Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (viies koda)

27. oktoober 2022*

Eelotsusetaotlus – Kaubamärgiõigus – Määrus (EL) 2017/1001 – Artikli 15 lõige 2 – Direktiiv (EL) 2015/2436 – Artikli 15 lõige 2 – Kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine – Süsihappegaasi sisaldavad balloonid – Kaubamärgi omaniku poolt liikmesriigis ringlusse laskmine – Edasimüüja tegevus, mis seisneb balloonide täitmises ja uue etiketiga märgistamises – Kaubamärgi omaniku vastulause – Õiguspärane põhjus avaldada vastuseisu kaubamärgiga tähistatud kaupade edasisele turustamisele

Kohtuasjas C-197/21,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Korkein oikeuse (Soome kõrgeim kohus) 9. märtsi 2021. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 29. märtsil 2021, menetluses

Soda-Club (CO2) SA,

SodaStream International BV

versus

MySoda Oy,

EUROOPA KOHUS (viies koda),

koosseisus: koja president E. Regan, kohtunikud D. Gratsias, M. Ilešič (ettekandja), I. Jarukaitis ja Z. Csehi,

kohtujurist: G. Pitruzzella,

kohtusekretär: A. Calot Escobar,

arvestades kirjalikku menetlust,

arvestades seisukohti, mille esitasid:

– Soda-Club (CO2) SA ja SodaStream International BV, esindajad: *asianajajat* J. Bonsdorf, H. Pohjola ja B. Rapinoja,

– MySoda Oy, esindajad: *asianajajat* H.-M. Elo ja E. Hodge,

* Kohtumenetluse keel: soome.

– Soome valitsus, esindajad: S. Hartikainen, A. Laine ja H. Leppo,

– Euroopa Komisjon, esindajad: É. Gippini Fournier, M. Huttunen ja T. Sevón,

olles 12. mai 2022. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlus puudutab nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1), mida on muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta määrusega (EL) 2015/2424 (ELT 2015, L 341, lk 21), (edaspidi „määrus nr 207/2009“) artikli 13 lõike 2, Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1) artikli 15 lõike 2, Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2008, L 299, lk 25) artikli 7 lõike 2 ja Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiivi (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2015, L 336, lk 1) artikli 15 lõike 2 tõlgendamist.

2 Taotlus on esitatud ühelt poolt Soda-Club (CO2) SA ja SodaStream International BV (edaspidi koos „SodaStream“) ning teiselt poolt MySoda Oy vahelises kohtuvaidluses, mis puudutab SodaStreamile kuuluvate ELi ja riigisiseste kaubamärkide SODASTREAM ja SODA-CLUB väidetavat rikkumist.

Õiguslik raamistik

Liidu õigus

Määrus nr 207/2009

3 Määruse nr 207/2009 artiklis 13 „ELi kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine“ on sätestatud:

„1. ELi kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamist seoses kaupadega, mille kõnealuse kaubamärgi all on Euroopa Majanduspiirkonna [EMP] turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on seal turule lastud tema loal.

2. Lõiget 1 ei kohaldata, kui omanikul on õiguslik põhjendus olla vastu kaupade täiendavale turustamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turuleviimist muutunud või kahjustada saanud.“

Määrus 2017/1001

4 Määruse 2017/1001, millega tunnistati kehtetuks ja asendati määrus nr 207/2009 alates 1. oktoobrist 2017, artikkel 9 „ELi kaubamärgiga antavad õigused“ on sõnastatud alljärgnevalt:

„1. ELi kaubamärgi registreerimine annab kaubamärgiomanikule selle suhtes ainuõiguse.

2. Ilma et see piiraks kaubamärgiomanike õigusi, mis on omandatud enne ELi kaubamärgi taotluse esitamise kuupäeva või prioriteedikuupäeva, on sama ELi kaubamärgi omanikul õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast äritegevuse käigus ilma tema loata kaupade või teenustega seoses mis tahes tähist, kui:

a) tähis on identne ELi kaubamärgiga ja seda kasutatakse kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille suhtes ELi kaubamärk on registreeritud;

b) tähis on identne või sarnane ELi kaubamärgiga ning seda kasutatakse kaupade või teenuste puhul, mis on identsed või sarnased selliste kaupade või teenustega, mille suhtes ELi kaubamärk on registreeritud, kui nende segiajamine üldsuse poolt on tõenäoline; segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et tähist seostatakse kaubamärgiga;

c) tähis on identne või sarnane ELi kaubamärgiga, sõltumata sellest, kas seda kasutatakse seoses kaupade või teenustega, mis on identsed, sarnased või ei ole sarnased nende kaupade või teenustega, mille suhtes kõnealune ELi kaubamärk on registreeritud, juhul kui ELi kaubamärk on liidus üldtuntud ja juhul kui kõnealuse tähise põhjuseta kasutamine tähendaks ELi kaubamärgi eristusvõime või omandatud maine ebaausat ärakasutamist või kahjustamist.

