Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА СЪДА (пети състав)

27 октомври 2022 година*

„Преюдициално запитване — Право относно марките — Регламент (ЕС) 2017/1001 — Член 15, параграф 2 — Директива (ЕС) 2015/2436 — Член 15, параграф 2 — Изчерпване на правото, предоставено от марката — Бутилки, съдържащи въглероден диоксид — Пускане в обращение в държава членка от притежателя на марката — Дейност на препродавач, състояща се в пълнене и повторно етикетиране на бутилките — Противопоставяне на притежателя на марката — Законни основания за противопоставяне на по-нататъшно търгуване на носещите марката стоки“

По дело C-197/21

с предмет преюдициално запитване, отправено на основание член 267 ДФЕС от Korkein oikeus (Върховен съд, Финландия) с акт от 9 март 2021 г., постъпил в Съда на 29 март 2021 г., в рамките на производство по дело

Soda-Club (CO2) SA,

SodaStream International BV

срещу

MySoda Oy,

СЪДЪТ (пети състав),

състоящ се от: E. Regan, председател на състава, D. Gratsias, M. Ilešič (докладчик), I. Jarukaitis и Z. Csehi, съдии,

генерален адвокат: G. Pitruzzella,

секретар: A. Calot Escobar,

предвид изложеното в писмената фаза на производството,

като има предвид становищата, представени:

– за Soda-Club (CO2) SA и SodaStream International BV, от J. Bonsdorf, H. Pohjola и B. Rapinoja, asianajajat,

* Език на производството: фински.

– за MySoda Oy, от H.-M. Elo и E. Hodge, asianajajat,

– за финландското правителство, от S. Hartikainen, A. Laine и H. Leppo, в качеството на представители,

– за Европейската комисия, от É. Gippini Fournier, M. Huttunen и T. Sevón, в качеството на представители,

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 12 май 2022 г.,

постанови настоящото

Решение

1 Преюдициалното запитване се отнася до тълкуването на член 13, параграф 2 от Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 78, 2009 г., стр. 1), изменен с Регламент (ЕС) 2015/2424 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2015 г. (ОВ L 341, 2015 г., стр. 21) (наричан по-нататък „Регламент № 207/2009“), член 15, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 154, 2017 г., стр. 1) член 7, параграф 2 от Директива 2008/95/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2008 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (ОВ L 299, 2008 г., стр. 25) и член 15, параграф 2 от Директива (ЕС) 2015/2436 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2015 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (ОВ L 336, 2015 г., стр. 1).

2 Запитването е отправено в рамките на спор между Soda-Club (CO2) SA и SodaStream International BV (наричани по-нататък заедно „SodaStream“), от една страна, и MySoda Oy, от друга страна, по повод твърдяно нарушение на марките на Европейския съюз и на националните марки „SODASTREAM“ и „SODA-CLUB“, чиито притежатели са първите две дружества.

Правна уредба

Правото на Съюза

Регламент № 207/2009

3 Член 13 от Регламент 207/2009 е озаглавен „Изчерпване на правата, предоставени от марката на ЕС“ и е предвиждал следното:

„1. Марката на ЕС не дава право на своя притежател да забрани използването ѝ за стоки, които са били пуснати на пазара в Европейското икономическо пространство [ЕИП] под тази марка от притежателя или с негово съгласие.

2. Параграф 1 не се прилага, когато съществуват законни основания за притежателя да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките, по-специално когато състоянието на стоките е променено или влошено след тяхното пускане на пазара“.

Директива 2017/1001

4 Регламент 2017/1001, който отменя и заменя Регламент № 207/2009, считано от 1 октомври 2017 г., съдържа член 9, озаглавен „Права, предоставени от марка на ЕС“, който гласи следното:

„1. Регистрацията на марка на ЕС предоставя на притежателя ѝ изключителни права.

2. Без да се засягат правата на притежателите, придобити преди датата на подаване на заявката или датата на приоритета на марката на ЕС, притежателят на тази марка на ЕС има право да забрани на всяко трето лице да използва в търговската дейност без негово съгласие всеки знак за стоки или услуги, когато:

а) знакът е идентичен с марката на ЕС и е използван за стоки или услуги, идентични с тези, за които е регистрирана марката на ЕС;

б) знакът е идентичен или сходен с марката на ЕС и е използван във връзка със стоки или услуги, идентични или сходни със стоките или услугите, за които е регистрирана марката на ЕС, ако съществува вероятност от объркване в съзнанието на хората; вероятността от объркване включва възможност за свързване на знака с марката;

в) знакът е идентичен или сходен с марката на ЕС, независимо дали е използван за стоки или услуги, които са идентични, сходни или не сходни с тези, за които е регистрирана марката на ЕС, ако последната се ползва с известност в Съюза и ако използването без основание на този знак би довело до несправедливо облагодетелстване от отличителния характер или от репутацията на марката на ЕС или би ги увредило.

