålet om varje hinder, hur litet det än är, som ligger utanför varumärkesinnehavarens kontroll, skulle räcka för att motivera att varumärket inte används.

52 Det är i synnerhet inte tillräckligt, såsom generaladvokaten med rätta har angett i punkt 79 i sitt förslag till avgörande, att "byråkratiska hinder", såsom de som gjorts gällande i målet vid den nationella domstolen, inte står under varumärkesinnehavarens kontroll, utan dessa hinder skall även ha ett sådant direkt samband med varumärket att detta kan användas först när den administrativa handläggningen har avslutats.

53 Det skall emellertid preciseras att det aktuella hindret inte nödvändigtvis måste medföra att det blir omöjligt att använda varumärket för att det skall anses ha ett tillräckligt direkt samband med varumärket, utan ett sådant samband kan även anses finnas när hindret medför att det är orimligt att använda varumärket. Om ett hinder är av sådan art att det allvarligt äventyrar en lämplig användning av varumärket kan det nämligen inte anses rimligt att begära att varumärkesinnehavaren skall använda det ändå. Det kan således till exempel inte rimligen begäras att en varumärkesinnehavare skall saluföra sina varor i konkurrenternas affärer. I sådana fall är det inte rimligt att begära att varumärkesinnehavaren skall ändra sin affärsstrategi för att trots allt kunna använda varumärket.

54 Härav följer att endast hinder som har ett sådant tillräckligt direkt samband med ett varumärke att det medför att det är omöjligt eller orimligt att använda varumärket och som ligger utanför varumärkesinnehavarens kontroll kan utgöra giltiga skäl för att varumärket inte använts. Det måste bedömas från fall till fall om det förhållandet att affärsstrategin måste ändras för att undgå det aktuella hindret innebär att det är orimligt att använda nämnda varumärke. Det ankommer på den nationella domstolen, som skall pröva målet i sak och som är den enda som kan fastställa de faktiska omständigheterna, att företa denna bedömning i detta mål.

55 Mot bakgrund av det ovanstående skall den andra tolkningsfrågan besvaras enligt följande. Artikel 12.1 i direktivet skall tolkas på så sätt att "giltiga skäl [för att ett varumärke] inte har tagits i verkligt bruk" utgörs av hinder som har ett sådant direkt samband med varumärket att det medför att det är omöjligt eller orimligt att använda varumärket och som ligger utanför varumärkesinnehavarens kontroll. Det ankommer på den nationella domstolen att mot bakgrund av dessa överväganden pröva de faktiska omständigheterna i målet.

Rättegångskostnader

56 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. De kostnader för att avge yttrande till domstolen som andra än nämnda parter har haft är inte ersättningsgilla.

Mot denna bakgrund beslutar domstolen (tredje avdelningen) följande:

1) "[Dagen då] registreringsförfarandet avslutats", i den mening som avses i artikel 10.1 i rådets första direktiv 89/104/EEG av den 21 december 1988 om tillnärmningen av medlemsstaternas varumärkeslagar, skall fastställas i varje medlemsstat i enlighet med de förfaranderegler vid registrering som gäller i denna stat.

2) **Artikel 12.1 i direktiv 89/104 skall tolkas på så sätt att ”giltiga skäl [för att ett varumärke] inte har tagits i verkligt bruk” utgörs av hinder som har ett sådant direkt samband med varumärket att det medför att det är omöjligt eller orimligt att använda varumärket och som ligger utanför varumärkesinnehavarens kontroll. Det ankommer på den nationella domstolen att mot bakgrund av dessa överväganden bedöma de faktiska omständigheterna i målet.**

Underskrifter