3. Lõike 2 alusel võib eelkõige keelata järgmised toimingud:

[…]

b) tähisega kaupade pakkumine, turulelaskmine või ladustamine nimetatud otstarbel või tähisega teenuste pakkumine või nendele osutamine;

[…]“

5 Määruse 2017/1001 artiklis 15 „ELi kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine“ on sätestatud:

„1. ELi kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamist seoses kaupadega, mille kõnealuse kaubamärgi all on [EMP] turule lasknud kaubamärgi omanik või mis on seal turule lastud tema loal.

2. Lõiget 1 ei kohaldata, kui kaubamärgi omanikul on õiguspärane põhjus olla vastu kaupade täiendavale turustamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turuleviimist muutunud või kahjustada saanud.“

Direktiiv 2008/95

6 Direktiivi 2008/95 artiklis 7 „Kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine“ on sätestatud:

„1. Kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamine seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all ühenduse turule viinud kaubamärgi omanik või mis on seal turule viidud tema loaga.

2. Lõiget 1 ei kohaldata, kui omanikul on õiguslik põhjendus olla vastu kaupade täiendavale turustamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turuleviimist muutunud või kahjustada saanud.“

7 Direktiiv 2008/95 asendati alates 15. jaanuarist 2019 direktiiviga 2015/2436.

Direktiiv 2015/2436

8 Direktiivi 2015/2436 artikli 10 „Kaubamärgiõigused“ lõigetes 1 ja 3 on sätestatud:

„1. Kaubamärgi registreerimine annab kaubamärgiomanikule selle suhtes ainuõiguse.

[…]

3. Lõike 2 alusel võib eelkõige keelata järgmised toimingud:

[…]

b) tähisega kaupade pakkumine, turulelaskmine või ladustamine nimetatud otstarbel või tähisega teenuste pakkumine või nendele osutamine;

[…]“

9 Kõnealuse direktiivi artikkel 15 „Kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine“ on sõnastatud järgmiselt:

„1. Kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamine seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all liidu turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on turule lastud kaubamärgiomaniku nõusolekul.

2. Lõiget 1 ei kohaldata, kui kaubamärgiomanikul on õiguslik põhjendus olla vastu kaupade edasisele ärilistel eesmärkidel kasutamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turulelaskmist muutunud või kahjustada saanud.“

Soome õigus

10 Soome õiguses on kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumine reguleeritud 1. mail 2019 kehtima hakanud 26. aprilli 2019. aasta kaubamärgiseaduse (544/2019) (tavaramerkkilaki (544/2019)) §-s 9. Selle sätte esimese lõigu kohaselt ei tohi kaubamärgi omanik keelata kaubamärgi kasutamist kaupadel, mis selle kaubamärgi all on [EMPs] turule viidud kaubamärgi omaniku poolt või tema nõusolekul. Selle paragrahvi teises lõigus on täpsustatud, et olenemata

esimeses lõigus sätestatust, võib kaubamärgi omanik keelata kaubamärgi kasutamise kaupadel, kui tal on õiguslik põhjus avaldada vastuseisu kaupade edasisele pakkumisele või turustamisele. Kaubamärgi omanik võib kaubamärgi kasutamise keelata eelkõige juhul, kui kaupade olukord on pärast turuleviimist muutunud või kahjustada saanud.

11 Kaubamärgiseaduse (1715/1995) (tavaramerkkilaki (1715/1995)) § 10a, mis kehtis kuni 31. augustini 2016, ja seejärel kaubamärgiseaduse (616/2016) (tavaramerkkilaki (616/2016)) § 8, mis kehtis kuni 30. aprillini 2019, vastavad sisuliselt kaubamärgiseaduse (544/2019) §-le 9, mis on kohaldatav alates 1. maist 2019.

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

12 SodaStream on rahvusvaheline kontsern, mis toodab ja müüb karboniseerimisseadmeid, mis võimaldavad tarbijal valmistada kraaniveest gaseeritud vett ja maitsestatud gaseeritud jooke. Soomes turustab SodaStream neid seadmeid koos korduvtäidetava süsihappegaasiballooniga, mida ta pakub müügiks ka eraldi. SodaStreami moodustavatele ettevõtjatele kuuluvad ELi kaubamärgid ning riigisisesed kaubamärgid SODASTREAM ja SODA-CLUB. Need kaubamärgid on etikettidel ja need on graveeritud mainitud pudelite alumiiniumkorpusele.

13 Soomes asuv äriühing MySoda turustab selles liikmesriigis kaubamärgi MySoda all joogi karboniseerimisseadmeid pakendis, mis tavaliselt süsihappegaasiballooni ei sisalda. Alates 2016. aasta juunist on MySoda pakkunud müügiks Soomes täidetud süsihappegaasiballoone, mis ühilduvad nii tema enda kui ka SodaStreami karboniseerimisseadmetega. Mõned neist balloonidest on algselt turule viinud SodaStream.