3. По-специално може да бъде забранено съгласно параграф 2:

[…]

б) предлагането на стоки, пускането им на пазара или складирането им за тези цели със знака, или предлагането или предоставянето на услуги с този знак;

[…]“.

5 Член 15 от Регламент 2017/1001 е озаглавен „Изчерпване на правата, предоставени от марката на ЕС“ и гласи:

„1. Марка на ЕС не дава право на притежателя да забрани използването ѝ за стоки, които са били пуснати на пазара в [ЕИП] под тази марка от притежателя или с негово съгласие.

2. Параграф 1 не се прилага, когато съществуват законни основания за притежателя да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките, по-специално когато състоянието на стоките е променено или влошено след тяхното пускане на пазара“.

Директива 2008/95

6 Член 7 от Регламент 2008/95 е озаглавен „Изчерпване на правата, предоставени от марката на ЕС“ и е предвиждал следното:

„1. Марката не дава право на притежателя да забрани използването ѝ във връзка със стоки, които са пуснати на пазара в Общността с тази марка от самия притежател или с негово съгласие.

2. Параграф 1 не се прилага, когато съществуват законни основания за притежателя да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките, по-специално когато състоянието на стоките е променено или влошено след тяхното пускане на пазара“.

7 Директива 2008/64 е отменена, считано от 15 януари 2019 г., с Директива 2015/2436.

Директива 2015/2436

8 Член 10 от Директива 2015/2436, озаглавен „Права, предоставени от марката“, предвижда в параграфи 1 и 3:

„1. Регистрацията на марка предоставя на притежателя ѝ изключителни права.

[…]

3. По силата на параграф 2 в частност може да се забрани:

[…]

б) предлагането на стоки, пускането им на пазара или складирането им за тези цели със знака, или предлагането или предоставянето на услуги с този знак;

[…]“.

9 Член 15 от тази директива, озаглавен „Изчерпване на правата, предоставени от марка“, гласи следното:

„1. Марката не дава право на притежателя да забрани използването ѝ за стоки, които са пуснати на пазара в Съюза с тази марка от самия притежател или с негово съгласие.

2. Параграф 1 не се прилага, когато притежателят има основателни причини да се противопостави на последващи продажби на стоките, особено когато тяхното състояние е променено или влошено след пускането им на пазара“.

Финландското право

10 Във финландското право изчерпването на правата, предоставени от марка, е предмет на член 9 от Tavaramerkkilaki (544/2019) (Закон за марките (544/2019) от 26 април 2019 г., влязъл в сила на 1 май 2019 г. В параграф 1 от тази разпоредба се предвижда, че притежателят на марката не може да забрани използването ѝ за стоки, които са били

пуснати на пазара в ЕИП с тази марка от притежателя или с негово съгласие. Независимо от параграф 1, параграф 2 от посочената разпоредба уточнява, че притежателят на марката може да се противопостави на използването ѝ за стоки, когато притежателят има законни основания да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките. Притежателят на марка може да забрани използването ѝ по-специално когато състоянието на стоките е променено или тяхното качество е влошено след пускането им на пазара.

11 Член 10 от Tavaramerkkilaki (1715/1995) (Закон за марките (1715/1995), който е в сила до 31 август 2016 г., а впоследствие и член 8 от Tavaramerkkilaki (616/2016) (Закон за марките (616/2016), който е в сила до 30 април 2019 г., по същество съответстват на член 9 от Закона за марките (544/2019), приложим от 1 май 2019 г.

Спорът в главното производство и преюдициалните въпроси

12 SodaStream, мултинационално предприятие, произвежда и продава уреди за карбонизиране, които дават възможност на потребителите да приготвят газирана вода и ароматизирани газирани напитки от чешмяна вода. Във Финландия SodaStream предлага тези уреди на пазара с бутилка за многократно пълнене с въглероден диоксид, която то предлага за продажба и отделно. Дружествата, които образуват SodaStream, са притежатели на марките на Европейския съюз и на националните марки „SODASTREAM“ и „SODA-CLUB“. Посочените марки се намират върху етикета и са гравирани върху алуминиевия корпус на тези бутилки.

