



PATENDIAMET

KAUBAMÄRGI- JA DISAINIVAIDLUSED II

Euroopa Kohtu eelotsused
2014 I poolaasta

Patendiamet
Tallinn 2014

Eelotsuste kogumik on välja antud koostöös Siseturu Ühtlustamise Ametiga

Collection of preliminary rulings of the European Court of Justice is published in cooperation with the Office for Harmonization in the Internal Market (Trade Marks and Designs)



Koostaja: Liina Puu

Keeletoimetajad: Eve Tammaru, Marilis Ehvert

ISBN 978-9949-9450-7-8 (pdf)

Sisukord

Lühikokkuvõtted lahenditest	4
--	----------

Kohtuasi C-479/12 H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG versus Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH

(Eelotsusetaotlus – Intellektuaalomand – Ühenduse disainilahendused – Määrus (EÜ) nr 6/2002 – Artikli 7 lõige 1, artikli 11 lõige 2, artikli 19 lõige 2, artikkel 88, artikli 89 lõike 1 punktid a ja d – Ühenduse registreerimata disainilahendus – Kaitse – Avalikustamine – Uudsus – Õiguste rikkumise tuvastamise hagi – Tõendamiskoormis – Aegumine – Kohaldatav õigus)	10
--	----

Kohtuasi C-65/12 Leidseplein Beheer BV, Hendrikus de Vries versus Red Bull GmbH, Red Bull Nederland BV

(Eelotsusetaotlus – Kaubamärgid – Direktiiv 89/104/EMÜ – Kaubamärgiga antavad õigused – Mainekas kaubamärk – Kaitse, mis laieneb kaupadele ja teenustele, mis ei ole sarnased – Maineka kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamine kolmanda isiku poolt ilma õigustava põhjusega – Mõiste „õigustav põhjus“)	29
--	----

Kohtuasi C-98/13 Martin Blomqvist versus Rolex SA, Manufacture des Montres Rolex SA

(Eelotsusetaotlus – Määrus (EÜ) nr 1383/2003 – Võltsitud ja piraatkaupade vabasse ringlusse lubamist takistavad meetmed – Artikkel 2 – Määruse reguleerimisala – Veebisaidi kaudu kolmandast riigist pärit võltsitud kella müük isiklikuks kasutamiseks eraõiguslikule isikule, kes elab mõnes liikmeriigis – Kella kinnipidamine tolli poolt liikmesriigi territooriumile jõudmisel – Kinnipidamise õiguspärasus – Tingimused – Tingimused, mis puudutavad intellektuaalomandi õiguste rikkumist – Direktiiv 2001/29/EÜ – Artikkel 4 – Üldsusele levitamine – Direktiiv 2008/95/EÜ – Artikkel 5 – Määrus (EÜ) nr 207/2009 – Artikkel 9 – Kaubandustegevuse käigus kasutamine).....	45
---	----

Kohtuasi C-409/12 Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH versus Pfahnl Backmittel GmbH

(Kaubamärgid – Direktiiv 2008/95/EÜ – Artikli 12 lõike 2 punkt a – Kaubamärgiõiguste lõppenuks tunnistamine – Kaubamärk, mis on omaniku tegevuse või tegevusetuse tõttu kaubanduses muutunud selle kauba või teenuse üldnimeks, mille jaoks ta on registreeritud – Viis, kuidas tajuvad sõnalist tähist KORNSPITZ esiteks edasimüüjad ja teiseks lõpptarbijad – Eristusvõime kaotamine üksnes lõpptarbijate silmis)	60
---	----

Lühikokkuvõtted lahenditest

1. Otsuses C-479/12 analüüsis Euroopa Kohus registreerimata disainilahenduse avalikustamise kohustuse täitmist ja poolte tõendamiskoormuse jagamist registreerimata disainilahenduse kopeerimise fakti ja eristatavuse kriteeriumi täitmise tuvastamisel kohtus. Samuti analüüsis kohus, milline õigusnorm reguleerib registreerimata disainilahendusest tulenevate nõuete aegumist ning millist õigust tuleb liikmesriigi kohtul kohaldada (kas liidu õigust või riigisisest õigust) kaupade hävitamise ja kahju hüvitamise nõude lahendamisel.

Nendele küsimustele vastates andis Euroopa Kohus tõlgenduse nõukogu 12. detsembri 2001. aasta määruse 6/2002 ühenduse disainilahenduse artiklite 7 (1), 11 (2), 19 (2); 88; 89 (1)(a) (d) kohta.

Hinnates avalikustamise nõude täitmise kohustust, täpsemalt seda, kas disainilahenduse kujutise jaotamisest edasimüüjatele piisab, kui tõendada, et liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad olid kõnealuselt disainilahendusest mõistliku ootuse kohaselt teada saanud, hindas kohus, kas valida kitsam tõlgendus, mille puhul asjaomase sektori ringkonnad hõlmaksid vaid isikuid, kes on seotud disainilahenduste loomisega ning disainilahendustele vastavate toodete arendamise või valmistamisega, või laiem tõlgendus, mille puhul hõlmaks väljend „asjaomase sektori ringkonnad” ka vahendajaid ja edasimüüjaid. Kohus jõudis järeldusele, et kitsam tõlgendus oleks määrusega (6/2002) vastuolus ning tooks kaasa ühenduse registreerimata disainilahenduste õiguskaitsse piiramise.

Hinnates kopeerimise ja vaidlustatud disainilahenduse sõltumatult väljatöötamise fakti tõendamise koormuse jagamise kohustust, sedastas kohus, et registreerimata disainilahenduse omanikul lasub kohustus tõendada, et vaidlustatud kasutus seisneb kaitstud registreerimata di-

sainilahenduse kopeerimises, samas peab väidetav õiguste rikkuja tõendama, et vaidlustatud disainilahendus on välja töötatud sõltumatult.

Käsitledes registreerimata disainilahenduse aegumise küsimust märkis kohus, et nõuete aegumise kohta tuleb kohaldada riigisiseseid norme ja arvestada sealjuures Euroopa Kohtu praktikast tulenevaid võrdväarsuse ja tõhususe põhimõtteid.

Vastates küsimusele, millist õigust tuleks kohaldada toodete hävitamise nõude läbivaatamisel, leidis kohus, et määruse (6/2002) artikli 89 lõike 1 punkti d tuleb tõlgendada nii, et disainilahenduse õigust rikkuvate toodete hävitamise nõudele tuleb kohaldada selle liikmesriigi õigust, sealhulgas selle riigi rahvusvahelist eraõigust, kus tehti disainilahenduse õigust rikkuvaid või ohustavaid toiminguid. Nende toimingute täideviija tegevuse tõttu tekkinud kahju hüvitamise nõuete ja kahju kindlaksmääramise eesmärgil nende tegevuste kohta teabe saamise nõuetele tuleb nimetatud määruse artikli 88 lõike 2 alusel kohaldada vaidlust lahendava ühenduse disainilahenduste kohtu asukohariigi õigust, sealhulgas selle riigi rahvusvahelist eraõigust.

2. Otsuses C-65/12 analüüsis kohus mainega kaubamärgi õiguskaitsese küsimusi, täpsemalt annalüüsis kohus, millistel juhtudel puudub mainega kaubamärgiomanikul õigus keelata sarnase kaubamärgi kasutamine.

Küsimusele vastuse andmisel tõlgendas kohus Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ (kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta) artikli 5 lõiget 2.

Nimetatud artikli kohaselt on omanikul õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid tema nõusolekuta kasutamast kaubandustegevuse käigus mis tahes tähist, mis on identne või sarnane kaubamärgiga, mis on välja antud kaupade või teenuste jaoks, mis ei ole sarnased nende kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud, ja juhul kui selle tähise [õigustava] põhjuseta kasutamine kasutaks ebaõiglaselt

ära või kahjustaks varasema kaubamärgi eristatavust või mainet [täpsustatud tõlge].

Riigisisene kohus soovis teada, kas direktiivi 89/104 artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et „õigustava põhjusega“ selle sätte tähenduses võib olla tegemist ka siis, kui kolmas isik kasutas mainega kaubamärgiga identset või sarnast tähist identsete kaupade tähistamiseks heauskselt juba enne eelnimetatud kaubamärgi registreerimistaotluse esitamist.

Esitatud küsimusele vastates leidis kohus, et maineka kaubamärgi omanik võib õigustava põhjuse tõttu olla kohustatud taluma seda, et kolmas isik kasutab sarnast tähist identse kauba tähistamiseks, juhul kui eelnimetatud tähist kasutati enne maineka kaubamärgi taotluse esitamist ja tähise kasutamine identse kauba tähistamiseks toimub heauskselt.

Hinnates, kas see on nii, peab liikmesriigi kohus võtma arvesse eelkõige järgmisi asjaolusid:

- kui levinud on kõnealune tähis ja milline on selle reputatsioon asjaomase avalikkuse silmis,
- mil määral sarnanevad need kaubad ja teenused, mille jaoks seda tähist algselt kasutati, kaubaga, mille jaoks on mainekas kaubamärk registreeritud, ja
- kui oluline on kõnealuse kaubamärgiga sarnase tähise kasutamine selle kauba jaoks majanduslikult ja kaubanduslikult.

3. Otsuses C-98/13 käsitles kohus autoriõiguse ja kaubamärgiomaniku õigust takistada võltsitud kauba turustamist üksikisikule kolmandast riigist veebipoe kaudu liikmesriigis, kus nii kaubamärgi registreeringust tulenevad õigused kui ka autoriõigused on kaitstud.

Riigisisese kohtu eelotsuse küsimusele vastuse andmisel tõlgendas kohus määrust (EÜ) nr 1383/2003¹; direktiivi 2001/29/EÜ² artiklit 4 (1); direktiivi 2008/95/EÜ artikleid 5 (1)(3)³ ja määruse (EÜ) nr 207/2009⁴ artiklit 9 (1).

Eelotsusetaotluse esitanud riigisisene kohus soovis teada, kas selleks, et kolmandas riigis asuva veebipoe veebisaidi kaudu liikmesriigi territooriumil elavale isikule müüdud kauba intellektuaalomandiõiguse omaniku suhtes kehtiks kaitse, on vaja, et kõnealuses liikmesriigis peetaks seda müüki üldsusele levitamise viisiks või kaubandustegevuse käigus kasutamiseks, ning kas enne müümist peab sama liikmesriigi tarbijatele asjaomase kauba kohta olema tehtud müügi-pakkumisi või reklaami.

Euroopa Kohus leidis, et kolmandas riigis asuva veebipoe veebisaidi kaudu liikmesriigi territooriumil elavale isikule müüdud kauba intellektuaalomandiõiguse omaniku suhtes kehtib kauba selle liikmesriigi territooriumile toomise ajal kaitse. Õiguste rikkumiseks piisab faktist, et kõnealune kaup osteti. Kaitse tagamiseks ei ole vaja, et enne müümist oleks asjaomase kauba kohta sama liikmesriigi tarbijatele tehtud müügi-pakkumisi või reklaami.

4. Otsuses C-409/12 analüüsis kohus, milliste tingimuste esinemisel on võimalik kaubamärgiomaniku õigused lõppenuks tunnistada, kui kaubamärk on kas kaubamärgiomaniku tegevuse või tegevusetuse tulemusena minetanud eristusvõime ning muutunud lõpptarbija jaoks kauba üldnimeks.

¹ Nõukogu 22. juuli 2003. aasta määrus (EÜ) nr 1383/2003 teatavate intellektuaalomandi õiguste rikkumises kahtlustatavate kaupade suhtes võetava tollimeetme ja kõnealuseid õigusi rikkuvaks tunnistatud kaupade suhtes võetavate meetmete kohta.

² Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. mai 2001. aasta direktiiv 2001/29/EÜ autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste teatavate aspektide ühtlustamise kohta infoühiskonnas.

³ Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiiv 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta.

⁴ Nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määrus (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta.

Eelotsusetaotlus käsitleb direktiivi 2008/95/EÜ artikli 12 lõike 2 punkti a tõlgendamist.

Esitatud eelotsusetaotlusega soovis riigisisene kohus teada, kas kaubamärk on kaubanduses muutunud kauba või teenuse üldnimeks siis, kui kaupade turustajad on teadlikud kaubamärgist, kuid kaupade lõpptarbijad ei taju asjaomast kaubamärki enam päritolutähisena? Kas omaniku tegevuse või tegevusetuse tõttu lõpptarbijate, mitte aga kauba turustajate jaoks üldnimeks muutunud kaubamärgist tulenevad õigused tuleb tunnistada lõppenuks siis ja ainult siis, kui lõpptarbijad on sunnitud seda nimetust kasutama, sest kauba tähistamiseks puuduvad teised samaväärsed alternatiivsed nimetused?

Euroopa Kohus sedastas, et kaubamärgiõigused võib lõppenuks tunnistada, kui kaubamärk on kaubamärgiomaniku tegevuse või tegevusetuse tulemusena muutunud kauba üldnimeks vaid lõpptarbija jaoks.

Kaubamärgiomaniku tegevusetusena võib käsitleda olukorda, kui kaubamärgiomanik ei kohusta edasimüüjaid lisaks kaubamärki kasutama sellise kauba turustamisel, mille jaoks asjaomane kaubamärk on registreeritud.