14 Pärast seda, kui MySoda on edasimüüjatelt saanud tarbijate poolt tühjalt tagastatud SodaStreami balloonid, täidab ta need uuesti süsihappegaasiga. Ta asendab originaaletiketi oma etiketiga, jättes pudeli korpusele graveeritud SodaStreami kaubamärgi nähtavale.

15 Seejuures kasutab MySoda kahte erinevat etiketti. Esimesel etiketil, mis on roosat värvi, on suures kirjas MySoda logo ja sõnad „Soome süsihappegaas karboniseerimisseadmete jaoks“ ning väikeses kirjas pudeli täitnud ettevõtja nimi MySoda ja viide veebisaidile, kust saab lisateavet. Teisel etiketil, mis on valge, on viies eri keeles suures kirjas sõna „süsihappegaas“ ning toote kohta käiva teabe hulgas väikeses kirjas pudeli täitnud ettevõtja nimi MySoda ja hoiatus, et see ettevõtja ei ole seotud pudeli algse tarnija ega tema äriühinguga ega pudelil oleva registreeritud kaubamärgiga. Etiketil on ka link MySoda veebisaidile, kust saab lisateavet.

16 SodaStream esitas Markkinaoikeusele (kaubanduskohus, Soome) hagi, milles palus tuvastada, et MySoda on Soomes rikkunud kaubamärke SODASTREAM ja SODACLUB, kuna ta turustas ja müüs nimetatud kaubamärke kandvaid korduvtäidetud süsihappegaasiballoone ilma nende kaubamärkide omanike loata.

17 SodaStream väitis, et MySoda tegevus mõjutab oluliselt nimetatud kaubamärkidest tulenevaid õigusi ja tingib asjaomase avalikkuse seas märkimisväärse segiajamise tõenäosuse seoses süsihappegaasiballoonide päritoluga, jättes vale mulje, et SodaStream ja MySoda on omavahel äriliselt või majanduslikult seotud.

18 SodaStream märkis lisaks, et kõik Soome turul müüdavad süsihappegaasiballoonid ei ole sama kvaliteedi ega samade omadustega. Edasimüüjatel, kes täidavad kaubamärgi SodaStreami balloone ilma loata, ei pruugi tingimata olla teadmisi ja oskusteavet, et tagada nende balloonide ohutu ja korrektne kasutamine ja käitlemine. SodaStream ei saa vastutada selliste edasimüüjate poolt täidetud süsihappegaasiballoonide põhjustatud kahju eest.

19 MySoda väitis vastu, et etiketi vahetamine ei kahjusta kaubamärgi ülesannet, mis seisneb ballooni päritolu tähistamises, kuna asjaomane avalikkus saab aru, et etiketilt saab teavet üksnes süsihappegaasi päritolu ja selle edasimüüja kohta, kes on taastäitnud ballooni, mille päritolu on graveeritud pudeli korpusele.

20 Markkinaoikeuse (kaubanduskohus) 5. septembri 2019. aasta vaheotsusega rahuldati SodaStreami nõuded osaliselt. Selles otsuses tugines Markkinaoikeus 14. juuli 2011. aasta kohtuotsusele Viking Gas (C-46/10, EU:C:2011:485).

21 See esimese kohtuastmena tegutsev kohus leidis, et ei ole tõendatud, et MySoda muudab või halvendab oma tegevusega süsihappegaasiballooni või selle sisu või kahjustab SodaStreami mainet tooteohutusega seotud riski tõttu, ning samuti on tõendamata, et see tegevus oleks tekitanud kahju, mille tõttu oleks SodaStreamil õiguslik põhjendus sellisele tegevusele vastuseisu avaldamiseks. Mis puutub valgesse etiketti, siis leidis nimetatud kohus, et neist ei jää vale muljet seoses MySoda ja SodaStreami vahelise majandusliku seosega. Seevastu leidis Markkinaoikeus, et roosa etiketi kasutamise korral võib piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikule keskmisele tarbijale tõenäoliselt jääda mulje, et selline seos on olemas. Seetõttu otsustas nimetatud kohus, et kõnealuse roosa etiketi kasutamise tõttu on põhjendatud SodaStreami vastuseis MySoda tegevusele.

22 SodaStream ja MySoda said mõlemad menetlusloa, et esitada vaheotsuse peale kaebus eelotsusetaotluse esitanud kohtule Korkein oikeusele (Soome kõrgeim kohus).