13 MySoda, дружество със седалище във Финландия, предлага на пазара в тази държава членка уреди за карбонизиране с марката „MySoda“ в опаковки, които обикновено не включват бутилка с въглероден диоксид. От юни 2016 г. MySoda предлага за продажба бутилки с въглероден диоксид, напълнени във Финландия, които са съвместими както със собствените му уреди за карбонизиране, така и с тези на SodaStream. Някои от тези бутилки първоначално са били пуснати на пазара от SodaStream.

14 След като получава чрез дистрибутори върнатите от потребителите празни бутилки на SodaStream, MySoda ги пълни отново с въглероден диоксид. То заменя оригиналните етикети със своите собствени, като оставя видими марките на SodaStream, гравирани върху корпуса на бутилките.

15 За целта MySoda използва два различни етикета. Върху първия с розов цвят с едър шрифт са изписани логото на MySoda и думите „Финландски въглероден диоксид за оборудване за карбонизиране“, а с дребен шрифт — името на MySoda като дружество, което е напълнило бутилката, както и препратка към неговия уебсайт за по-подробна информация. Върху втория етикет в бял цвят са изписани думите „въглероден диоксид“ с главни букви на пет различни езика и сред информацията за стоката, с дребен шрифт е изписано името на MySoda като дружеството, което е напълнило бутилката, както и декларация, че то няма никакъв контакт с първоначалния доставчик на бутилката или с неговото дружество, или със заявената марка, които фигурират върху бутилката. Освен това този етикет съдържа препратка към уебсайта на MySoda за повече информация.

16 SodaStream сезира Markkinaoikeus (Съд по икономически дела, Финландия) с иск, за да се установи, че MySoda е нарушило във Финландия марките „SODASTREAM“ и „SODACLUB“, като предлага на пазара и продава отново напълнени бутилки с въглероден диоксид, носещи тези марки, без разрешението на техните притежатели.

17 SodaStream изтъква, че практиката на MySoda съществено засяга правата, предоставени от посочените марки, и води до значителна вероятност от объркване сред съответните потребители по отношение на произхода на бутилките с въглероден диоксид, създавайки погрешното впечатление, че между SodaStream и MySoda съществува търговска или икономическа връзка.

18 SodaStream подчертава освен това, че не всички бутилки с въглероден диоксид, продавани на финландския пазар, са с едно и също качество или едни и същи характеристики. Прекупвачите, които пълнят бутилките с марката SodaStream без разрешение, не притежавали непременно необходимите знания и умения, за да гарантират, че тези бутилки се използват и с тях се борави безопасно и правилно. SodaStream не можело да носи отговорност за вредите, причинени от бутилки с въглероден диоксид, напълнени отново от тези препродавачи.

19 MySoda възразява, че промяната на етикета не засяга функцията на марката, която е да укаже произхода на бутилката, тъй като съответните потребители биха разбрали, че етикетирането показва единствено произхода на въглеродния диоксид и самоличността на препродавача, напълнил отново бутилката, чийто произход е гравиран върху нейния корпус.

20 С междинно решение от 5 септември 2019 г. Markkinaoikeus (Съд по икономически дела) уважава частично исканията на SodaStream. При това той се позовава на решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas (C-46/10, EU:C:2011:485).

21 Тази първоинстанционна юрисдикция приема, че не е доказано нито че практиката на MySoda променя или уврежда бутилката с въглероден диоксид или нейното съдържание или накърнява доброто име на SodaStream поради рисковете за безопасността на неговите стоки, нито че тази практика е причинила вреди, които дават на SodaStream законно основание, за да се противопостави на тази практика. Що се отнася до белите етикети, посочената юрисдикция приема, че те не са създали погрешно впечатление за икономическата връзка между MySoda и SodaStream. За сметка на това тя приема, че използването на розовите етикети е могло да създаде у средния потребител, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен, впечатлението, че такава връзка съществува. Поради това същата юрисдикция приема, че използването на тези розови етикети дава основание на SodaStream да се противопостави на практиката на MySoda.