Kaubamärgiomaniku õiguste lõppenuks tunnustamisel ei oma tähtsust asjaolu, kas kaubal on muid nimetusi või mitte. Muude nimetuste puudumine ei anna alust muuta järeldust kaubamärgi üldnimeks muutumise kohta.

1. Direktiivi 2008/95/EÜ artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et sellises olukorras, nagu käsitletakse põhikohtuasjas, võib kaubamärgiõiguse seoses teatava kaubaga, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud, lõppenuks tunnistada, kui kaubamärk on kaubamärgiomaniku tegevuse või tegevusetuse tulemusena muutunud asjaomase kauba üldnimeks selle põhjal, kuidas lõpptarbija seda kaubamärki tajub.

2. Direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et „tegevusetusena” selle sätte tähenduses võib määratleda seda, kui kaubamärgiomanik ei kohusta edasimüüjaid lisaks kaubamärki kasutama sellise kauba turustamisel, mille jaoks asjaomane kaubamärk on registreeritud.

3. Direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiõiguse lõppenuks tunnistamine ei eelda selle kindlakstegetmist, kas kaubal, mille kaubamärk on kaubanduses muutunud üldnimeks, on ka muid nimetusi.

EUROOPA KOHTU OTSUS (kolmas koda)
13. veebruar 2014*

Eelotsusetaotlus – Intellektuaalomand – Ühenduse disainilahendused – Määrus (EÜ) nr 6/2002 – Artikli 7 lõige 1, artikli 11 lõige 2, artikli 19 lõige 2, artikkel 88, artikli 89 lõike 1 punktid a ja d – Ühenduse registreerimata disainilahendus – Kaitse – Avalikustamine – Uudsus – Õiguste rikkumise tuvastamise hagi – Tõendamiskoormis – Aegumine – Kohaldatav õigus

Kohtuasjas C-479/12,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Bundesgerichtshofi (Saksamaa) 16. augusti 2012. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 25. oktoobril 2012, menetluses

H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG

versus

Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH,

EUROOPA KOHUS (kolmas koda),

koosseisus: koja president M. Ilešič, kohtunikud C. G. Fernlund, A. Ó Caoimh, C. Toader ja E. Jarašiūnas (ettekandja),

kohtujurist: M. Wathelet,

kohtusekretär: A. Calot Escobar,

arvestades kirjalikku menetlust,

arvestades kirjalikke seisukohti, mille esitasid:

- Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH, esindaja: *Recht-sanwalt* A. Rinkler,
- Euroopa Komisjon, esindajad: G. Braun ja F. Bulst,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

olles 5. septembri 2013. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse.

1. Eelotsusetaotlus puudutab nõukogu 12. detsembri 2001. aasta määruse (EÜ) nr 6/2002 ühenduse disainilahenduse kohta (EÜT 2002 L 3, lk 1; ELT eriväljaanne 13/27, lk 142; edaspidi „määrus“) artikli 7 lõike 1, artikli 11 lõike 2, artikli 19 lõike 2, artikli 89 lõike 1 punktide a ja d tõlgendamist.
2. Taotlus on esitatud kohtuvaidluses, mille üks pool on H. Gautzsch Großhandel GmbH & Co. KG (edaspidi „Gautzsch Großhandel“) ja teine pool Münchener Boulevard Möbel Joseph Duna GmbH (edaspidi „MBM Joseph Duna“) ning vaidluse ese on MBM Joseph Duna poolt Gautzsch Großhandeli vastu esitatud hagi ühenduse registreerimata disainilahenduse õiguste rikkumise tuvastamise nõudes.

Õiguslik raamistik

3. Määruse nr 6/2002 põhjenduses 1 on ette nähtud:
„Ühtne süsteem ühenduse disainilahenduse saamiseks, mis oleks ühe-
taoliselt ning ühtse mõjuga kaitstud kogu ühenduse territooriumil, ai-
taks saavutada ühenduse asutamislepingus sätestatud eesmäärke.“
4. Selle määruse põhjendustes 21 ja 22 on esitatud:
„(21) Ühenduse registreeritud disainilahendusest tuleneva ainuõiguse
eesmärk on tagada suurem õiguskindlus. Seevastu ühenduse re-
gistreerimata disainilahendusega peaks kaasnema vaid õigus ta-
kistada kopeerimist. Seepärast ei tohiks kaitse hõlmata tooteid,
milles kasutatud disainilahenduse on sõltumatult välja töötanud
teine autor. Nimetatud õigus peaks laienema ka õigusi rikkuvaid
disainilahendusi sisaldavate toodetega kauplemisele.“

(22) Need õigusad tuleks kehtestada siseriiklike õigusaktidega. Seejärel on tarvis kõikides liikmesriikides ette näha teatavad ühtsed põhisanktsioonid. Need peaksid võimaldama rikkumise lõpetada olenemata jurisdiktsioonist, mille piires rakendamist taotleatakse.”

5. Määruse põhjenduses 31 on täpsustatud:

„Käesolev määrus ei takista ühenduse disainilahendustena kaitstavate disainilahenduste suhtes kohaldamast liikmesriikide tööstusomandi seadusi või muid asjakohaseid õigusakte, näiteks akte, mis käsitlevad disainilahendusele registreerimisega saadud kaitset, registreerimata disainilahendusi, kaubamärke, patente ja kasulikke mudeleid, kõlvatut konkurentsi või tsiviilvastutust.”

6. Määruse nr 6/2002 artikli 1 lõike 1 ja lõike 2 alapunkti a kohaselt on viidatud määruses sätestatud tingimustele vastav ühenduse disainilahendus kaitstud kui „ühenduse registreerimata disainilahendus”, kui see on selles määruses sätestatud viisil avalikkusele kättesaadavaks tehtud.

7. Määruse nr 6/2002 artikkel 4 „Kaitsekõlblikkus” sätestab, et ühenduse disainilahendust kaitstakse, kui see on uudne ja eristatav.

8. Määruse artikli 5 „Uudsus” lõikes 1 on sätestatud:

„Disainilahendus loetakse uudeks, kui identset disainilahendust ei ole tehtud avalikkusele kättesaadavaks:

a) ühenduse registreerimata disainilahenduse puhul enne kuupäeva, mil disainilahendus, millele kaitset taotletakse, esimest korda avalikkusele kättesaadavaks tehti;

[...]”

9. Nimetatud määruse artikli 6 „Eristatavus” lõige 1 sätestab:

„Disainilahendus loetakse eristatavaks, kui vastava ala asjatundja üldmulje sellest erineb kõikide nende disainilahenduste jäetud üldmuljest, mis on avalikkusele kättesaadavaks tehtud:

- a) ühenduse registreerimata disainilahenduse puhul enne kuupäeva, mil disainilahendus, millele kaitset taotletakse, esimest korda avalikkusele kättesaadavaks tehti;

[...]"

10. Sama määruse artikli 7 „Avalikustamine” lõikes 1 on sätestatud:

„Artiklite 5 ja 6 kohaldamisel loetakse disainilahendus avalikkusele kättesaadavaks tehtuks, kui see on pärast registreerimist või muul ajal avaldatud trükis, seda on esitatud näitusel, kasutatud kaubavahetuses või see on muul viisil avalikustatud kas enne artikli 5 lõike 1 punktis a ja artikli 6 lõike 1 punktis a või artikli 5 lõike 1 punktis b ja artikli 6 lõike 1 punktis b nimetatud kuupäeva, välja arvatud juhul, kui ühenduses tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad ei oleks mõistliku ootuse kohaselt pidanud sellest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama. Disainilahendust ei loeta siiski avalikkusele kättesaadavaks tehtuks, kui see on üksnes avalikustatud kolmandale isikule, kelle puhul kehtib otsene või kaudne konfidentsiaalsusnõue.”

11. Määruse nr 6/2002 artikli 11 „Ühenduse registreerimata disainilahenduse kaitse tähtaeg” on sätestatud:

„1. Disainilahendust, mis vastab 1. jao tingimustele, kaitstakse ühenduse registreerimata disainilahendusena kolme aasta jooksul alates kuupäevast, mil disainilahendus ühenduses esimest korda avalikkusele kättesaadavaks tehti.

2. Disainilahendus loetakse lõike 1 tähenduses ühenduses avalikkusele kättesaadavaks tehtuks, kui see on trükis avaldatud, näitusele esitatud, seda on kasutatud kaubavahetuses või see on muul viisil avalikustatud sellisel viisil, et ühenduses tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad pidid mõistliku ootuse kohaselt sellest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama. Disainilahendust ei loeta siiski avalikkusele kättesaadavaks tehtuks, kui see on üksnes avalikustatud kolmandale isikule, kelle puhul kehtib otsene või kaudne konfidentsiaalsusnõue.”

12. Määruse artikli 19 „Ühenduse disainilahendusest tulenevad õigused” lõigetes 1 ja 2 on sätestatud:

„1. Ühenduse registreeritud disainilahendus annab selle omanikule ainuõiguse kasutada disainilahendust ning takistada kolmandat isikut seda loata kasutamast. Nimetatud kasutamiseks loetakse eelkõige sellise toote valmistamist, pakkumist, turustamist, importi, eksporti või kasutamist või nendel eesmärkidel sellise toote säilitamist, milles disainilahendus sisaldub või mille puhul seda on kasutatud.

2. Seevastu ühenduse registreerimata disainilahendus annab selle omanikule õiguse takistada lõikes 1 nimetatud toiminguid üksnes juhul, kui vaidlusalune kasutus hõlmab kaitstud disainilahenduse kopeerimist.

Vaidlusalust kasutust ei loeta kaitstud disainilahenduse kopeerimiseks, kui kasutatava disainilahenduse on sõltumatult loonud autor, kelle puhul on alust arvata, et ta ei tea omaniku poolt avalikuks tehtud disainilahendusest.”

13. Kõnealuse määruse artiklis 88 „Kohaldatav õigus” on sätestatud:

„1. Ühenduse disainilahenduste kohtud kohaldavad käesoleva määruse sätteid.

2. Käesoleva määrusega reguleerimata küsimustes kohaldab ühenduse disainilahenduste kohus siseriiklike, sealhulgas rahvusvahelise eraõiguse sätteid.

3. Kui käesolevas määruses ei ole sätestatud teisiti, kohaldab ühenduse disainilahenduste kohus samu menetlusnorme, mida kohaldataks kohtu asukohaliikmesriigi siseriikliku disainilahenduse õigustega seonduva sama liiki hagi puhul.”

14. Määruse artikli 89 „Sanksioonid õiguste rikkumisega seotud hagide puhul” lõikes 1 on sätestatud:

„Kui ühenduse disainilahenduste kohus rikkumist või rikkumise ohtu käsitleva hagi menetluses leiab, et kostja on ühenduse disainilahendust

rikkunud või loonud selle rikkumise ohu, võtab ta, kui seda ei takista mõjuvad põhjused, kasutusele järgmisi meetmeid:

- a) kohustab kostjat lõpetama tegevuse, mis ühenduse disainilahenduse õigusi rikub või rikuks;
- b) määrab rikkuvate toodete konfiskeerimise;
- c) määrab peamiselt rikkuvate toodete valmistamiseks kasutatud materjalide ja vahendite arestimise, kui omanik teadis või pidi teadma nende kasutamise eesmärki;
- d) määrab muid asjaolude kohaseid sanktsioone, mis on ette nähtud selle liikmesriigi õigusaktide, sealhulgas rahvusvahelise eraõiguse sätetega, kus rikkumine on toime pandud või seda on kavandatud.”

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

15. Eelotsusetaotlusest nähtub, et põhikohtuasja pooled turustavad aiamööblit. MBM Joseph Duna kaubavalikusse kuulub Saksamaal turustatav baldahhiiniga aiapaviljon, mille disainilahenduse töötas kõnealuse äriühingu tegevjuht välja 2004. aastal. Gautzsch Großhandel hakkas omakorda 2006. aastal müüma aiapaviljoni „Athen”, mille valmistaja on Hiinas asuv ettevõtja Zhengte.
16. MBM Joseph Duna väitis, et tema disainilahendus on kaitstud kui ühenduse registreerimata disainilahendus ja esitas Landgericht Düsseldorf (Düsseldorfi (Saksamaa) esimese astme kohus) Gautzsch Großhandeli vastu õiguste rikkumise tuvastamise hagi, milles nõudis, et Gautzsch Großhandel lõpetaks asjaomase paviljoni kasutamise, annaks oma valduses või omandis olevad disainilahenduse õigust rikuvad tooted välja hävitamiseks ja annaks oma tegevuse kohta teavet, ning hüvitaks selle tõttu tekkinud kahju.
17. MBM Joseph Duna põhjendas oma nõudeid eelkõige sellega, et paviljon „Athen” on koopia talle kuuluvast disainilahendusest, mis sisaldus 2005. aasta aprilli ja mai uudiskirjas „MBM-Neuheitenblätter”, mida oli

levitatud mööbli ja aiamööbli sektori suurematele edasimüüjate ning Saksamaa mööblihankeühistute hulgas.