23 Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib kõigepealt, et liidu õiguses puuduvad üksikasjalikud eeskirjad selle kohta, millistel tingimustel on kaubamärgi omanikul õigus avaldada vastuseisu kaupade turustamisele pärast nende turuleviimist. Euroopa Kohtu praktikast ei tulene selgeid vastuseid põhikohtuasjas tekkinud küsimustele.

24 Esiteks ei ole Euroopa Kohtu praktikast selge, kas 11. juuli 1996. aasta kohtuotsuses Bristol-Myers Squibb jt (C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282) seatud tingimused kehtivad samas liikmesriigis turustatavate kaupade ümberpakendamise suhtes. Teiseks soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas kaubamärgi omaniku etiketi asendamist uue etiketiga tuleks käsitada ümberpakendamisena Euroopa Kohtu kohtupraktika tähenduses. Ta küsib, milline tähtsus tuleb omistada asjaolule, et põhikohtuasjas koosneb vaatlusalune kaup ühelt poolt kaubamärgi omaniku balloonist ja teiselt poolt edasimüüja süsihappegaasist. Ei ole selge, kas selles osas on määrav, et asjaomane avalikkus mõistab, et etikett näitab üksnes süsihappegaasi päritolu, samas kui ballooni päritolu tähistab selle korpusele graveeritud kaubamärk.

25 Järgmiseks tõdeb eelotsusetaotluse esitanud kohus, et põhikohtuasja asjaolud erinevad 14. juuli 2011. aasta kohtuotsuse Viking Gas (C-46/10, EU:C:2011:485) aluseks olnud kohtuasja asjaoludest. Viimasena mainitud kohtuasjas ei olnud gaasiballoonidel olevaid kaubamärke eemaldatud ega kaetud, mistõttu oli välistatud võimalus, et balloonide olukorda oli nende

päritolu varjamise teel muudetud. Käesoleval juhul on edasimüüja asendanud originaaletiketi oma etiketiga, mis katab suurema osa pudeli pinnast, jättes siiski nähtavale pudeli ülaosale graveeritud originaalkaubamärgi.

26 Lõpuks märgib eelotsusetaotluse esitanud kohus, et juhul, kui originaaletiketi asendamist tuleks analüüsida 11. juuli 1996. aasta kohtuotsuses Bristol-Myers Squibb jt (C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282) seatud tingimustest lähtudes, ei selgu Euroopa Kohtu praktikast, kas ja – vajaduse korral – kuidas tuleb asendamise vajadust puudutava tingimuse hindamisel arvesse võtta kõnealuste kaupade kavandatud kasutusviisi. Asjaolu, et süsihappegaasiballoonid on kavandatud taaskasutatavatena ja taastäidetavatena, võib muuta originaaletikettide olukorda. Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib teada, kas kaubamärgi omaniku poolt balloonile kinnitatud originaaletiketi kahjustumine või irdumine või originaaletiketi asendamine edasimüüja etiketiga on asjaolu, millega saab põhjendada vajadust vahetada etikett edasimüüja etiketi vastu või asendada see edasimüüja etiketiga, selleks et viimase poolt taastäidetud ballooni saaks turule viia.

27 Neil asjaoludel otsustas Korkein oikeus (Soome kõrgeim kohus) menetluse peatada ning esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

„1. Kas paralleelimpordi korral ümberpakendamist ja uue etiketiga tähistamist käsitlevas Euroopa Kohtu praktikas välja töötatud niinimetatud Bristol-Myers Squibb-tingimused ja eelkõige niinimetatud vajalikkuse tingimus on kohaldatavad ka siis, kui edasimüügiks samas liikmesriigis pakendatakse ümber või tähistatakse uue etiketiga selline kaup, mille on liikmesriigis turule lasknud kaubamärgi omanik või mis on seal turule lastud tema loal?

2. Kas juhul, kui kaubamärgi omanik on süsihappegaasi sisaldavat ballooni turule lastes tähistanud selle ballooni oma kaubamärgiga, mis on ballooni etiketil ja graveeritud ballooni kaelale, on eespool nimetatud Bristol-Myers Squibb-tingimused ja eelkõige niinimetatud vajalikkuse tingimus kohaldatavad ka siis, kui kolmas isik taastäidab ballooni edasimüügi eesmärgil süsihappegaasiga, eemaldab sellelt balloonilt originaaletiketi ja asendab selle enda logoga etiketiga, samal ajal kui ballooni turule viinud isiku kaubamärk, mis on graveeritud ballooni kaelale, on endiselt nähtav?

3. Kas eespool kirjeldatud olukorras võib asuda seisukohale, et kaubamärgiga etiketi eemaldamine ja asendamine ohustab põhimõtteliselt kaubamärgi ülesannet tähistada ballooni päritolu, või on ümberpakendamise ja uue etiketiga tähistamise tingimuste kohaldatavust silmas pidades oluline asjaolu, et

   – asjaomane avalikkus ilmselt mõistab, et etikett viitab üksnes süsihappegaasi päritolule (ja tähistab seega ballooni taastäitjat), või

   – asjaomane avalikkus ilmselt mõistab, et etikett viitab vähemalt osaliselt ka ballooni päritolule?