22 На SodaStream и MySoda е разрешено да подадат жалби срещу това решение пред запитващата юрисдикция, Korkein oikeus (Върховен съд, Финландия).

23 Запитващата юрисдикция посочва най-напред, че правото на Съюза не предвижда подробни правила относно условията, при които се установява, че са налице законни основания притежателят да се противопостави на продажбата на стоките след пускането им на пазара. Според нея практиката на Съда не дава ясни отговори на въпросите, които се поставят в спора по главното производство.

24 Първо, според запитващата юрисдикция от практиката на Съда не става ясно дали условията, посочени в решение от 11 юли 1996 г., Bristol-Myers Squibb и др. (C-427/93, C-429/93 и C-436/93, EU:C:1996:282), се прилагат за преопаковането на продукти, които са били пуснати на пазара в една и съща държава членка. Второ, запитващата юрисдикция си задава въпроса дали замяната на етикета на притежателя на марката с нов етикет трябва да се счита за преопаковане по смисъла на практиката на Съда. Тя се пита какво значение следва да се придаде на факта, че в спора по главното производство разглежданата стока се състои, от една страна, от бутилката, произхождаща от притежателя на марката, и от друга страна, от въглероден диоксид, произхождащ от препродавача. Според запитващата юрисдикция не е ясно дали в това отношение от определящо значение е съответните потребители да разберат, че етикетът посочва единствено произхода на въглеродния диоксид, тъй като произходът на бутилката се определя от гравираната върху нейния корпус марка.

25 По-нататък, запитващата юрисдикция счита, че фактите в главното производство се различават от обстоятелствата по делото, по което е постановено решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas (C-46/10, EU:C:2011:485). Всъщност в последното дело марките, поставени върху газови бутилки, не са били нито премахнати, нито покрити, което изключва възможността състоянието на бутилките да е било променено чрез прикриване на техния произход. В настоящия случай препродавачът е заменил оригиналния етикет със собствения си етикет, който покрива по-голямата част от повърхността на бутилката, като същевременно оставя видима първоначалната марка, гравирана в горната част на бутилката.

26 Накрая запитващата юрисдикция отбелязва, че макар замяната на първоначалния етикет да трябва да се преценява с оглед на условията, посочени в решение от 11 юли 1996 г., Bristol-Myers Squibb и др. (C-427/93, C-429/93 и C-436/93, EU:C:1996:282), в практиката на Съда не се посочва ясно дали при преценката на условието, свързано с необходимостта от такава замяна, следва да се вземе предвид предназначението на разглежданите стоки, и евентуално по какъв начин. Фактът, че бутилките с въглероден диоксид са предназначени многократна употреба и пълнене, е от естество да влоши състоянието на първоначалните етикети. Тази юрисдикция иска да се установи дали скъсването или отлепянето на първоначалния етикет, поставен от притежателя на марката, или фактът, че препродавач е заменил този първоначален етикет със собствения си етикет, могат да се считат за обстоятелства, въз основа на които да се приеме, че размяната или замяната на етикета с етикета на препродавача е необходима за пускането на пазара на отново напълнената от последния бутилка.

27 При тези условия Korkein oikeus (Върховен съд) решава да спре производството по делото и да постави на Съда следните преюдициални въпроси:

„1. Прилагат ли се т.нар. критерии Bristol-Myers Squibb, разработени в практиката на Съда на Европейския съюз относно преопаковането и преетикетирането в случаи на паралелен внос, и по-специално т.нар. условие за необходимост и в случай на преопаковане или преетикетиране на продукти, пуснати на пазара в държава членка от притежателя на марката или с негово съгласие, с цел препродажба в същата държава членка?

2. Когато при пускането на съдържащата въглероден диоксид бутилка на пазара притежателят на марката е поставил върху тази бутилка марката си, която е както обозначена върху етикета на бутилката, така и гравирана върху гърлото на бутилката, прилагат ли се посочените по-горе критерии Bristol-Myers Squibb, и по-специално т.нар. условие за необходимост и в случая, когато трето лице с цел препродажба отново пълни бутилката с въглероден диоксид, премахва от бутилката първоначалния етикет и го заменя с етикет, върху който фигурира собственото му лого, като същевременно марката на лицето, пуснало бутилката на пазара, продължава да е видима върху релефния знак, разположен на гърлото на бутилката?