18. Gautzsch Großhandel vaidles neile nõuetele vastu ja märkis, et ettevõtja Zhengte töötas paviljoni „Athen” sõltumatult välja 2005. aasta alguses ega olnud MBM Joseph Duna disainilahendusest teadlik. Zhengte esitles paviljoni 2005. aasta märtsis Euroopa klientidele selle ettevõtja Hiinas asuvas väljapanekusaalis ja üks mudel saadeti sama aasta juunis Belgias asutatud äriühingule Kosmos. Gautzsch Großhandel väitis, et MBM Joseph Duna oli alates 2005. aasta septembrist kõnealusel disainilahendusest teadlik ja teadis, et seda turustati alates 2006. aasta augustist, ning esitas vastuväite, mille kohaselt on nõuded aegunud ja minetatud.
19. Esimese astme kohus nentis, et kuna ühenduse registreerimata disainilahenduse kolmeaastane kaitsetähtaeg on möödunud, puudub vajadus otsustada esimese ja teise nõude üle, millega taotletakse paviljoni „Athen” kasutamise lõpetamist ja disainilahenduse õigust rikkuvate toodete üleandmist. Ülejäänud nõuete osas otsustas kohus, et Gautzsch Großhandel peab esitama teavet oma tegevuse kohta ning et kõnealusel äriühingul on kohustus maksta oma tegevusega tekitatud kahju eest rahalist hüvitist.
20. Apellatsioonikohus jättis selle kohtuotsuse peale esitatud Gautzsch Großhandeli apellatsioonkaebuse rahuldamata, kuna ta leidis, et esimene ja teine nõue on põhjendatud määruse nr 6/2002 artikli 19 lõike 2 ja artikli 89 lõike 1 punktide a ja d alusel ning samuti Saksa disainilahenduste õiguskaitset käsitleva seaduse (Gesetz über den rechtlichen Schutz von Mustern und Modellen) alusel ning et MBM Joseph Duna oli tõepoolest õigus saada nõutud teavet ning hüvitist talle tekitatud kahju eest.
21. Gautzsch Großhandeli poolt eelotsusetaotluse esitanud kohtule esitatud kassatsioonkaebuse läbivaatamisel tekkis nimetatud kohtul põhi-kohtuasja asjaolusid silmas pidades küsimus, milline ulatus on määruse nr 6/2002 artikli 7 lõikes 1 ja artikli 11 lõikes 2 kasutatud mõistel

„avalikustamine” selle kindlaksmääramisel, kas registreerimata disainilahendus, millele kaitset taotletakse, on selle määruse tähenduses avalikkusele kättesaadavaks tehtud ning kas vastandatud disainilahendus on avalikustatud sellest varem.

22. Lisaks soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas tõendeid registreerimata disainilahenduse rikkumise kohta ning õiguste rikkumise tuvastamise hagile vastuväitena esitatavaid aegumise ja õiguste minetamise väiteid reguleerib liidu õigus või kuuluvad need liikmesriigi õiguse kohaldamise alasse. Lisaks küsib eelotsusetaotluse esitanud kohus, kas nõuetele, millega taotletakse disainilahenduse õigust rikkuvate toodete hävitamist kogu Euroopa Liidus ja teavet disainilahenduse õiguse rikkuja tegevuse kohta ning hüvitist selle tegevuse tõttu tekkinud kahju eest, kohaldatakse eelotsusetaotluse esitanud kohtu asukohariigi õigust või selle liikmesriigi õigust, kus õigusrikkumised toime pandi.
23. Neil asjaoludel otsustas Bundesgerichtshof menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:
- „1. Kas määruse [nr 6/2002] artikli 11 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad pidid mõistliku ootuse kohaselt disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama, juhul kui edasimüüjatele levitati disainilahenduse kujutisi?
2. Kas määruse [nr 6/2002] artikli 7 lõike 1 esimest lauset tuleb tõlgendada nii, et liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad ei oleks mõistliku ootuse kohaselt pidanud disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama, kuigi see tehti kättesaadavaks kolmandale isikule ilma otsese või kaudse konfidentsiaalsusnõudeta:
- a) kui see tehti kättesaadavaks ainult ühele asjaomase sektori ettevõtjale või

- b) kui see oli välja pandud Hiina ettevõtja väljapanekusaalis, mida tavapärane turuseire ei hõlma?
3. a. Kas määruse [nr 6/2002] artikli 19 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et ühenduse registreerimata disainilahenduse omanikul lasub kohustus tõendada, et vaidlusalune kasutus seisneb kaitstud disainilahenduse kopeerimises?
- b. Kui kolmanda küsimuse punktile a vastatakse jaatavalt:
kas tõendamiskoormis läheb üle teisele poolele või ühenduse registreerimata disainilahenduse omaniku tõendamiskoormist kergendatakse, kui disainilahendus ja vaidlustatud kasutus on olulises osas ühtivad?
4. a. Kas õigus nõuda ühenduse registreerimata disainilahenduse õiguste rikkumise lõpetamist vastavalt määruse [nr 6/2002] artikli 19 lõikele 2 ja artikli 89 lõike 1 punktile a aegub?
- b. Kui neljanda küsimuse punktile a vastatakse jaatavalt:
kas aegumist reguleerib liidu õigus, ja kui jah, siis milline õigusnorm?
5. a. Kas õigus nõuda ühenduse registreerimata disainilahenduse õiguste rikkumise lõpetamist vastavalt määruse [nr 6/2002] artikli 19 lõikele 2 ja artikli 89 lõike 1 punktile a võidakse minetada?
- b. Kui viienda küsimuse punktile a vastatakse jaatavalt:
kas õiguse minetamist reguleerib liidu õigus ja kui jah, siis milline õigusnorm?
6. Kas määruse [nr 6/2002] artikli 89 lõike 1 punkti d tuleb tõlgendada nii, et ühenduse registreerimata disainilahenduse õiguste rikkumisel põhineva kogu liitu hõlmava kauba hävitamise, teabe esitamise ja kahju hüvitamise nõude suhtes tuleb kohaldada selle liikmesriigi õigust, kus rikkumine toime pandi?"

Eelotsuse küsimuste analüüs

Esimene küsimus

24. Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib, et apellatsioonikohus asus seisukohale, et põhikohtuasjas käsitletav MBM Joseph Duna aiapaviljoni disainilahendus avalikustati esimest korda 2005. aasta aprillis ja mais, kui müüjatele ja vahendajatele, kelle hulgas oli kaks Saksamaa mööblihankeühistut, levitati 300–500 eksemplari uudiskirja „MBM-Neuheitenblätter“, mis sisaldas selle disainilahenduse kujutisi.
25. Neist asjaoludest lähtudes küsib eelotsusetaotluse esitanud kohus, kas selle disainilahenduse kujutiste edastamisest jaemüüjatele piisab järeldamiseks, et liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad pidid määruse nr 6/2002 artikli 11 lõike 2 tähenduses disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama. Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib, et on olemas seisukoht, et asjaomase sektori ringkonnad hõlmavad ainult selliseid isikuid, kes tegelevad asjaomases sektoris disainilahenduste loomise ja neile disainilahendusele vastavate toodete arendamise või valmistamisega. Selle arvamuse kohaselt ei kuulu asjaomase sektori kõnealusesse ringkonda kõik jaemüüjad, vaid üksnes need, kellel on loov mõju selle toote kujundusele, mida nad turustavad.
26. Määruse nr 6/2002 artikli 11 lõike 2 sõnastuse alusel ei saa mõistet „asjaomase sektori ringkonnad“ siiski niimoodi tõlgendada.
27. Nagu komisjon Euroopa Kohtule esitatud seisukohtades ja kohtujurist oma ettepaneku punktis 34 j j rõhutavad, ei sea määruse nr 6/2002 artikli 11 lõige 2 tegelikult asjaomase sektori ringkonnadena käsitletavate füüsiliste ja juriidiliste isikute tegevuse laadile piiranguid. Lisaks tuleb selle sätte sõnastusest, ja eelkõige asjaolust, et selle kohaselt käsitletakse kaubanduses kasutamist registreerimata disainilahenduse avalikkusele kättesaadavaks tegemisena, ning et selle kohaselt peab lähtuma „tavapärasest majandustegevusest“ selle kindlakstegemisel, kas asjaomase sektori ringkonnad pidid mõistliku ootuse kohaselt teada saama asjaoludest, mida saab käsitada avalikustamisena, et põhi-

mõtteliselt ei saa neid jaemüüjaid, kes ei osalenud asjaomase toote kujundamisel, jätta välja isikute hulgast, keda võib pidada asjaomase sektori ringkondadesse kuuluvaks.

28. Sedalaadi välistamine tooks pealegi kaasa ühenduse registreerimata disainilahenduste kaitse piiramise, mis ei ole mingil moel põhjendatud määruse nr 6/2002 muude sätete ja põhjendustega.
29. Küsimus, kas liidus tegutsevatele asjaomase sektori jaemüüjatele registreerimata disainilahenduse avalikustamisest piisab järelmaks, et selle sektori ringkonnad pidid mõistliku ootuse kohaselt disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama, on ikkagi faktiküsimus, mille vastus sõltub ühenduse disainilahenduste kohtu poolt iga kohtuasja eriomaste asjaolude alusel antud hinnangust.
30. Järelikult tuleb esimesele eelotsuse küsimusele vastata, et määruse nr 6/2002 artikli 11 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad pidid mõistliku ootuse kohaselt disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama, juhul kui selles sektoris tegutsevatele jaemüüjatele levitati disainilahenduse kujutisi; ühenduse disainilahenduste kohus peab sellele hinnangu andma tema menetluses oleva kohtuasja eriomaste asjaolude alusel.

Teine küsimus

31. Eelotsusetaotluse esitanud kohus toob esile, et apellatsioonikohus mõõnis, et hagi esemeks olev MBM Joseph Duna disainilahendus on uudne määruse nr 6/2002 artikli 5 lõike 1 punkti a tähenduses, kuna asjaomase sektori ringkonnad ei saanud tavapärase majandustegevuse käigus olla teadlikud disainilahendusest „Athen”, mida esitleti 2005. aastal ettevõtja Zhengte Hiinas asuvas väljapanekusaalis ja Belgias äriühingule Kosmos.
32. Neist kaalutlustest lähtudes soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas määruse nr 6/2002 artikli 7 lõike 1 esimest lauset tuleb tõlgendada nii, et liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad ei oleks mõistliku ootuse kohaselt pidanud disainilahendusest tavapärase ma-

jandustegevuse käigus teada saama, olgugi et see oli tehtud kättesaadavaks kolmandale isikule ilma otsese või kaudse konfidentsiaalsusnõudeta, juhul kui see tehti kättesaadavaks ainult ühele selle sektori ettevõtjale, või kui see oli välja pandud sellises kohas asuva ettevõtja väljapanekusaalis, mida „tavapärane turuseire” ei hõlma.

33. Selles osas olgu märgitud, et määruse nr 6/2002 artikli 7 lõike 1 esimese lause sõnastusest ei tulene nõuet, et need avalikustamise asjaolud, mille esinemisel loetakse selle määruse artiklite 5 ja 6 kohaldamisel disainilahendus avalikkusele kättesaadavaks tehtuks, peavad olema aset leidnud liidu territooriumil.
34. Sama artikli kohaselt ei loeta disainilahendust avalikkusele kättesaadavaks tehtuks, kui avalikustamise asjaoludest ei pidanud liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad mõistliku ootuse kohaselt tavapärase majandustegevuse käigus teada saama. Küsimus, kas neisse ringkondadesse kuuluvad isikud võisid mõistliku ootuse kohaselt teada sündmustest, mis leidsid aset väljaspool liidu territooriumi, on faktiküsimus, mille vastus sõltub ühenduse disainilahenduste kohtu poolt konkreetse kohtuasja eriomaste asjaolude alusel antud hinnangust.
35. Sama kehtib ka küsimuse kohta, kas disainilahenduse avalikustamisest liidu territooriumil ühele asjaomase sektori ettevõtjale piisab, et järeldada, et asjaomase sektori ringkonnad pidid mõistliku ootuse kohaselt sellest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama. Nimelt ei ole välistatud, et teatud asjaoludel võib sellisest avalikustamisest piisata.
36. Neid kaalutlusi arvesse võttes tuleb teisele küsimusele vastata, et määruse nr 6/2002 artikli 7 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et mõistliku ootuse kohaselt ei pidanud liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad registreerimata disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saama, olgugi et see tehti kättesaadavaks kolmandale isikule ilma otsese või kaudse konfidentsiaalsusnõudeta, juhul kui see on tehtud kättesaadavaks ainult ühele selle sektori ettevõtjale, või kui see on välja pandud väljaspool liidu territooriumi asuva ettevõtja väljapa-

nekusaalis; ühenduse disainilahenduste kohus peab sellele hinnangu andma tema menetluses oleva kohtuasja eriomaste asjaolude alusel.