4. Kas juhul, kui süsihappegaasiballoonilt etiketi eemaldamist ja uue etiketiga asendamist hinnatakse vajalikkuse tingimuse alusel, võib olukord, kus kaubamärgi omaniku poolt turuleviidud balloonidele kinnitatud etiketid on juhuslikult kahjustunud või irdunud või need on asendanud ballooni mõni varasem taastäitja, olla asjaolu, millest tulenevalt on etikettide järjepidev asendamine ballooni taastäitja etiketiga taastäidetud balloonide turuleviimiseks vajalik?“

Eelotsuse küsimuste analüüs

28 Sissejuhatavalt tuleb märkida, et eelotsusetaotluse esitanud kohtu esitatud küsimused puudutavad ELi kaubamärkide osas määruse nr 207/2009 artikli 13 lõike 2 ja määruse 2017/1001 artikli 15 lõike 2 ning riigisiseste kaubamärkide osas direktiivi 2008/95 artikli 7 lõike 2 ja direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõike 2 tõlgendamist.

29 Sellega seoses tuleb märkida, et põhikohtuasja asjaolud said alguse 2016. aasta juunis ja kuuluvad osaliselt määruse nr 207/2009 ja direktiivi 2008/95 ning osaliselt määruse 2017/1001 ja direktiivi 2015/2436 kohaldamisalasse. Kuna nende määruste ja direktiivide sätted on sõnastatud sisuliselt identselt, mistõttu on vastused eelotsusetaotluse esitanud kohtu küsimustele samad, sõltumata sellest, milline määrus või direktiiv on kohaldatav, on neile küsimustele vastamisel otstarbekas viidata üksnes määruse 2017/1001 artiklile 15 ja direktiivi 2015/2436 artiklile 15 (vt analoogia alusel 9. novembri 2017. aasta kohtuotsus Maio Marques da Rosa, C-306/16, EU:C:2017:844, punkt 32 ja seal viidatud kohtupraktika).

30 Lisaks selgub eelotsusetaotlusest, et küsimused on esitatud kohtuvaidluse raames, mis tekkis seoses SodaStreami toodetud ja esimest korda tema turustatud taaskasutatavate ja taastäidetavate süsihappegaasiballoonide hilisema turustamisega Soomes. MySoda, kes saab edasimüüjate kaudu tarbijate poolt tühjana tagastatud SodaStreami süsihappegaasiballoonid, taastäidab need, eemaldab originaalkaubamärgiga etiketi ja asendab selle oma etiketiga, millel on MySoda logo, jättes ühtlasi nähtavale nende pudelite korpusele graveeritud originaalkaubamärgi.

31 Neist täpsustustest lähtudes tuleb asuda seisukohale, et nelja küsimusega, mida tuleb analüüsida koos, soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt saada vastuse küsimusele, kas ja – jaatava vastuse korral – millistel tingimustel on kaubamärgi omanikul, kes on liikmesriigis turule viinud enda kaubamärgiga tähistatud kauba, mis on taaskasutatav ja taastäidetav, on määruse 2017/1001 artikli 15 lõike 2 ja direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõike 2 alusel õigus keelata selle kauba turustamine samas liikmesriigis edasimüüja poolt, kes kauba taastäidab ja asendab originaalkaubamärgiga etiketi teise etiketiga, jättes ühtlasi nähtavale ka sellel kaubal oleva originaalkaubamärgi.

32 Sellega seoses tuleb kõigepealt meenutada, et nimetatud määruse artiklist 9 ja kõnealuse direktiivi artiklist 10 tuleneb ELi kaubamärgi omaniku ja riigisisese kaubamärgi omaniku ainuõigus, mis võimaldab sellisel omanikul keelata kolmandatel isikutel muu hulgas tema kaubamärgiga tähistatud kaupu pakkuda, turule viia või neil eesmärkidel vallata. Selle määruse artikli 15 lõikes 1 ja kõnealuse direktiivi artikli 15 lõikes 1 on ette nähtud erand sellest reeglist, kuivõrd neis on sätestatud, et kaubamärgi omaniku õigus ammendub, kui omanik kauba asjaomase kaubamärgi all EMPs turule viib või seda tehakse tema nõusolekul (vt analoogia alusel 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, punkt 26 ja seal viidatud kohtupraktika).

33 Mis puudutab konkreetselt direktiivi 2015/2436 artikleid 10 ja 15, siis tuleb lisada, et nendega on täielikult ühtlustatud kaubamärgist tulenevaid õigusi käsitlevad normid ja seega on määratletud liidus kaubamärgi omanikele kuuluvate õiguste esemeline sisu (vt selle kohta 22. septembri 2011. aasta kohtuotsus Budějovický Budvar, C-482/09, EU:C:2011:605, punkt 32 ja seal viidatud kohtupraktika, ning analoogia alusel 29. juuli 2019. aasta kohtuotsus Pelham jt, C-476/17, EU:C:2019:624, punkt 85 ja seal viidatud kohtupraktika).