3. Може ли в описаното по-горе положение да се застъпва становището, че премахването и замяната на съдържащия марката етикет по принцип застрашава функцията на марката като доказателство за произхода на бутилката, или с оглед на приложимостта на условията за преопаковане и преетикетиране е от значение обстоятелството, че

   – следва да се приеме, че съответните потребители считат, че етикетът указва единствено произхода на въглеродния диоксид в бутилката (и следователно — лицето, което отново е напълнило бутилката), или

   – следва да се приеме, че съответните потребители считат, че етикетът поне отчасти указва и произхода на бутилката?

4. Доколкото премахването и замяната на етикета на бутилките с въглероден диоксид следва да се преценява с оглед на условието за необходимост, може ли случайно скъсване или отлепяне на етикетите, поставени на бутилките, пуснати на пазара от притежателя на марката, или премахването и замяната им от лицето, което преди това ги е напълнило, да представлява обстоятелство, поради което редовната замяна на етикетите с етикета на лицето, което е напълнило отново бутилките, да трябва да се счита за необходимо за пускането на отново напълнените бутилки на пазара?“.

По преюдициалните въпроси

28 В самото начало следва да се отбележи, че що се отнася до марките на Европейския съюз, поставените от запитващата юрисдикция въпроси се отнасят до тълкуването на член 13, параграф 2 от Регламент № 207/2009 и на член 15, параграф 2 от Регламент 2017/1001, а що се отнася до националните марки — до тълкуването на член 7, параграф 2 от Директива 2008/95 и на член 15, параграф 2 от Директива 2015/2436.

29 В това отношение следва да се отбележи, че фактите по спора в главното производство са започнали да се осъществяват през юни 2016 г., като в една част попадат в приложното поле на разпоредбите на Регламент № 207/2009 и на Директива 2008/95, а в друга част — в приложното поле на Регламент 2017/1001 и на Директива 2015/2436. Тъй като обаче разпоредбите на тези регламенти и директиви са формулирани по същество по един и същ начин и поради тази идентичност отговорите, които следва да се дадат на поставените от запитващата юрисдикция въпроси, са едни и същи, независимо от съответно приложимите регламенти и директиви, за да се отговори на тези въпроси, следва да се посочат единствено разпоредбите на член 15 от Регламент 2017/1001 и на член 15 от Директива 2015/2436 (вж. по аналогия решение от 9 ноември 2017 г., Maio Marques da Rosa, C-306/16, EU:C:2017:844, т. 32 и цитираната съдебна практика).

30 Освен това от акта за преюдициално запитване е видно, че тези въпроси са поставени в рамките на спор, възникнал при по-нататъшното търгуване във Финландия на бутилки с въглероден диоксид, произведени и първоначално продавани от SodaStream, които са предназначени многократна употреба и пълнене. След като получава чрез дистрибутори бутилките с въглероден диоксид на SodaStream, които са върнати празни от потребителите, MySoda ги пълни отново, премахва етикета, върху който е поставена първоначалната марка, и го заменя със собствените си етикети с логото на MySoda, като същевременно оставя видима първоначалната марка, гравирана върху корпуса на посочените бутилки.

31 С оглед на тези уточнения следва да се приеме, че с четирите си въпроса, които следва да се разгледат заедно, запитващата юрисдикция иска по същество да се установи дали, и евентуално при какви условия, притежателят на марка, който е предлагал на пазара в една държава членка стоки, носещи тази марка, които са предназначени за многократна употреба и пълнене, има право да се противопостави съгласно член 15, параграф 2 от Регламент 2017/1001, както и на член 15, параграф 2 от Директива 2015/2436, на по-нататъшното търгуване на тези стоки в същата държава членка от препродавач, който ги е напълнил отново и е заменил етикета с първоначалната марка с друг етикет, като е оставил видима първоначалната марка върху тези стоки.

32 В това отношение следва най-напред да се припомни, че член 9 от този регламент и член 10 от тази директива предоставят съответно на притежателя на марка на Европейския съюз и на притежателя на национална марка изключително право, което му позволява да забранява на всяко трето лице в частност да предлага стоките, носещи неговата марка, да ги пуска на пазара или да ги складира за тези цели. Член 15, параграф 1 от посочения регламент, както и член 15, параграф 1 от посочената директива, съдържат изключение от това правило, доколкото предвиждат, че правото на притежателя е изчерпано, когато стоките са пуснати на пазара в ЕИП с тази марка от притежателя или с негово съгласие (вж. по аналогия решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, т. 26 и цитираната съдебна практика).