Kolmas küsimus

37. Eelotsusetaotluse esitanud kohus toob esile, et apellatsioonikohtu otsuse kohaselt ei ole Gautzsch Großhandeli disainilahendus sõltumatu loominguilise tegevuse tulemus, vaid tegemist on MBM Joseph Duna disainilahenduse kopeerimisega; seetõttu kergendas eelotsusetaotluse esitanud kohus viimati nimetatud äriühingu tõendamiskoormist, võttes arvesse kõnealuste disainilahenduste vahelist „objektiivselt tuvastatud põhimõttelist ühtivust”.
38. Neist kaalutlustest lähtudes soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus teada, kas määruse nr 6/2002 artikli 19 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et ühenduse registreerimata disainilahenduse omanikul lasub kohustus tõendada, et vaidlusalune kasutus seisneb selle disainilahenduse kopeerimises, ja kui sellele küsimusele vastatakse jaatavalt, siis kas tõendamiskoormis läheb üle teisele poolele või seda kergendatakse, kui disainilahendus ja vaidlustatud kasutus on „olulises osas ühtivad”.
39. Selles osas olgu märgitud, et määruse nr 6/2002 artikkel 19, mis – nagu ilmneb selle pealkirjast – puudutab ühenduse disainilahendusest tulenevad õigusi, ei sisalda otseselt tõendamist käsitlevaid menetlusnorme.
40. Nagu kohtujurist on oma ettepaneku punktides 67–74 kaubamärgiõigusele viidates märkinud, kui tõendamiskoormis küsimuses, kas vaidlusalune kasutusviis seisneb kaitstud disainilahenduse kopeerimises, kuuluks liikmesriikide õiguse kohaldamise alasse, oleks selle tagajärjeks disainilahenduse omanike erinev kaitse sõltuvalt asjaomasest seadusest, mistõttu jääks saavutamata määruse nr 6/2002 põhjenduses 1 esitatud eesmärk tagada kogu liidu territooriumil õigussüsteemides ühetaoline ja ühtse mõjuga kaitse (vt analoogia alusel 18. oktoobri 2005. aasta otsus kohtuasjas C-405/03: Class International, EKL 2005, lk I-8735, punkt 73).

41. Nimetatud eesmärki ja ka määruse nr 6/2002 artikli 19 lõike 2 struktuuri ja ülesehitust silmas pidades tuleb asuda seisukohale, et kui kaitstud disainilahenduse omanik tugineb nimetatud sätte esimeses taandes sätestatud õigusele, siis lasub selle tõendamiskoormis, et vaidlustatud kasutus seisneb kaitstud disainilahenduse kopeerimises, selle disainilahenduse omanikul, samas kui sama sätte teise taande kohaselt peab vastaspool tõendama, et vaidlustatud kasutus on välja töötatud sõltumatult.
42. Rohkem määruses nr 6/2002 tõendamist puudutavaid menetlusnorme ette ei nähta ja selle artiklist 88 tuleneb, et need normid tuleb kindlaks määrata liikmesriigi õigusaktides. Samas peavad väljakujunenud kohutapraktika kohaselt liikmesriigid võrdväärsuse ja tõhususe põhimõtete alusel tagama, et need normid ei oleks ebasoodsamad kui samalaadsete siseriiklike õigusvaidluste puhul ning ei muudaks liidu õiguskorraga isikutele antud õiguste teostamist praktiliselt võimatuks või ülemäära raskeks (vt selle kohta 24. aprilli 2008. aasta otsus kohtuasjas C-55/06: Arcor, EKL 2008, lk I-2931, punkt 191).
43. Nagu märgib komisjon, peab ühenduse disainilahenduste kohus seetõttu juhul, kui ta tuvastab, et kaitstud disainilahenduse omanikule nõutava tõestamiskoormise panemine võib tõendamise muuta võimatuks või ülemäära raskeks, tõhususe põhimõtte järgimiseks kasutama selle raskuse ületamiseks kõiki siseriikliku õigusega talle võimaldatud menetluslikke abinõusid (vt analoogia alusel 7. septembri 2006. aasta otsus kohtuasjas C-526/04: Laboratoires Boiron, EKL 2006, lk I-7529, punkt 55, ja 28. jaanuari 2010. aasta otsus kohtuasjas C-264/08: Direct Parcel Distribution Belgium, EKL 2010, lk I-731, punkt 35). Kohus võib ka vajaduse korral kohaldada liikmesriigi õigust, mis näeb ette tõendamiskoormise ümberpaigutamise või kergendamise.
44. Seetõttu tuleb vastata kolmandale eelotsuse küsimusele, et määruse nr 6/2002 artikli 19 lõike 2 esimest lõiku tuleb tõlgendada nii, et kaitstud disainilahenduse omanikul lasub kohustus tõendada, et vaidlusalune kasutus seisneb selle disainilahenduse kopeerimises. Kui ühenduse disainilahenduste kohus aga tuvastab, et tõendamiskoormise lasumine

kõnealusel omanikul võib tõendamise muuta võimatuks või ülemäära raskeks, siis peab see kohus tõhususe põhimõtte järgimiseks kasutama selle raskuse ületamisel kõiki talle siseriikliku õigusega võimaldatud menetluslikke abinõusid, sealhulgas vajaduse korral liikmesriigi õigust, mis näeb ette tõendamiskoormise ümberpaigutamise või kergendamise.

Neljas ja viies küsimus

45. Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib esiteks, et apellatsioonikohus sedastas, et õigus nõuda määruse nr 6/2002 artikli 19 lõike 2 ja artikli 89 lõike 1 punkti a alusel disainilahenduse õigusi rikkuva tegevuse lõpetamist ei olnud hagi esitamise kuupäeval aegunud. Seda seisukohata silmas pidades soovib ta teada, kas nimetatud õigusele kohaldatakse aegumist, ja juhul kui vastus on jaatav, siis kas seda reguleerib liidu õigus. Eelotsusetaotluse esitanud kohus toob selles osas esile, et kuigi määrus nr 6/2002 ei sisalda selle kohta erisätteid, sätestab artikli 89 lõige 1, et ühenduse disainilahenduste kohus määrab disainilahenduse õiguste rikkumise korral karistuse, välja arvatud juhul „kui seda [takistavad] mõjuvad põhjused“.
46. Kuna apellatsioonikohus lükkas tagasi Gautzsch Großhandeli vastuväite, mille kohaselt on õigused minetatud, küsib eelotsusetaotluse esitanud kohus veel, kas ja millistel tingimustel minetatakse õigus esitada hagi disainilahenduse rikkumise peale vastavalt määruse nr 6/2002 artikli 19 lõikele 2 ja artikli 89 lõike 1 punktile a. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu arvates tuleb välja selgitada, kas asjaolud, millest Gautzsch Großhandel minetamist järeldab, kuuluvad viimati nimetatud sättes nimetatud „mõjuvate põhjuste“ kategooriasse.
47. Selles osas tuleb asuda seisukohale, et määrus nr 6/2002 ei ütle midagi nende õiguste aegumise ja minetamise kohta, millele saab tugineda vastuväitena selle määruse artikli 19 lõikele 2 ja artikli 89 lõike 1 punkti a alusel esitatud hagi peale.
48. Mõiste „mõjuvad põhjused“ kõnealuse määruse artikli 89 lõike 1 tähenduses seondub konkreetse juhtumi faktiliste asjaoludega (vt analoogia

alusel 14. detsembril 2006. aasta otsus kohtuasjas C-316/05: Nokia, EKL 2006, lk I-12083, punkt 38). Seega ei hõlma see mõiste aegumist ja õiguste minetamist, mis kujutavad endast õiguslikke asjaolusid.

49. Järelikult reguleerib määruse nr 6/2002 artikli 88 lõike 2 kohaselt selle määruse artikli 19 lõike 2 ja artikli 89 lõike 1 punkti a alusel esitatud hagile vastuväitena esitatavad aegumise ja õiguste minetamise väiteid liikmesriigi õigus, mida tuleb kohaldada, järgides võrdväarsuse ja tõhususe põhimõtteid, mille sisu on meenutatud käesoleva otsuse punktis 42 (vt ka analoogia alusel 13. juuli 2006. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-295/04–C-298/04: Manfredi jt, EKL 2006, lk I-6619, punktid 77–80; 28. jaanuari 2010. aasta otsus kohtuasjas C-406/08: Uniplex (UK), EKL 2010, lk I-817, punktid 32 ja 40; 8. juuli 2010. aasta otsus kohtuasjas C-246/09: Bulicke, EKL 2010, lk I-7003, punkt 25; 8. septembri 2011. aasta otsus kohtuasjas C-177/10: Rosado Santana, EKL 2011, lk I-7907, punktid 89, 90, 92 ja 93, ning 19. juuli 2012. aasta otsus kohtuasjas C-591/10: Littlewoods Retail jt, kohtulahendite kogumikus veel avaldamata, punkt 27).
50. Seetõttu tuleb neljandale ja viiendale eelotsuse küsimusele vastata, et hagile määruse nr 6/2002 artikli 19 lõike 2 ja artikli 89 lõike 1 punkti a alusel esitatud aegumise ja õiguste minetamise vastuväiteid reguleerib liikmesriigi õigus, mida tuleb kohaldada võrdväarsuse ja tõhususe põhimõtteid järgides.

Kuues küsimus

51. Kuna eelotsusetaotluse esitanud kohus tuvastas, et apellatsioonikohus ei võtnud seisukohta küsimuses, millist õigust tuleb kohaldada disainilahenduse õigust rikkuvate toodete hävitamise ja Gautzsch Großhandeli tegevuse kohta teabe saamise ja selle tegevuse tõttu tekkinud kahju hüvitamise nõuetele, siis soovib ta teada, kas neile nõuetele tuleb kohaldada selle liikmesriigi õigust, mille territooriumil neile õigustele tuginetakse, või tuleb määruse nr 6/2002 artikli 89 lõike 1 punkti d tõlgendada nii, et selliste nõuete suhtes tuleb kohaldada selle liikmesriigi õigust, kus disainilahenduse õigust rikuti. Eelotsusetaotluse esitanud

kohus märgib selles küsimuses, et liikmesriigi õiguse kohaldamist ühtsetel alustel saab põhjendada eelkõige õiguse tõhusa jõustamise kaalutlusega, kuid selline lahendus ei pruugi olla kooskõlas määruse nr 6/2002 artikli 89 lõike 1 punktiga d.

52. Mis puudutab disainilahenduse õigust rikkuvate toodete hävitamise nõuet, siis selles osas olgu esiteks märgitud, et vastavalt määruse nr 6/2002 artikli 89 lõikele 1 – mille punktis a on nimetatud keeld jätkata tegevust, mis disainilahenduse õigusi rikub või rikuks ning punktides b ja c disainilahenduse õigust rikkuvate toodete ja nende valmistamiseks kasutatud materjalide ja vahendite konfiskeerimine – kuulub nende toodete hävitamine „muude asjaolude kohaste sanktsioonide” hulka, mida on mainitud punktis d. Järelikult tuleb määruse nr 6/2002 artikli 89 lõike 1 punkti d kohaselt nimetatud nõudele kohaldada selle liikmesriigi õigust – sealhulgas selle riigi rahvusvahelist eraõigust, kus disainilahenduse õigust rikuti või tehti seda õigust ohustavaid toiminguid.
53. Teiseks olgu märgitud disainilahenduse õiguse rikkuja või selle õiguse ohustaja tegevuse tõttu tekkinud kahju hüvitamise nõude ja kahju kindlaksmääramiseks sellise tegevuse kohta teabe saamise nõude kohta, et kohustus esitada sellist teavet ja hüvitada tekitatud kahju ei kujuta endast seevastu sanktsiooni määruse nr 6/2002 artikli 89 tähenduses.
54. Seetõttu tuleb vastavalt määruse nr 6/2002 artikli 88 lõikele 2 eelmises punktis nimetatud nõuetele kohaldada vaidlust lahendava ühenduse disainilahenduste kohtu asukohariigi õigust, sealhulgas selle riigi rahvusvahelist eraõigust. Muu hulgas on see kooskõlas nimetatud määruse põhjendusega 31, mille kohaselt määrus ei takista ühenduse disainilahendustena kaitstavate disainilahenduste suhtes kohaldamast liikmesriikide seadusi, mis puudutavad tsiviilvastutust.
55. Neid kaalutlusi arvesse võttes tuleb vastata kuuendale küsimusele, et määruse nr 6/2002 artikli 89 lõiget 1 punkti d tuleb tõlgendada nii, et disainilahenduse õigust rikkuvate toodete hävitamise nõudele tuleb kohaldada selle liikmesriigi õigust, sealhulgas selle riigi rahvusvahelist

eraõigust, kus tehti disainilahenduse õigust rikkuvaid või ohustavaid toiminguid. Nende toimingute täideviija tegevuse tõttu tekkinud kahju hüvitamise nõuete ja kahju kindlaksmääramiseks nende tegevuste kohta teabe saamise nõuetele tuleb nimetatud määruse artikli 88 lõike 2 alusel kohaldada vaidlust lahendava ühenduse disainilahenduste kohtu asukohariigi õigust, sealhulgas selle riigi rahvusvahelist eraõigust.