34 Vastavalt määruse 2017/1001 artikli 15 lõikele 2 ja direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõikele 2 võib kaubamärgi omanik oma kaubamärgiga tähistatud kauba edasise turustamise siiski keelata, kui selleks on õiguslik põhjendus, ja eelkõige juhul, kui kauba olukorda on pärast selle turuleviimist muudetud või kahjustatud. Sellise keelamisvõimaluse, mis kujutab endast erandit kaupade vaba liikumise aluspõhimõttest, ainus eesmärk on kaitsta õigusi, mis on hõlmatud kaubamärgi eriomase esemega, mõistetuna kaubamärgi peamisest ülesandest lähtudes (vt selle kohta 23. aprilli 2002. aasta kohtuotsus Boehringer Ingelheim jt, C-143/00, EU:C:2002:246, punkt 28).

35 Euroopa Kohus on korduvalt sedastanud, et kaubamärgiõiguse eriomane eesmärk on eelkõige tagada omanikule õigus kasutada kaubamärki kauba esimest korda turule viimiseks ning seeläbi kaitsta teda konkurentide eest, kellel võib olla soov ära kasutada tema kaubamärgi tuntust ja mainet, müües kaupa, mis on selle kaubamärgiga tähistatud õigusvastaselt. Kaubamärgi omaniku selle ainuõiguse täpse ulatuse kindlaksmääramisel tuleb arvesse võtta kaubamärgi peamist ülesannet, milleks on tagada tarbijale või lõppkasutajale kaubamärgiga tähistatud kauba teatav päritolu, võimaldades tal eristada seda kaupa ilma võimaliku segiajamiseta muu päritoluga kaubast (20. detsembri 2017. aasta kohtuotsus Schweppes, C-291/16, EU:C:2017:990, punkt 37 ja seal viidatud kohtupraktika).

36 Seega tuleb küsimust, kas kaubamärgi omanik võib keelata talle kuuluva kaubamärgiga tähistatud kauba edasimüügi ja eelkõige edasimüüja võetud meetmeid nagu kauba originaaletiketi eemaldamine ja kauba uue etiketiga tähistamine, isegi kui originaalkaubamärk jääb nähtavale, analüüsida kaubamärgi omaniku õiguspäraste huvide seisukohast ja eelkõige võttes arvesse tema huvi kindlustada kaubamärgi peamise ülesande – tagada tarbijale või lõppkasutajale kaubamärgiga tähistatud kauba teatav päritolu – täitmine.

37 Nagu kohtujurist märkis oma ettepaneku punktis 22, ei ole kaubamärgi omaniku õigus keelata tema kaubamärgiga tähistatud kauba edasine turustamine piiramatu, kuna see kujutab endast vältimatult kaupade vaba liikumise aluspõhimõtte piirangut.

38 Käesoleval juhul ei vaielda selle üle, et kõnealused süsihappegaasiballoonid viisid EMPs esimest korda turule nende kaupade tähistamiseks kasutatud ELi ja riigisiseste kaubamärkide omanikud.

39 Sellega seoses tuleb meelde tuletada, et Euroopa Kohtu praktika kohaselt on taastäidetava gaasiballooni tähistamiseks kasutatud registreeritud kaubamärgist selle omanikule tulenevad õigused ammendatud selle gaasiballooniga müügiga ja ostjale läheb üle õigus ballooni vabalt käsutada, seal hulgas ka õigus seda välja vahetada või lasta seda täita enda valitud ettevõttes. Ostja nimetatud õigusega kaasneb ballooni tähistamiseks kasutatud kaubamärgi omaniku konkurendi õigus tühje balloone täita ja välja vahetada (vt selle kohta 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, punkt 35).

40 Eelmainitut arvestades võib määruse 2017/1001 artikli 15 lõike 2 ja direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõike 2 kohaldamisalasse kuuluda edasimüüja tegevus, mis seisneb selles, et ta taastäidab kõnealused balloonid, mille tarbijad on tühjalt tagastanud, ja kinnitab pärast originaalkaubamärgiga etiketi eemaldamist balloonidele oma etiketi, jättes ühtlasi nähtavale balloonil oleva originaalkaubamärgi.