33 По-специално, що се отнася до членове 10 и 15 от Директива 2015/2436, следва да се добави, че те осъществяват пълно хармонизиране на правилата, свързани с предоставяните от марката права, и по този начин определят материалното съдържание на правата на притежателите на марки в Съюза (вж. в този смисъл решение от 22 септември 2011 г., Budějovický Budvar, C-482/09, EU:C:2011:605, т. 32 и цитираната съдебна практика, както и по аналогия решение от 29 юли 2019 г., Pelham и др., C-476/17, EU:C:2019:624, т. 85 и цитираната съдебна практика).

34 Съгласно член 15, параграф 2 от Регламент 2017/1001 и член 15, параграф 2 от Директива 2015/2436 обаче притежателят на марката може да посочи законно основание, за да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките, носещи неговата марка, особено когато състоянието на стоките е променено или влошено след пускането им на пазара. Правото на противопоставяне, което представлява отклонение от основния принцип на свободно движение на стоки, има за цел единствено да защити правата, попадащи в специфичния предмет на марката, разбиран в светлината на нейната основна функция (вж. в този смисъл решение от 23 април 2002 г., Boehringer Ingelheim и др. C-143/00, EU:C:2002:246, т. 28).

35 Както Съдът нееднократно е постановявал, специфичната цел на правото на марка е по-конкретно да се осигури на притежателя правото да използва марката за първоначалното пускане на пазара на дадена стока и така той да бъде защитен от конкурентите, които искат да злоупотребят с позицията и репутацията на марката, като продават незаконно обозначени с нея стоки. За да се определи точният обхват на това изключително право, признато на притежателя на марката, следва да се вземе предвид основната функция на марката — да гарантира на потребителя или на крайния ползвател идентичността на произхода на обозначената с марката стока, като му позволи без вероятност от объркване да разграничи тази стока от такива с друг произход (решение от 20 декември 2017 г., Schweppes, C-291/16, EU:C:2017:990, т. 37 и цитираната съдебна практика).

36 При това положение въпросът дали притежателят на марката може да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките, носещи неговата марка, и по-специално на мерките, взети от препродавача във връзка с премахването на първоначалните етикети и поставянето на нови етикети върху тези стоки, като същевременно оставя видима първоначалната марка, трябва да се разгледа в светлината на законните интереси на притежателя на марката, и по-специално на интереса от запазване на основната функция на марката, която е да гарантира на потребителя или на крайния ползвател идентичността на произхода на обозначената с марката стока.

37 Както подчертава генералният адвокат в точка 22 от заключението си, доколкото непременно представлява ограничение на основния принцип на свободно движение на стоки, правото на притежателя на марката да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките, обозначени с неговата марка, не е неограничено.

38 В случая е безспорно, че въпросните бутилки с въглероден диоксид са пуснати на пазара в ЕИП за първи път от притежателите на марките на Европейския съюз и на националните марки, поставени върху тях.

39 В това отношение следва да се припомни, че съгласно практиката на Съда продажбата на газова бутилка за многократно пълнене от притежателя на поставените върху нея марки, изчерпва правата, които посоченият притежател черпи от регистрацията на тези марки, и прехвърля на купувача правото да се разпорежда свободно с тази бутилка, включително правото да я замени или да я напълни в избрано от него предприятие. От това право на купувача произтича правото на конкурентите на притежателя на поставените върху посочената бутилка марки да напълнят и заменят празните бутилки (вж. в този смисъл решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, т. 35).

40 При това положение дейността на препродавача, състояща се в това да напълни отново въпросните бутилки, които са били върнати празни от потребителите, и да поставя върху тях своите собствени етикети, след като е премахнал тези с първоначалните марки, като същевременно оставя видима първоначалната марка върху бутилките, може да попадне в приложното поле на член 15, параграф 2 от Регламент 2017/1001 и на член 15, параграф 2 от Директива 2015/2436.

41 Както обаче бе припомнено в точка 34 от настоящото решение, по силата на член 15, параграф 2 от Регламент 2017/1001 и на член 15, параграф 2 от Директива 2015/2436 притежателят на марка има право въпреки пускането на пазара на носещите неговата марка стоки да се противопостави на по-нататъшното им търгуване, когато съществуват

законни основания за такова противопоставяне. Изрично предвидената в тези разпоредби хипотеза, свързана с изменението или влошаването на състоянието на стоките, е посочена само като пример, тъй като споменатите разпоредби не съдържат изчерпателен списък на законните основания, които могат да изключат прилагането на принципа на изчерпване на правата върху марката (вж. в този смисъл решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, т. 36 и цитираната съдебна практика).