Kohtukulud

56. Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule märkuste esitamise-ga seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (kolmas koda) otsustab:

- 1. Nõukogu 12. detsembri 2001. aasta määruse (EÜ) nr 6/2002 ühenduse disainilahenduse kohta artikli 11 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et Euroopa Liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad pidid mõistliku ootuse kohaselt disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saada, juhul kui selles sektoris tegutsevatele jaemüüjatele levitati disainilahenduse kujutisi; ühenduse disainilahenduste kohus peab sellele hinnangu andma tema menetluses oleva kohtuasja eriomaste asjaolude alusel.**
- 2. Määruse nr 6/2002 artikli 7 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et mõistliku ootuse kohaselt ei pidanud Euroopa Liidus tegutsevad asjaomase sektori ringkonnad registreerimata disainilahendusest tavapärase majandustegevuse käigus teada saada, olgugi et see tehti kättesaadavaks kolmandale isikule ilma otsese või kaudse konfidentsiaalsusnõudeta, juhul kui see on tehtud kättesaadavaks ainult ühele selle sektori ettevõtjale, või kui see on välja pandud väljaspool liidu territooriumi asuva ettevõtja väljapanekusaalis; ühenduse disainilahenduste kohus peab sellele hinnangu andma tema menetluses oleva kohtuasja eriomaste asjaolude alusel.**

3. Määruse nr 6/2002 artikli 19 lõike 2 esimest lõiku tuleb tõlgendada nii, et vaidlusalune kasutus seisneb selle disainilahenduse kopeerimises. Kui ühenduse disainilahenduste kohus aga tuvastab, et tõendamiskoormise lasumine kõnealusel omanikul võib tõendamise muuta võimatuks või ülemäära raskeks, siis peab see kohus tõhususe põhimõtte järgimiseks kasutama selle raskuse ületamisel kõiki talle siseriikliku õigusega võimaldatud menetluslikke abinõusid, sealhulgas vajaduse korral liikmesriigi õigust, mis näeb ette tõendamiskoormise ümberpaigutamise või kergendamise.
4. Hagile määruse nr 6/2002 artikli 19 lõike 2 ja artikli 89 lõike 1 punkti a alusel esitatud aegumise ja õiguste minetamise vastuväiteid reguleerib liikmesriigi õigus, mida tuleb kohaldada võrdväärsuse ja tõhususe põhimõtteid järgides.
5. Määruse nr 6/2002 artikli 89 lõiget 1 punkti d tuleb tõlgendada nii, et disainilahenduse õigust rikkuvate toodete hävitamise nõudele tuleb kohaldada selle liikmesriigi õigust, sealhulgas selle riigi rahvusvahelist eraõigust, kus tehti disainilahenduse õigust rikkuvaid või ohustavaid toiminguid. Nende toimingute täideviija tegevuse tõttu tekkinud kahju hüvitamise nõuete ja kahju kindlaksmääramiseks nende tegevuste kohta teabe saamise nõuetele tuleb nimetatud määruse artikli 88 lõike 2 alusel kohaldada vaidlust lahendava ühenduse disainilahenduste kohtu asukohariigi õigust, sealhulgas selle riigi rahvusvahelist eraõigust.

Allkirjad

EUROOPA KOHTU OTSUS (esimene koda)
6. veebruar 2014*

Eelotsusetaotlus – Kaubamärgid – Direktiiv 89/104/EMÜ – Kaubamärgiga antavad õigused – Mainekas kaubamärk – Kaitse, mis laieneb kaupadele ja teenustele, mis ei ole sarnased – Maineka kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamine kolmanda isiku poolt ilma õigustava põhjuseta – Mõiste „õigustav põhjus”

Kohtuasjas C-65/12,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Hoge Raad der Nederlandeni (Maa-dalmaad) 3. veebruari 2012. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 8. veebruaril 2012, menetluses

Leidseplein Beheer BV,

Hendrikus de Vries

versus

Red Bull GmbH,

Red Bull Nederland BV,

EUROOPA KOHUS (esimene koda),

koosseisus: koja president A. Tizzano, Euroopa Kohtu asepresident esimese koja kohtuniku ülesannetes K. Lenaerts, kohtunikud A. Borg Barthet, E. Levits (ettekandja) ja M. Berger,

kohtujurist: J. Kokott,

kohtusekretär: vanemametnik M. Ferreira,

arvestades kirjalikus menetluses ja 27. veebruari 2013. aasta kohtuis-tungil esitatut,

arvestades seisukohti, mille esitasid:

* Kohtumenetluse keel: hollandi.

- Leidseplein Beheer BV ja H. de Vries, esindajad: *advocaat* T. Cohen Jehoram ja *advocaat* L. Bakers,
- Red Bull GmbH ja Red Bull Nederland BV, esindaja *advocaat* S. Klos,
- Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato* S. Fiorentino,
- Euroopa Komisjon, esindajad: F. Wilman ja F. Bulst,

olles 21. märtsi 2013. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse.

1. Eelotsusetaotlus käsitleb nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT 1989, L 40, lk 2; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92) artikli 5 lõike 2 tõlgendamist.
2. Taotlus esitati ühelt poolt Leidseplein Beheer BV ja H. de Vriesi (edaspidi koos „De Vries”) ning teiselt poolt Red Bull GmbH ja Red Bull Nederland BV (edaspidi koos „Red Bull”) vahelises vaidluses selle üle, et H. de Vries hoiduks nende energijookide tootmisest ja turustamisest, mille pakendil on kujutatud tähist „Bull Dog”, muud tähist, mis sisaldab sõnalist osa „Bull”, või muid tähiseid, mida nende sarnasuse tõttu võidakse Red Bulli registreeritud kaubamärkidega segi ajada.

Õiguslik raamistik

Liidu õigus

3. Direktiivi 89/104 artiklis 5 „Kaubamärgiga antavad õigused”, mis võeti hiljem sisuliselt üle Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT L 299, lk 25; parandus ELT 2009, L 11, lk 86) artiklisse 5, on sätestatud:

„1. Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõikidel kolmandatel isikutel kasutada kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

- a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud;
- b) kõiki tähiseid, mille identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ja tähisega kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et üldsus võib need omavahel segi ajada või tekitada seoseid kaubamärgi ja tähise vahel.

2. Lisaks sellele võib iga liikmesriik sätestada, et omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid tema nõusolekuta kasutamast kaubandustegevuse käigus mis tahes tähist, mis on identne või sarnane kaubamärgiga, mis on välja antud kaupade või teenuste jaoks, mis ei ole sarnased nende kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud, ja juhul kui selle tähise [õigustava] põhjuseta kasutamine kasutaks ebaõiglaselt ära või kahjustaks varasema kaubamärgi eristatavust või mainet. [Täpsustatud tõlge]

[...]”.

Madalmaade õigus

4. Kaubamärgi valdkonnas lähtuvad Madalmaade kaubamärke käsitlevad sätted 25. veebruaril 2005 Haagis allkirjastatud Beneluxi intellektuaalomandi (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused) kokkuleppest (edaspidi „Beneluxi kokkulepe”).
5. Beneluxi intellektuaalomandi kokkuleppe artikli 2.20 lõike 1 punkt c, mis asendab Beneluxi ühtse kaubamärgiseaduse artikli 13 A osa lõike 1 punkti c, on sõnastatud nii:

„1. Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Ilma et see piiraks üldkohaldatavate õigusnormide võimaliku kohaldamist tsiviilvastutust puudutavates asjades, annab kauba-

märgi kasutamise ainuõigus kaubamärgi omanikule õiguse takistada kõikidel kolmandatel isikutel ilma tema nõusolekuta:

[...]

- c) kasutada äritegevuses tähist, mis on identne või sarnane ühenduse kaubamärgiga, seoses kaupade või teenustega, mis ei ole sarnased nende kaupade ja teenustega, mille jaoks ühenduse kaubamärk on registreeritud, kui sel kaubamärgil on väljaspool Beneluxi riikide territooriumi maine ja kui kõnealuse tähise kasutamine ilma tungiva põhjuseta [mõiste „tungiva põhjuseta” asemel on edaspidi kasutatud mõistet „õigustava põhjuseta”] tähendaks selle kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist.

[...]”.

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimus

6. Red Bull on 11. juulil 1983 klassi 32 kuuluvate kaupade jaoks (alkoholivabad joogid) registreeritud Beneluxi sõna- ja kujutismärgi „Red Bull Krating-Daeng” (edaspidi „kaubamärk „Red Bull Krating-Daeng””) omanik.
7. H. de Vriesile kuuluvad järgmised, klassi 31 kaupade jaoks registreeritud kaubamärgid Beneluxis:
- 14. juulil 1983 registreeritud sõna- ja kujutismärk „The Bulldog”,
 - 23. detsembril 1999 registreeritud sõnamärk „The Bulldog” ning
 - 15. juunil 2000 registreeritud sõna- ja kujutismärk „The Bulldog Energy Drink”.
8. Eelotsusetaotlusest nähtub, et pooled ei vaidle selle üle, et H. de Vries kasutas tähist „The Bulldog” kaubandusliku nimena toitlustus-, majutus- ja jookidega seotud teenuste (edaspidi „toitlustusteenused”) puhul, mille käigus müüdi jooke, enne kui Red Bull esitas 1983. aastal oma kaubamärgitaotluse. Samuti ei ole vaidluse all asjaolu, et kaubamärk „Red Bull Krating-Daeng” on Beneluxi riikides mainekas kaubamärk.

9. Red Bull esitas Rechtbank Amsterdami (Amsterdami piirkondlik kohus) 27. juunil 2005 hagi, leides, et sellega, kui H. de Vries kasutab eristavat tähist „The Bulldog”, kahjustab tähise sõnaline osa „Bull” kaubamärki „Red Bull Krating-Daeng”, ja nõudis, et kohus kohustaks H. de Vriesi hoiduma nende energijookide tootmisest ja turustamisest, mille pakendil on kujutatud tähist „Bull Dog”, muud tähist, mis sisaldab sõnalist osa „Bull”, või muid tähiseid, mida nende sarnasuse tõttu võidakse Red Bulli registreeritud kaubamärkidega segi ajada.
10. Vastuhagis palus H. de Vries tühistada Beneluxi riikides Red Bulli sõna-ja kujutismärgist „Red Bull Krating-Daeng” tulenevad õigused.
11. 17. jaanuari 2007. aasta otsusega jättis Rechtbank Amsterdam kõik nõuded rahuldamata.
12. Gerechtshof te Amsterdam (Amsterdami apellatsioonikohus) rahuldas 2. veebruari 2010. aasta otsusega Red Bulli poolt Rechtbank te Amsterdami otsuse peale esitatud apellatsioonkaebuse suuremas osas. Gerechtshof te Amsterdam leidis, et esiteks on „Red Bull Krating-Daeng” Beneluxi riikides mainekas kaubamärk ja teiseks seostab avalikkus seda kaubamärki ja tähist „The Bulldog” – isegi kui neid omavahel segi ei aeta – sarnasuse tõttu, mis seisneb selles, et sõnaosa „Bull” on ühine tähisega, mida H. de Vries kasutab energijookidel.
13. Gerechtshof te Amsterdam asus seisukohale, et antud tähis on kaubamärgiga „Red Bull Krating-Daeng” sarnane ja et H. de Vries soovis end maineka kaubamärgi kiiluvette seades kasutada ära selle kaubamärgi reputatsiooni ja saada osa Red Bulli energijookide turuosast, mille käive ulatub miljarditesse eurodesse.
14. H. de Vriesi esile toodud asjaolu, et kaubamärki „The Bulldog” on kaubanduses ja jookide müügiga seotud toitlustusteenuste puhul pidevalt, juba enne 1983. aastat kasutatud tähisena „The Bulldog”, ei kvalifitseerinud Gerechtshof te Amsterdam õigustavaks põhjuseks, mille alusel oleks antud tähise kasutamine lubatud.

15. Gerechtshof te Amsterdami arvates ei ole H. de Vries tõendanud, et tal on niivõrd vaja seda tähist kasutada, et ei saa mõistlikult eeldada, et ta selle tähise kasutamisest hoiduks.
16. H. de Vries esitas Gerechtshof te Amsterdami otsuse peale Hoge Raad der Nederlandenile (Madalmaade kõrgeim kohus) kassatsioonkaebuse, heites ette, et Gerechtshof te Amsterdam tõlgendas mõistet „õigustav põhjus“ direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 2 tähenduses (edaspidi „mõiste „õigustav põhjus““) kitsendavalt. Käesolevas asjas kujutab tähise „The Bulldog“ kasutamine heauskselt kaubandusliku nimena enne kaubamärgi „Red Bull Krating-Daeng“ registreerimise taotluse esitamist endast niisugust põhjust.
17. Eelotsusetaotluse esitanud kohus märgib, et Gerechtshof te Amsterdam kohaldas Beneluxi kohtu 1. märtsi 1975. aasta otsuses Colgate Palmolive vs. Bols (Claeryn/Klarein) sõnastatud tähise kasutamise vajalikkuse kriteeriumi selleks, et hinnata kasutamist võimaldava õigustava põhjuse olemasolu.
18. Eelotsusetaotluse esitanud kohus kahtleb aga tõlgenduses, mille Gerechtshof te Amsterdam mõistele „õigustav põhjus“ andis. Ühelt poolt tuleb antud mõistet Beneluxi kokkuleppe artikli 2.20 lõike 1 punkti c tähenduses tõlgendada kooskõlas direktiivi 89/104 artikli 5 lõikega 2. Teiselt poolt aga andis Euroopa Liidu Kohus 22. septembri 2011. aasta otsuses kohtuasjas C-323/09: Interflora ja Interflora British Unit (EKL 2011, lk I-8625) mõistele „õigustav põhjus“ laiema tõlgenduse kui Beneluxi kohus eespool viidatud otsuses Colgate Palmolive vs. Bols (Claeryn/Klarein).
19. Neil asjaoludel otsustas Hoge Raad der Nederlanden menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmise eelotsuse küsimuse:

„Kas direktiivi [89/104] artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et [õigustava] põhjusega selle sätte tähenduses võib olla tegemist ka siis, kui kolmas isik või kolmandad isikud kasutas(id) maineka kaubamärgiga identset või sarnast tähist heauskselt juba enne nimetatud kaubamärgi taotluse esitamist?“

Eelotsuse küsimuse analüüs

20. Eelotsusetaotluse esitanud kohus küsib sisuliselt seda, kas direktiivi 89/104 artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada nii, et õigustavaks põhjuseks antud sätte tähenduses saab pidada kolmanda isiku poolt niisuguse tähise kasutamist, mis on sarnane maineka kaubamärgiga, kauba jaoks, mis on identne sellega, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud, juhul kui teadaolevalt kasutati nimetatud tähist enne kaubamärgi taotluse esitamist.
21. Arvestades põhikohtuasja asjaolusid ning seda, et esitatud eelotsuse küsimus eeldab direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 2 tõlgendamist, on vaja meenutada, et kuigi see säte viitab otseselt vaid olukorrale, kus maineka kaubamärgiga identset või sarnast kaubamärki kasutatakse kaupade või teenuste puhul, mis ei ole sarnased nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, kehtib neist sätetest tulenev kaitse seda enam siis, kui tegemist on kaubamärgiga identse või sarnase tähise kasutamisega kaupade või teenuste puhul, mis on identsed või sarnased nendega, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud (eespool viidatud kohtuotsus Interflora ja Interflora British Unit, punkt 68 ja seal viidatud kohtupraktika).
22. Kuna on ka selge, et kaubamärk „Red Bull Krating-Daeng” on mainekas ja selle kaubamärgi omanik nõuab, et H. de Vries hoiduks selle kauba tootmisest ja turustamisest, mis on identne sellega, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud, pakendites, millel on kujutatud kõnealuse kaubamärgiga sarnast tähist, kuulub direktiivi 89/104 artikli 5 lõige 2 põhikohtuasjas kohaldamisele.
23. Põhikohtuasja pooltel on aga eriarvamused mõiste „õigustav põhjus” ulatusega seoses. H. de Vries leiab, et kaubamärgiga sarnase tähise heauskne kasutamine enne kaubamärgi taotluse esitamist võib kuuluda antud mõiste alla, Red Bull väidab samas, et antud mõistega peetakse silmas ainult objektiivselt mõjuvaid põhjuseid.
24. Esiteks märgib Red Bull, et H. de Vriesi argumentatsioonist lähtuv mõiste „õigustav põhjus” lai tõlgendamine toob kaudselt kaasa regist-

reerimata kaubamärkide tunnustamise, samas kui Beneluxi kokkulepe on kooskõlas direktiiviga 89/104 säilitanud ainult kaubamärkide registreerimisel põhineva kaitse süsteemi.

25. Teiseks väidab Red Bull, et see tõlgendus tooks ekslikult kaasa selle, et registreeritud kaubamärgi omanikule direktiivi artikli 5 lõikes 2 ette nähtud õigustega antud kaitse on palju väiksem kui nende õiguste ulatus, mis omanikule on ette nähtud sama artikli lõike 1 alusel.
26. Seega tuleb esmalt hinnata mõiste „õigustav põhjus” ulatust ja seejärel teha seda hinnangut arvestades kindlaks, kas maineka kaubamärgiga sarnase tähise kasutamine enne selle kaubamärgi taotluse esitamist võib olla antud mõistega hõlmatud juhul, kui tähist kasutatakse kaupade või teenuste jaoks, mis on identsed nendega, mille jaoks on registreeritud mainekas kaubamärk.

Mõiste „õigustav põhjus” ulatus

27. Esmalt tuleb tõdeda, et mõistet „õigustav põhjus” ei ole direktiivis 89/104 määratletud. Lisaks ei toeta direktiivi artikli 5 lõike 2 sõnastus Red Bulli poolt mõistele antud kitsast tõlgendust.
28. Seega tuleb selle mõiste tõlgendamisel arvestada selle süsteemi üldist ülesehitust ja eesmarke, kuhu kõnealune säte kuulub (vt selle kohta 9. jaanuari 2003. aasta otsus kohtuasjas C-292/00: Davidoff, EKL 2003, lk I-389, punkt 24), ning eelkõige võttes arvesse mõistet sisaldava sätte konteksti (vt selle kohta 27. juuni 2013. aasta otsus kohtuasjas C-320/12: Malaysia Dairy Industries, kohtulahendite kogumikus veel avaldamata, punkt 25).
29. Kõigepealt tuleb meenutada, et direktiivi 89/104 artikkel 5 annab registreeritud kaubamärgi omanikule selle kasutamise ainuõiguse ja selle õiguse teostamise piirangud on samuti nimetatud sättes ette nähtud.
30. Väljakujunenud kohtupraktikast tuleneb ühtlasi, et sättes ette nähtud ainuõiguse piirang kehtestati selleks, et võimaldada kaubamärgi omanikul kaitsta oma konkreetseid huve selle kaubamärgi omanikuna, see tähendab tagamaks, et kaubamärk saab täita oma ülesandeid. Seega

peab selle õiguse teostamine piirduma juhtudega, kui tähise kasutamine kolmanda isiku poolt kahjustab või võib kahjustada mõnda kaubamärgi ülesannet. Kaubamärgi selliste ülesannete hulka ei kuulu mitte ainult kaubamärgi peamine ülesanne tagada tarbijatele kauba või teenuse päritolu, vaid ka muud ülesanded, nagu eeskätt asjaomase kauba või teenuse kvaliteedi tagamine või teabe, investeeringute ja reklaamiga seotud ülesanded (19. septembri 2013. aasta otsus kohtuasjas C-661/11: Martin Y Paz Diffusion, kohtulahendite kogumikus veel avaldamata, punkt 58 ja seal viidatud kohtupraktika).

31. Selles osas tuleb tõdeda, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 ning selle direktiivi põhjenduse 10 sõnastuse põhjal on liikmesriikide õigus ühtlustatud nii, et kaubamärgist tulenev ainuõigus annab kaubamärgi omanikule „absoluutse” kaitse kolmandate isikute vastu, kui nad kasutavad selle kaubamärgiga identseid tähiseid identsete kaupade või teenuste puhul (eespool viidatud kohtuotsus Interflora ja Interflora British Unit, punkt 36).
32. Kuigi seadusandja on määratlenud „absoluutsena” kaitse kaubamärgiga identsete tähiste ilma nõusolekuta kasutamise eest kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, on Euroopa Kohus seda määratlust käsitledes tõdenud, et vaatamata sellele, kui tähtis on direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punktis a ette nähtud kaitse, on selle eesmärk siiski anda kaubamärgi omanikule võimalus kaitsta üksnes oma konkreetseid huve selle kaubamärgi omanikuna, st tagada, et see kaubamärk saab täita oma ülesandeid (eespool viidatud kohtuotsus Interflora ja Interflora British Unit, punkt 37).
33. Kõnealuse direktiivi artikli 5 lõige 2 näeb ette mainekate kaubamärkide kaitse, mis on ulatuslikum sama artikli lõikes 1 sätestatud kaitsest. Asjaomase kaitse eritingimus on registreeritud kaubamärgiga identse või sarnase tähise põhjusega kasutamine, mis kasutab või kasutaks ebaõiglaselt ära või kahjustab või kahjustaks varasema kaubamärgi eristusvõimet või mainet (18. juuni 2009. aasta otsus kohtuasjas:

C-487/07: L'Oréal jt, EKL 2009, lk I-5185, punkt 34 ja seal viidatud koh-
tupraktika).

34. Seega, kui liikmesriik võtab oma õigusnormidesse üle direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 2, siis peab ta tagama identsete või sarnaste kaupade või teenuste puhul vähemalt sama ulatusliku kaitse kui erinevate kaupade või teenuste puhul. Nii on ulatuslikuma kaitse tagamisel liikmesriigi va-
lik seotud mainekatele kaubamärkidele ulatuslikuma kaitse tagamise
põhimõtte endaga, mitte selle kaitsega hõlmatud juhtumitega (vt
23. oktoobri 2003. aasta otsus kohtuasjas C-408/01: Adidas-Salomon
ja Adidas Benelux (EKL 2003, lk I-12537, punkt 20).
35. Siiski ei tähenda see asjaolu, et mõiste „õigustav põhjus” tõlgendamisel
tuleks arvestada direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 kohaldamisala.
36. Nagu on märkinud sisuliselt ka kohtujurist oma ettepaneku punktis 29,
ei ole direktiivi artikli 5 lõigetel 1 ja 2 sama eesmärk, mistõttu tavaliste
kaubamärkide kaitset käsitlevaid sätteid võib kohaldada siis, kui antud
juhul ei kuulu kohaldamisele mainekate kaubamärkide kaitset käsitle-
vad sätted. Vastupidi võib viimaseid sätteid kohaldada ka neil juhtudel,
mida tavaliste kaubamärkide kaitset käsitlevad sätted ei reguleeri.
37. Järelikult on ekslik Red Bulli ja Itaalia valitsuse väide, et kaubamärkide
registreerimisel põhineva kaitse süsteemiga, mis võeti üle Beneluxi
kakkuleppega, on vastuolus registreeritud kaubamärgi omaniku õiguste
ulatuse piiramise võimalus.
38. Tuleb märkida, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõige 2 annab maineka kau-
bamärgi omanikele õiguse üksnes teatud tingimustel keelata kolman-
datel isikutel neile kuuluvate kaubamärkidega identsete või sarnaste
tähiste kasutamine kaupade või teenuste puhul, mis ei ole sarnased
nendega, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud.
39. Mainekate kaubamärkide kaitse on palju ulatuslikum kui tavaliste kau-
bamärkide kaitse selle poolest, et kolmandal isikul tähise kasutamise
keeld ei tulene ei direktiivi artikli 5 lõike 1 punktis a silmas peetud tähi-

se või kaubamärgi identsusest ega ka direktiivi artikli 5 lõike 1 punktis b nimetatud segiajamise tõenäosusest.

40. Eelkõige ei pea maineka kaubamärgi omanik direktiivi 89/104 artikli 5 lõikes 2 ette nähtud kaitse saamiseks tõendama, et selle kaubamärgi eristusvõimet või mainet on kahjustatud, kuna kolmas isik saab identse või sarnase tähise kasutamise teel ebaõiglaselt kasu kaubamärgi mainest.
41. Direktiiviga 89/104 soovitakse siiski üldiselt tasakaalustada ühelt poolt kaubamärgiomaniku huvi kaitsta kaubamärgi peamist ülesannet ja teiselt poolt teiste ettevõtjate huvi nende kaupu ja teenuseid tähistada võivaid kaubamärke vabalt kasutada (27. aprilli 2006. aasta otsus kohtuasjas C-145/05: Levi Strauss, EKL 2006, lk I-3703, punkt 29).
42. Arvestades eeltoodut, ei ole kõnealusest direktiivist tulenev kaubamärgiomaniku õiguste kaitse tingimusteta, kuna eri huvide tasakaalustamiseks hõlmab see kaitse vaid olukordi, kus asjasse puutuv kaubamärgiomanik näitab üles piisavat hoolt teiste ettevõtjate poolt selliste tähiste kasutamise vaidlustamisel, mis võivad tema kaubamärki kahjustada (eespool viidatud kohtuotsus Levi Strauss, punkt 30).
43. Niisuguses kaubamärkide kaitse süsteemis, mis on direktiivi 89/104 alusel kehtestatud Beneluxi kokkuleppega, arvestatakse direktiivi artikli 5 lõike 2 kontekstis kolmanda isiku huviga kasutada kaubandustegevuse käigus maineka kaubamärgiga sarnast tähist, võimaldades tähise kasutajal tugineda „õigustavale põhjusele”.
44. Kui varasema kaubamärgi omanik on suutnud tõendada, et tema kaubamärgile on ühel direktiivi artikli 5 lõikes 2 nimetatud moel tekitatud kahju, eelkõige kaubamärgi eristusvõimet või mainet ebaõiglaselt ära kasutades, peab maineka kaubamärgiga sarnast tähist kasutanud kolmas isik tõendama, et tähist kasutatakse õigustava põhjusega (vt analoogia alusel 27. novembri 2008. aasta otsus kohtuasjas C-252/07: Intel Corporation, EKL 2008, lk I-8823, punkt 39).