41 Kuid nagu käesoleva kohtuotsuse punktis 34 on meelde tuletatud, on kaubamärgi omanikul, olenemata tema kaubamärgiga tähistatud kauba turuleviimisest, määruse 2017/1001 artikli 15 lõike 2 ja direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõike 2 alusel õigus keelata selle kauba edasine turustamine, kui selleks on õiguslik põhjendus. Nendes sätetes otsesõnu esitatud hüpotees, mis

puudutab kauba olukorra muutumist või kahjustada saamist, on esitatud üksnes näitena, sest viidatud sätted ei sisalda ammendumise põhimõtte kohaldamise välistavate õiguslike põhjuste ammendavat loetelu (vt selle kohta 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, punkt 36 ja seal viidatud kohtupraktika).

42 Ümberpakendatud farmaatsiatoodete paralleelimpordi kontekstis koostas Euroopa Kohus loetelu tingimustest, mis võimaldasid tuvastada õiguslike põhjenduste olemasolu selles konkreetses kontekstis (vt eeskätt 11. juuli 1996. aasta kohtuotsus Bristol-Myers Squibb jt, C-427/93, C-429/93 ja C-436/93, EU:C:1996:282).

43 Põhikohtuasjale sarnasemas kontekstis leidis Euroopa Kohus, et selline õiguslik põhjendus on olemas samuti juhul, kui kaubamärgi mainet kahjustab oluliselt see, kui kolmas isik kasutab kaubamärgiga identset või sarnast tähist, või ka juhul, kui kasutamisega jäetakse mulje, et kaubamärgi omaniku ja kõnealuse kolmanda isiku vahel on majanduslik seos ning eelkõige, et viimane kuulub kaubamärgi omaniku turustusvõrku või et nende kahe isiku vahel on teatav erisuhe (vt selle kohta 8. juuli 2010. aasta kohtuotsus Portakabin, C-558/08, EU:C:2010:416, punktid 79 ja 80 ning seal viidatud kohtupraktika, ja 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, punkt 37).

44 Sellest järeldub, et ekslik mulje, mis tarbijatel võib tekkida seoses kaubamärgiomaniku ja edasimüüja vahelise majandusliku seose olemasoluga, on üks selline õiguslik põhjendus, mille alusel kaubamärgi omanik võib keelata edasimüüjal omaniku kaubamärgiga tähistatud kauba turustamise eeskätt juhul, kui edasimüüja eemaldab originaalkaubamärgiga etiketi ja tähistab kauba oma etiketiga, kuigi ühtlasi jääb nähtavale kaubale graveeritud originaalkaubamärk. Asjaolu, et edasimüüja võtab kõnealuse kauba edasiseks turustamiseks meetmeid ainult selles liikmesriigis, kus see kaup esimest korda turule viidi, ei ole otsustava tähtsusega selle kindlaksmääramisel, kas kaubamärgi omaniku keelule on õiguslik põhjendus.

45 Selleks et hinnata, kas kirjeldatud ekslik mulje jääb või mitte, tuleb arvesse võtta kõiki edasimüüja tegevusega seotud asjaolusid, näiteks seda, kuidas uue etiketiga balloone tarbijatele pakutakse ja millistel tingimustel neid müüakse, ning seda, kuidas balloonide taastäitmine asjaomases sektoris enamasti toimub (vt selle kohta 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, punktid 39 ja 40).

46 Kuigi seda, kas jääb ekslik mulje, et kaubamärgiomanike ja põhikohtuasja puhul kõne all olevaid balloone taastäitnud edasimüüja vahel on majanduslik seos, peab hindama liikmesriigi kohus, võib Euroopa Kohus siiski anda liikmesriigi kohtule liidu õiguse tõlgendamise juhtnööre, mis võivad olla sellele kohtule hindamisel tarvilikud (vt analoogia alusel 7. aprilli 2022. aasta kohtuotsus Berlin Chemie A. Menarini, C-333/20, EU:C:2022:291, punkt 46 ja seal viidatud kohtupraktika).

47 Nõnda tuleb esiteks märkida, et väga oluline on see, kui palju teavet uuel etiketil on. Nagu kohtujurist rõhutas oma ettepaneku punktis 51, tuleb nimelt hinnata uuest märgistusest jäävat üldmuljet, et teha kindlaks, kas piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepaneliku tarbija jaoks on selge ja üheselt mõistetav teave kaubamärgi omaniku kohta, kes on ballooni valmistanud, ja ballooni taastäitnud edasimüüja kohta. Eelkõige ei tohi uuel etiketil esitatud teabest jääda mulje, et ballooni taastäitnud edasimüüja ja originaalkaubamärgi omaniku vahel on majanduslik seos.

48 Teiseks tuleb uuest etiketist jääva mulje hindamisel arvesse võtta ka asjaomase sektori toimimistava ning seda, kas tarbijad on harjunud sellega, et balloone taastäidab muu ettevõtja kui originaalkaubamärgi omanik.