42 В контекста на паралелния внос на преопаковани фармацевтични продукти Съдът е изготвил списък от условия, очертаващи рамката относно наличието на такива основания в този специфичен контекст (вж. по-специално решение от 11 юли 1996 г., Bristol-Myers Squibb и др., C-427/93, C-429/93 и C-436/93, EU:C:1996:282).

43 В контекст, който е по-близък до разглеждания в главното производство, Съдът е постановил, че такова законно основание е налице и когато използването от трето лице на идентичен или сходен на марката знак, засяга сериозно нейното реноме или още когато това използване е направено така, че да създаде впечатление, че съществува икономическа връзка между притежателя на марката и това трето лице, и по-специално че последният принадлежи към дистрибуторската мрежа на притежателя, или че между тези две лица има особена връзка (вж. в този смисъл решения от 8 юли 2010 г., Portakabin, C-558/08, EU:C:2010:416, т. 79 и 80 и от 14 юли 2011 г., Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, т. 37).

44 От това следва, че погрешното впечатление, което може да възникне у потребителите относно съществуването на икономическа връзка между притежателя на марката и препродавача, е едно от законните основания, поради които притежателят на марката може да се противопостави на по-нататъшното търгуване на носещи неговата марка стоки от препродавач, по-специално когато последният премахва етикета с първоначалната марка и поставя своя собствен етикет върху тази стока, като оставя видима оригиналната марка, гравирана върху стоката. Фактът, че мерките, взети от препродавача за целите на по-нататъшното търгуване на въпросните стоки, се осъществяват в рамките на държавата членка, в която тези стоки първоначално са били пуснати на пазара, не е от решаващо значение, за да се определи дали за противопоставянето на притежателя на марката има такова законно основание.

45 За да се прецени дали е налице такова погрешно впечатление, трябва да се вземат предвид всички обстоятелства, свързани с дейността на препродавача, като например начинът, по който бутилките се представят на потребителите след новото етикетиране, и условията, при които те се продават, и по-специално практиките за повторно пълнене на такива бутилки, преобладаващи в съответния сектор (вж. в този смисъл решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, т. 39 и 40).

46 Макар запитващата юрисдикция да е тази, която трябва да прецени наличието на евентуално погрешно впечатление относно икономическата връзка между притежателите на марките и препродавача, който е напълнил отново разглежданите в главното производство бутилки, Съдът все пак може да предостави на тази юрисдикция насоки за тълкуване на правото на Съюза, които биха могли да ѝ бъдат полезни в това отношение (вж. по аналогия решение от 7 април 2022 г., Berlin Chemie A. Menarini, C-333/20, EU:C:2022:291, т. 46 и цитираната съдебна практика).

47 Така, на първо място, следва да се отбележи, че обхватът на информацията върху новите етикети е от съществено значение. Всъщност, както подчертава генералният адвокат в точка 51 от заключението си, трябва да се прецени цялостното впечатление, което създава новото етикетиране, за да се определи дали информацията, свързана с притежателя на марката, който е произвел бутилката, и тази, свързана с препродавача, който я зарежда, изглежда ясна и недвусмислена за потребител, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен. Тази информация, представена посредством новото етикетиране, не трябва по-специално да навежда на мисълта, че съществува икономическа връзка между препродавача, който отново е напълнил бутилката, и притежателя на първоначалната марка.

48 На второ място, за да се оцени впечатлението, което създава новото етикетиране, трябва да се вземат предвид също практиките в съответния сектор и въпросът дали потребителите са свикнали бутилките да се пълнят отново от оператори, различни от притежателя на първоначалната марка.