45. Sellest tuleneb, et mõistet „õigustav põhjus” ei tohi mõista ainult kui objektiivselt mõjuvat põhjust, vaid selle puhul võib arvestada maineka kaubamärgiga identset või sarnast tähist kasutava kolmanda isiku subjektiivseid huve.
46. Mõiste „õigustav põhjus” eesmärk ei ole ka lahendada konflikti maineka kaubamärgi ja sellega sarnase tähise vahel (mida kasutati juba enne antud kaubamärgi taotluse esitamist) ega piirata kaubamärgi omaniku õigusi, vaid eesmärk on leida vaidlusaluste huvide tasakaal, võttes tähise kasutajast kolmanda isiku huve arvesse direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 2 spetsiifilises kontekstis ja tulenevalt sellele kaubamärgile antud ulatuslikust kaitsest. Seejuures ei vähenda see, kui õigustavale põhjusele tugineb maineka kaubamärgiga sarnase tähise kasutamiseks kolmas isik, selle kolmanda isiku kasuks registreeritud kaubamärgiga seotud õiguste tunnustamist, vaid kohustab maineka kaubamärgi omaniku ainult taluma sarnase tähise kasutamist.
47. Euroopa Kohus on internetis kuvatavat reklaami, milles kasutati mainekale kaubamärgile vastavat märksõna, käsitlevas eespool viidatud kohtuotsuse Interflora ja Interflora British Unit punktis 91 asunud seisukohale, et kui vastusena mainekale kaubamärgile vastavale märksõnale internetis kuvatav reklaam pakub maineka kaubamärgi omaniku omadele alternatiivseid kaupu või teenuseid, ilma et pakutaks selle kaubamärgi omaniku kaupade või teenuste pelki imitatsioone ning mainekat kaubamärki või selle eristusvõimet kahjustamata ning lisaks selle kaubamärgi ülesandeid kahjustamata, siis tuleb asuda seisukohale, et selline kasutamine kuulub üldjuhul asjaomase sektori mõistliku ja ausa konkurentsi raamesse ning toimub seega „õigustava põhjusega”.
48. Järelikult ei või mõistet „õigustav põhjus” tõlgendada nii, et selle all peetakse silmas üksnes objektiivselt mõjuvaid põhjuseid.
49. Ühtlasi peab kontrollima, millistel tingimustel on antud mõistega hõlmatud see, kui kolmas isik kasutab maineka kaubamärgiga sarnast tähist kauba jaoks, mis on identne sellega, mille jaoks kõnealune kauba-

märk on registreeritud, kui nimetatud tähist kasutati enne kaubamärgi taotluse esitamist.

Tingimused, mille korral võib maineka kaubamärgiga sarnase tähise varasem kasutamine olla hõlmatud mõistega „õigustav põhjus”

50. H. de Vries väidab oma seisukohtades, et ta kasutab tähist „The Bulldog” toitlustusteenuste jaoks alates 1975. aastast. Eelotsusetaotlusest ilmneb, et teadaolevalt on antud kuupäev varasem sellest, mil registreeriti kaubamärk „Red Bull Krating-Daeng”. Lisaks on H. de Vries 14. juulil 1983 alkoholivabade jookide jaoks registreeritud sõna- ja kujutismärgi „The Bulldog” omanik. Kuupäeva, millest alates H. de Vries toodab ja turustab energijooke, mille pakendil on kujutatud tähist „Bull Dog”, ei ole täpsustatud.
51. Ei vaielda selle üle, et enne Red Bulli kaubamärgi maine omandamist kasutas H. de Vries tähist „The Bulldog” muude teenuste ja kaupade jaoks kui need, mille jaoks Red Bulli kaubamärk on registreeritud.
52. Euroopa Kohus on asunud seisukohale, et kui kolmas isik üritab maineka kaubamärgiga sarnaneva tähise kasutamisega asuda asjaomase kaubamärgi kiiluvette, et saada kasu viimase atraktiivsusest, reputatsioonist ja prestiižist ning kasutada seda ilma rahalist hüvitist maksmata ja ise kaubamärgiomaniku ärilisse tegevusse selle kaubamärgi kuvandi loomisel ja säilitamisel panustamata, siis tuleb seda kasutamist pidada kaubamärgi eristusvõime või maine ebaõiglaseks ärakasutamiseks (vt eespool viidatud kohtuotsus L’Oréal jt, punkt 49).
53. Selleks et teha kindlaks, kas „õigustavaks põhjuseks” direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 2 tähenduses võib olla kvalifitseeritud see, kui kolmas isik kasutab enne maineka kaubamärgi taotluse esitamist sellega sarnast tähist, ja kas antud asjaolu alusel oleks kolmandal isikul lubatud saada kasu antud kaubamärgi mainest, peab eelotsusetaotluse esitanud kohus oma hinnangu andmisel võtma arvesse eelkõige kaht tegurit.
54. Esiteks eeldab niisugune analüüs, et tehakse kindlaks, kui levinud antud tähis on, ja hinnatakse selle reputatsiooni asjaomase avalikkuse

silmis. Käesolevas asjas ei ole vaidlust selles, et tähist „The Bulldog” on toitlustusega seotud kaupade ja teenuste jaoks kasutatud kas juba varasemast ajast kui 1983. aasta või alates sellest aastast. Eelotsuse taotlusest ei selgu siiski täpsemalt kuupäev, mil H. de Vries hakkas energijooke müügiks pakkuma.

55. Teiseks tuleb hinnata antud tähise kasutaja kavatsust.
56. Selleks et hinnata maineka kaubamärgiga sarnase tähise kasutamise heausksust, tuleb võtta arvesse, mil määral sarnanevad need kaubad ja teenused, mille puhul seda tähist kasutatakse, nende kaupade ja teenustega, mille jaoks on registreeritud see kaubamärk, aga samuti aega, mil tähist kasutati kaubamärgiga tähistatud kaubaga identse kauba puhul esimest korda, ja kaubamärgi maine omandamise ajaliskulgu.
57. Kui ühelt poolt võib tähist olla kasutatud enne maineka kaubamärgi taotluse esitamist teatavate teenuste ja kaupade jaoks, mis võivad olla seotud kaubaga, mille jaoks kaubamärk registreeriti, võib selle tähise kasutamine viimati nimetatud kauba jaoks näida niisuguste teenuste ja kaupade valiku loomuliku laiendamisena, mille puhul tähis on omandanud asjaomase avalikkuse silmis erilise reputatsiooni.
58. Käesolevas asjas ei ole vaidlust selles, et H. de Vries kasutab tähist „The Bulldog” toitlustusega seotud kaupade ja teenuste jaoks ning sellega seoses müüb ta ka jooke. Seega arvestades seda, kui hästi tunneb asjaomane avalikkus tähist, ning nende kaupade ja teenuste laadi, mille jaoks tähist on kasutatud, võib niisuguste energijookide müümist, mille pakendil on kujutatud antud tähis, mõista H. de Vriesi pakutavate kaupade ja teenuste valiku tõelise laiendamisena, mitte katsena saada kasu Red Bulli kaubamärgi mainest. See hinnang on veelgi põhjendatum juhul, kui tähist „The Bulldog” kasutati energijookide jaoks enne seda, kui kaubamärk „Red Bull Krating-Daeng” omandas oma maine.
59. Mida tuntum on teiselt poolt maineka kaubamärgiga sarnane tähis, mida enne asjaomase kaubamärgi taotluse esitamist kasutati teatavate kaupade ja teenuste valiku jaoks, seda enam mõjutab selle kasutamine niisuguse kauba turustamist, mis on identne sellega, mille jaoks

kaubamärk registreeriti, ning seda enam, mida lähedasem on antud kaup oma olemuselt sellele kaupade ja teenuste valikule, mille jaoks tähist varem oli kasutatud.

60. Järelikult tuleb kõigi eeltoodud kaalutluste alusel vastata esitatud küsimusele nii, et direktiivi 89/104 artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada selliselt, et maineka kaubamärgi omanikku võib „õigustava põhjuse” esinemise korral kohustada taluma seda, et kolmas isik kasutab sarnast tähist niisuguse kaubaga identse kauba jaoks, mille jaoks kaubamärk registreeriti, juhul kui teadaolevalt kasutati nimetatud tähist enne kaubamärgi taotluse esitamist ja tähise kasutamine identse kauba jaoks toimub heauskselt. Hinnates, kas see on nii, peab liikmesriigi kohus võtma arvesse eelkõige seda,
- kui levinud kõnealune tähis on ja milline on selle reputatsioon asjaomase avalikkuse silmis,
 - mil määral sarnanevad need kaubad ja teenused, mille jaoks seda tähist algselt kasutati, kaubaga, mille jaoks on mainekas kaubamärk registreeritud, ja
 - kui oluline on kõnealuse kaubamärgiga sarnase tähise kasutamine selle kauba jaoks majanduslikult ja kaubanduslikult.

Kohtukulud

61. Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamise seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (esimene koda) otsustab:

Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada selliselt, et maineka kaubamärgi omanikku võib „õigustava põhjuse” esinemise korral kohustada taluma

seda, et kolmas isik kasutab sarnast tähist niisuguse kaubaga identse kauba jaoks, mille jaoks kaubamärk registreeriti, juhul kui teadaolevalt kasutati nimetatud tähist enne kaubamärgi taotluse esitamist ja tähise kasutamine identse kauba jaoks toimub heauskselt. Hinnates, kas see on nii, peab liikmesriigi kohus võtma arvesse eelkõige seda,

- kui levinud kõnealune tähis on ja milline on selle reputatsioon asjaomase avalikkuse silmis,**
- mil määral sarnanevad need kaubad ja teenused, mille jaoks seda tähist algsest kasutati, kaubaga, mille jaoks on mainekas kaubamärk registreeritud, ja**
- kui oluline on kõnealuse kaubamärgiga sarnase tähise kasutamine selle kauba jaoks majanduslikult ja kaubanduslikult.**

Allkirjad

EUROOPA KOHTU OTSUS (teine koda)
6. veebruar 2014*

Eelotsusetaotlus – Määrus (EÜ) nr 1383/2003 – Võltsitud ja piraatkaupade vabasse ringluse lubamist takistavad meetmed – Artikkel 2 – Määruse reguleerimisala – Veebisaidi kaudu kolmandast riigist pärit võltsitud kella müük isiklikuks kasutamiseks eraõiguslikule isikule, kes elab mõnes liikmeriigis – Kella kinnipidamine tolli poolt liikmesriigi territooriumile jõudmisel – Kinnipidamise õiguspärasus – Tingimused – Tingimused, mis puudutavad intellektuaalomandi õiguste rikkumist – Direktiiv 2001/29/EÜ – Artikkel 4 – Üldsusele levitamine – Direktiiv 2008/95/EÜ – Artikkel 5 – Määrus (EÜ) nr 207/2009 – Artikkel 9 – Kaubandustegevuse käigus kasutamine

Kohtuasjas C-98/13,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Højestereti (Taani) 25. veebruari 2013. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saab Euroopa Kohtusse 27. veebruaril 2013, menetluses

Martin Blomqvist

versus

Rolex SA,

Manufacture des Montres Rolex SA,

EUROOPA KOHUS (teine koda),

koosseisus: koja president R. Silva de Lapuerta, kohtunikud J. L. da Cruz Vilaça, G. Arestis, J.-C. Bonichot (ettekandja) ja A. Arabadjiev,

kohtujurist: P. Cruz Villalón,

kohtusekretär: A. Calot Escobar,

arvestades kirjalikku menetlust,

* Kohtumenetluse keel: taani.

arvestades kirjalikke seisukohti, mille esitasid:

- Blomqvist, esindaja: *advokat* J. Petersen,
- Rolex SA ja Manufacture des Montres Rolex SA, esindajad: *advokat* K. Dyekjær ja *advokat* T. Mølsgaard,
- Eesti valitsus, esindajad: N. Grünberg ja M. Linntam,
- Prantsusmaa valitsus, esindajad: D. Colas ja B. Beaupère-Manokha,
- Poola valitsus, esindaja: B. Majczyna,
- Euroopa Komisjon, esindajad: M. Clausen ja F. W. Bulst,

arvestades pärast kohtujuristi ärakuulamist tehtud otsust lahendada kohtuasi ilma kohtujuristi ettepanekuta,

on teinud järgmise

otsuse.

1. Eelotsusetaotlus käsitleb seda, kuidas tõlgendada nõukogu 22. juuli 2003. aasta määrust (EÜ) nr 1383/2003 teatavate intellektuaalomandi õiguste rikkumises kahtlustatavate kaupade suhtes võetava tollimeetme ja kõnealuseid õigusi rikkuvaks tunnistatud kaupade suhtes võetavate meetmete kohta (ELT L 196, lk 7; ELT eriväljaanne 02/13, lk 469; edaspidi „tollimäärus”), Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. mai 2001. aasta direktiivi 2001/29/EÜ autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste teatavate aspektide ühtlustamise kohta infoühiskonnas (EÜT L 167, lk 10; ELT eriväljaanne 17/01, lk 230; edaspidi „autoriõiguse direktiiv”) artikli 4 lõiget 1, Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT L 299, lk 25, edaspidi „kaubamärgidirektiiv”) artikli 5 lõikeid 1 ja 3 ning nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT L 78, lk 1, edaspidi „ühenduse kaubamärgi määrus”) artikli 9 lõikeid 1 ja 2.

2. Taotlus on esitatud M. Blomqvisti ning Rolex SA ja Manufacture des montres Rolex SA (edaspidi koos „Rolex”) vahelises vaidluses, mis puudutab niisuguse võltsitud kella hävitamist, mille toll oli kinni pidanud ja mille M. Blomqvist oli ostnud Hiina veebipoe veebisaidi kaudu.