49 Selles osas võib asjaolu, et kõnealune kaup on taaskasutatav ja taastäidetav balloon, ning ühtlasi selle ballooni sisu olla asjakohane, et teha kindlaks, kas tarbijale võib jääda kirjeldatud ekslik mulje. Loomulikult tuleb arvesse võtta asjaolu, et ballooni ja selle sisu funktsionaalse seose tõttu võib avalikkus arvata, et tavaliselt on mõlemad sama kaubandusliku päritoluga. Kuigi suru- või vedelgaasi ei ole ilma selle hoidmiseks mõeldud metallmahutita võimalik kasutada ja seda laadi ballooni võib seega käsitada pakendina (vt selle kohta 20. novembri 2014. aasta kohtuotsus Utopia, C-40/10, EU:C:2014:2389, punkt 40), ei arvata siiski tingimata, et selliste ringlussevõtu loogikast lähtudes on taaskasutatavate ja mitu korda taastäidetavate balloonide kaubanduslik päritolu sama kui neis oleval gaasil.

50 Mis puutub täpsemalt tühjade balloonide taastäitmise tingimustesse, siis võib eeldada, nagu kohtujurist märkis oma ettepaneku punktis 56, et tarbija, kes pöördub tühja ballooni taastäitmiseks või taastäidetud ballooni vastu vahetamiseks otse ettevõtja poole, kes ei ole originaalkaubamärgi omanik, saab paremini teada, et selle ettevõtja ja kaubamärgiomaniku vahel puudub majanduslik seos.

51 Nagu käesoleval juhul nähtub eelotsusetaotlusest ja põhikohtuasja poolte kirjalikest märkustest, ei paku ei originaalkaubamärkide omanikud ega edasimüüja oma süsihappegaasiballoone otse tarbijatele, kuna balloonid on müügil ainult edasimüüjate kauplustes.

52 Edasimüüjaga otsese kokkupuute puudumise tagajärjel on oht, et tarbija satub eksitusse seoses sellega, milline suhe on edasimüüjal originaalkaubamärkide omanikega. Selline olukord võib niisiis ohustada kaubamärgi peamise ülesande täitmist, millele on viidatud käesoleva kohtuotsuse punktis 35, ja seega on direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõike 2 ja määruse 2017/1001 artikli 15 lõike 2 kohaldamine põhjendatud.

53 Kolmandaks tuleneb Euroopa Kohtu kohtupraktikast, et kui balloonil jääb originaalkaubamärk nähtavale vaatamata sellele, et edasimüüja on kasutanud täiendavat etiketti, siis on see asjakohane, kuna see võib välistada asjaolu, et etiketi abil on muudetud balloonide olukorda, varjates nende päritolu (vt selle kohta 14. juuli 2011. aasta kohtuotsus Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485, punkt 41).

54 Kõiki eelnevaid kaalutlusi arvestades tuleb eelotsuse küsimustele vastata, et määruse 2017/1001 artikli 15 lõiget 2 ja direktiivi 2015/2436 artikli 15 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, kaubamärgi omanikul, kes on liikmesriigis turule viinud enda kaubamärgiga tähistatud kauba, mis on taaskasutatav ja taastäidetav, ei ole eelnimetatud sätete alusel õigust keelata selle kauba turustamist samas liikmesriigis edasimüüja poolt, kes kauba taastäidab ja asendab originaalkaubamärgiga etiketi teise etiketiga, jättes ühtlasi nähtavale ka selle kaubal oleva originaalkaubamärgi, välja arvatud juhul, kui selline uus etikett jätab tarbijatele eksliku mulje, et edasimüüja ja kaubamärgi omaniku vahel on majanduslik seos. Eksitusse sattumise tõenäosust tuleb hinnata igakülgselt, võttes arvesse kaubal ja selle uuel etiketil olevaid andmeid, asjaomase sektori turustamistava ning seda, mil määral on see tava tarbijatele tuttav.

Kohtukulud

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

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (viies koda) otsustab:

Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta artikli 15 lõiget 2 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiivi (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 15 lõiget 2

tuleb tõlgendada nii, et

kaubamärgi omanikul, kes on liikmesriigis turule viinud enda kaubamärgiga tähistatud kauba, mis on taaskasutatav ja taastäidetav, ei ole eelnimetatud sätete alusel õigust keelata selle kauba turustamist samas liikmesriigis edasimüüja poolt, kes kauba taastäidab ja asendab originaalkaubamärgiga etiketi teise etiketiga, jättes ühtlasi nähtavale ka selle kaubal oleva originaalkaubamärgi, välja arvatud juhul, kui selline uus etikett jätab tarbijatele eksliku mulje, et edasimüüja ja kaubamärgi omaniku vahel on majanduslik seos. Eksitusse sattumise tõenäosust tuleb hinnata igakülgselt, võttes arvesse kaubal ja selle uuel etiketil olevaid andmeid, asjaomase sektori turustamistava ning seda, mil määral on see tava tarbijatele tuttav.

Allkirjad