49 В това отношение обстоятелството, че разглежданата стока се състои от бутилка, предназначена за многократна употреба и пълнене, както и от нейното съдържание, може да бъде от значение, за да се определи дали може да съществува такова погрешно впечатление у потребителите. Несъмнено следва да се вземе предвид фактът, че поради функционалната връзка между бутилката и нейното съдържание широкият кръг потребители рискува да приеме, че двете обикновено имат един и същ търговски произход. При все това, макар да е невъзможно използването на сгъстен или втечнен газ без металните съдове, в които той се съдържа, и поради това този вид бутилки да могат да се разглеждат като опаковки (вж. в този смисъл решение от 20 ноември 2014 г., Utopia, C-40/14, EU:C:2014:2389, т. 40), тези бутилки — доколкото са предназначени за многократна употреба и пълнене в съответствие с логиката на рециклиране — няма непременно да се възприемат като такива със същия търговски произход като съдържащия се в тях газ.

50 Що се отнася по-специално до условията за повторно пълнене на празни бутилки, може да се презумира, както посочва генералният адвокат в точка 56 от заключението си, че потребител, който се обръща пряко към оператор, различен от притежателя на първоначалната марка, за да напълни отново празна бутилка или да я замени срещу заредена бутилка, може по-лесно да установи, че липсва икономическа връзка между този оператор и притежателя на марката.

51 В случая, както следва от акта за преюдициално запитване и от писмените становища на страните в главното производство, нито притежателите на първоначалните марки, нито препродавачът предлагат своите бутилки с въглероден диоксид пряко на потребителите, тъй като тези бутилки са достъпни за продажба само в магазините на дистрибуторите.

52 Липсата на пряк контакт с препродавача обаче може да доведе до риск от объркване в съзнанието на потребителите относно връзката между този препродавач и притежателите на първоначалните марки. Ето защо подобно положение може да застраши осъществяването на основната функция на марката, припомнена в точка 35 от настоящото решение, и по този начин да обоснове прилагането на член 15, параграф 2 от Директива 2015/2436 и на член 15, параграф 2 от Регламент 2017/1001.

53 На трето място, според практиката на Съда фактът, че първоначалната марка на бутилката остава видима въпреки извършеното от препродавача допълнително етикетиране, представлява релевантен елемент, доколкото явно изключва факта, че етикетирането е променило състоянието на бутилките, прикривайки произхода им (вж. в този смисъл решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, т. 41).

54 С оглед на всички изложени по-горе съображения на поставените въпроси следва да се отговори, че член 15, параграф 2 от Регламент 2017/1001 и член 15, параграф 2 от Директива 2015/2436 трябва да се тълкуват в смисъл, че притежателят на марка, който е пуснал на пазара в една държава членка носещи тази марка стоки, които са предназначени за многократна употреба и пълнене, няма право да се противопоставя съгласно тези разпоредби на по-нататъшното търгуване на тези стоки в посочената държава членка от препродавач, който ги е напълнил отново и е заменил с друг етикет етикета, съдържащ първоначалната марка, като е оставил видима първоначалната марка върху тези стоки, освен ако този нов етикет не създава у потребителите погрешното впечатление, че между препродавача и притежателя на марката съществува икономическа връзка. Тази вероятност от объркване трябва да се преценява общо с оглед на сведенията, намиращи се върху стоката и върху новия ѝ етикет, както и с оглед на дистрибуторските практики в съответния сектор и на степента, в която потребителите познават тези практики.

По съдебните разноски

55 С оглед на обстоятелството, че за страните по главното производство настоящото дело представлява отклонение от обичайния ход на производството пред запитващата юрисдикция, последната следва да се произнесе по съдебните разноски. Разходите, направени за представяне на становища пред Съда, различни от тези на посочените страни, не подлежат на възстановяване.

По изложените съображения Съдът (пети състав) реши:

Член 15, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз и член 15, параграф 2 от Директива (ЕС) 2015/2436 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2015 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките

следва да се тълкуват в смисъл, че:

притежателят на марка, който е пуснал на пазара в една държава членка носещи тази марка стоки, които са предназначени за многократна употреба и пълнене, няма право да се противопоставя съгласно тези разпоредби на по-нататъшното търгуване на тези стоки в посочената държава членка от препродавач, който ги е напълнил отново и е заменил с друг етикет етикета, съдържащ първоначалната марка, като е оставил видима първоначалната марка върху тези стоки, освен ако този нов етикет не създава у потребителите погрешното впечатление, че между препродавача и притежателя на марката съществува икономическа връзка. Тази вероятност от объркване трябва да се преценява общо с оглед на сведенията, намиращи се върху стоката и върху новия ѝ етикет, както и с оглед на дистрибуторските практики в съответния сектор и на степента, в която потребителите познават тези практики.

Подписи