Õiguslik raamistik

Liidu õigus

Tollimäärus

3. Tollimääruse põhjendustes 2–8 on märgitud:

„(2) Võltsitud ja piraatkaupade ning kõikide intellektuaalomandi õigusi rikkuvate kaupade turustamine kahjustab märgatavalt seadust järgivaid tootjaid, kauplejaid ja õigusevaldajaid, eksitades tarbijaid, ohustades mõnel juhul nende tervist ja turvalisust. Selline kaup tuleks hoida turult eemal nii palju kui võimalik ja tuleks vastu võtta meetmed, et tõhusalt käsitleda kõnealust ebaseaduslikku tegevust, piiramata seejuures seadusliku kauplemise vabadust. See eesmärk on kooskõlas praegu rahvusvahelisel tasandil tehtavate jõupingutustega.

[...]

(8) Menetlused, mis on algatatud selleks, et kindlaks teha, kas intellektuaalomandi õigust on rikutud siseriikliku õiguse alusel, tuleks läbi viia kriteeriumide alusel, mida kasutatakse, et kindlaks määrata, kas kõnealuses liikmesriigis toodetud kaupadega rikutakse intellektuaalomandi õigusi. Käesolev määrus ei mõjuta liikmesriikide kohtute pädevust või kohtumenetlusi käsitlevaid sätteid.”

4. Selle määruse artikkel 1 sätestab:

„1. Käesolevas määruses sätestatakse tingimused, mil toll võib sekunda intellektuaalomandi õigust rikkuvana kahtlustatavate kaupade puhul järgmistes olukordades:

[...]

- b) kui need avastatakse selliste kaupade kontrollimisel, mis sisenevad ühenduse tolliterritoriumile või lahkuvad sealt kooskõlas [nõukogu 12. oktoobri 1992. aasta] määruse (EMÜ) nr 2913/92 [millega kehtestatakse ühenduse tolliseadustik (EÜT L 302, lk 1; ELT eriväljaanne 02/04, lk 307)] artiklitega 37 ja 183 [...].
2. Käesolevas määruses määratakse kindlaks ka meetmed, mida pädevad asutused peavad võtma, kui leitakse, et lõikes 1 osutatud kaupadega rikutakse intellektuaalomandi õigusi.”
5. Kõnealuse määruse artikli 2 lõike 1 punktid a ja b on sõnastatud järgmiselt:

„Käesoleva määruse kohaldamisel on „intellektuaalomandi õigust rikkuv kaup”:

- a) võltsitud kaup, täpsemalt:
- i) kaubad, kaasa arvatud pakendid, mis on ilma loata varustatud kaubamärgiga, mis on identne sama liiki kaupade õiguskaitses saanud kaubamärgiga või mida ei saa tema oluliste tunnuste poolest sellisest kaubamärgist eristada ja millega seetõttu rikutakse kõnealuse kaubamärgi valdaja õigusi [nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määrusega (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146)] ettenähtud ühenduse õiguse või selle liikmesriigi õigusaktide kohaselt, kus tolli sekkumise taotlus on esitatud;

[...]

- b) piraatkaup: kaubad, mis on autoriõiguse ja sellega kaasnevate õiguste valdaja või siseriikliku õiguse alusel registreeritud või registreerimata disainilahenduse õiguse valdaja nõusolekuta tehtud koopiad, või kaupu tootvas riigis asuva õiguste valdaja volitatud isiku loata tehtud koopiad, või kaubad, mis sisaldavad neid koopiaid, juhul kui kõnealuste koopiate valmistamisega rikutakse kõnealust õigust [nõukogu 12. detsembri 2001. aasta määruse

(EÜ) nr 6/2002 ühenduse disainilahenduse kohta (EÜT 2002, L 3, lk 1; ELT eriväljaanne 13/27, lk 142)] kohaselt või selle liikmesriigi õigusaktide kohaselt, kus tollimeetme taotlus on esitatud.”

6. Sama määruse artikli 9 lõige 1 näeb ette:

„Kui tollipunkt [...] veendub, et ühte artikli 1 lõikes 1 osutatud olukorda asetatud kaupade puhul kahtlustatakse [...] intellektuaalomandi õiguse rikkumist, peatab tollipunkt nende kaupade ringlusse laskmise või peab need kaubad kinni.”

7. Tollimääruse artikli 10 esimene lõik sätestab:

„Otsustades, kas intellektuaalomandi õigust on rikutud siseriikliku õiguse alusel, kohaldatakse selles liikmesriigis kehtivaid õigusakte, mille territooriumil kaup on asetatud ühte artikli 1 lõikes 1 osutatud olukorda.”

8. Selle määruse artikli 17 lõike 1 kohaselt:

„Ilma et see piiraks õiguse valdaja võimalust kasutada muid õiguskaitselahendusi, võtavad liikmesriigid vajalikke meetmeid lubamaks pädevatel asutustel:

- a) hävitada intellektuaalomandi õigust rikkuvaks tunnistatud kaup või kõrvaldada see turustuskanalitest viisil, mis välistab õigusevaldaja kahjustamise, kooskõlas asjakohaste siseriiklike õigusnormidega ning ilma mis tahes liiki hüvitusega, v.a juhul, kui siseriiklikes õigusaktides on sätestatud teisiti, ja kuludeta riigile;

[...].”

Autoriõiguse direktiiv

9. Autoriõiguse direktiivi artikli 4 lõige 1 on sõnastatud järgmiselt:

„Liikmesriigid näevad ette, et autoritel on ainuõigus lubada või keelata oma teoste originaalide ja koopiade levitamist üldsusele müümise teel või muul viisil.”

Kaubamärgidirektiiv

10. Kaubamärgidirektiivi artikli 5 lõiked 1 ja 3 sätestavad:

„1. Registreeritud kaubamärk annab omanikule sellega kaasnevad ainuõigused. Omanikul on õigus takistada kõikidel kolmandatel isikutel kasutada kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid [...];

[...]

3. Lõigete 1 ja 2 alusel võib muu hulgas keelata järgmised toimingud:

[...]

b) kõnealuse tähisega kaupade pakkumine või turuleviimine või ladustamine nimetatud otstarbel või kõnealuse tähisega teenuste pakkumine või osutamine;

c) kaupade importimine ja eksportimine kõnealuse tähise all;

[...].”

Ühenduse kaubamärgi määrus

11. Ühenduse kaubamärgi määruse artikli 9 lõigetes 1 ja 2 on ette nähtud:

„1. Ühenduse kaubamärk annab omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Omanikul on õigus takistada kõikidel kolmandatel isikutel kasutada kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid [...];

[...]

2. Lõike 1 alusel võib muu hulgas keelata järgmised toimingud:

[...]

b) kõnealuse tähisega kaupade pakkumine, turuleviimine või ladustamine nimetatud otstarbel või kõnealuse tähisega teenuste pakkumine või osutamine;

c) kaupade importimine ja eksportimine kõnealuse tähise all;
[...].”

Taani õigus

12. Autoriõiguse seadus (ophavsretsloven) 27. veebruari 2010. aasta kodi-fitseerimisseadusest nr 202 (lovbekendtgørelse nr. 202) tulenevas re-daktsioonis, millega võeti üle autoriõiguse direktiiv, sätestab § 2 lõige-tes 1 ja 3:

„1. Autoriõigus hõlmab käesolevas seaduses sätestatud piirangutega ainuõigust käsutada oma teost seda reprodutseerides või üldsusele kättesaadavaks tehes originaalina või muudetud kujul, tõlgituna või ko-handatuna mõnesse muusse kirjanduslikku või kunstilisse vormi või muud tehnikat kasutades.

[...]

3. Teos on üldsusele kättesaadavaks tehtud siis, kui

- 1) selle eksemplare kas müüakse, renditakse või laenutatakse või levitatakse üldsusele muul moel;
- 2) selle eksemplare esitletakse üldsusele või
- 3) seda esitatakse avalikult.”

13. Kaubamärgiseadus (varemærkeloven) 24. jaanuari 2012. aasta kodifit-seerimisseadusest nr 109 (lovbekendtgørelse nr. 109) tulenevas re-daktsioonis, millega võeti üle kaubamärgidirektiiv, sätestab § 4 lõige-tes 1 ja 3:

„1. Kaubamärgi omanikul on õigus keelata kolmandatel isikutel tema nõusolekuta kaubandustegevuse käigus kasutamast mis tahes tähist:

- 1) mis on identne tema kaubamärgiga ning millega tähistatud kau-bad või teenused on sarnased nendega, mis on kaitstud kauba-märgiga, või

- 2) mis on identne või sarnane kaubamärgiga ning millega tähistatud kaubad on identsed või sarnased nendega, mis on kaitstud kaubamärgiga, kui esineb segiajamise tõenäosus, mis hõlmab kaubamärgi ja tähise omavahel seostamise tõenäosust.

[...]

3. Kaubandustegevuse käigus kasutamine hõlmab eelkõige järgmist:

- 1) tähise kandmine kaupadele või nende pakendile;
- 2) kõnealuse tähisega kaupade pakkumine, turuleviimine või nende ladustamine nimetatud otstarbel või kõnealuse tähise all teenuste pakkumine või osutamine;
- 3) kaupade importimine ja eksportimine kõnealuse tähise all ja
- 4) tähise kasutamine äridokumentidel või reklaamis.”

14. 20. oktoobri 2005. aasta konsolideerimisseaduse nr 1047, millega rakendatakse Euroopa määrus teatavate intellektuaalomandi õiguste rikkumises kahtlustatavate kaupade kohta ja kõnealuseid õigusi rikkuvaks tunnistatud kaupade suhtes võetavate meetmete kohta (lovbekendtgørelse nr. 1047 om anvendelse af Det Europæiske Fællesskabs forordning om toldmyndighedernes indgriben over for varer, der mistænkes for at krænke visse intellektuelle ejendomsrettigheder, og om de foranstaltninger, som skal træffes over for varer, der krænker sådanne rettigheder), §-s 5 on sätestatud:

„[1.] [Tolli]määruse artikli 9 alusel algatatud menetluse käigus võib kauba saaja paluda kohtul otsustada, kas tingimused selle artikli kohaselt kauba vabastamise peatamiseks on täidetud. Kohus võib otsustada kauba vabastamise.

2. Kauba saaja ei saa tolli- ja maksuameti otsust kauba vabastamise peatamise kohta kõrgemalseisvale haldusasutusele edasi kaevata.”

15. Seaduse nr 12, millega rakendatakse Euroopa määrus teatavate intellektuaalomandi õiguste rikkumises kahtlustatavate kaupade kohta ja kõnealuseid õigusi rikkuvaks tunnistatud kaupade suhtes võetavate

meetmete kohta (bekendtgørelse nr. 12 om anvendelse af Det Europæiske Fællesskabs forordning om toldmyndighedernes indgriben over for varer, der mistænkes for at krænke visse intellektuelle ejendomsrettigheder, og om de foranstaltninger, som skal træffes over for varer, der krænker sådanne rettigheder), §-s 4 on sätestatud:

„[1.] [Tolli]määruse artikli 2 lõikes 1 määratletud intellektuaalomandi õigusi rikkuv kaup loovutatakse riigikassale ja hävitatakse. Hävitamine toimub määruse artikli 17 lõike 1 punktis a sätestatud korras.

2. Kauba hävitamine lõike 1 alusel ei kuulu hüvitamisele.”

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

16. 2010. aasta jaanuaris tellis Taanis elav M. Blomqvist Hiina veebipoe veebisaidilt kella, mis kirjelduse kohaselt oli Rolexi kaubamärgiga kell. Tellimus esitati ja makse tehti müüja ingliskeelse veebisaidi kaudu. Müüja saatis kella Hong Kongist postipakiga.
17. Kui pakk oli Taani jõudnud, vaatas Taani toll saadetise läbi. Toll peatas kella vabastamise, kuna tal oli kahtlus, et tegemist oli Rolexi kaubamärgiga originaalkella võltsinguga ja asjassepüütuva mudeli autoriõiguste rikkumisega. Toll teavitas Rolexit ja M. Blomqvisti sellest 18. märtsil 2010.
18. Kui oli kindlaks määratud, et tegemist oligi võltsinguga, palus Rolex vastavalt tollimääruses ette nähtud menetlusele, et tollivormistus jääks peatatuks ning palus M. Blomqvistilt nõusolekut kella hävitamiseks tolli poolt.
19. M. Blomqvist väitis, et ta on kella ostnud seaduslikult, ning oli kella hävitamise vastu.
20. Rolex esitas seejärel Sõ- og Handelsrettenile (Taani kaubanduskohus) hagi, nõudes, et M. Blomqvist peab nõustuma kella tollivormistuse peatamisega ja ilma hüvitiseta hävitamisega. Nimetatud kohus rahaldas Rolexi kaebuse.

21. M. Blomqvist esitas Højesteretile apellatsioonkaebuse. Kõnealusel kohtul on kahtlus, kas sellises olukorras, nagu on vaatluse all käesolevas kohtuasjas, on intellektuaalomandi õigust rikutud; see tingimus on vajalik tollimääruse kohaldamiseks, kusjuures selle määruse kohaldamiseks peab esiteks tegemist olema Taanis kaitstud autoriõiguse või kaubamärgiõiguse rikkumisega ning teiseks peab väidetav rikkumine olema toime pandud selles liikmesriigis. Kuna on tõendatud, et M. Blomqvist ostis kella isiklikuks kasutamiseks ja et ta ei ole rikkunud Taani autoriõiguse ega kaubamärgiseadusi, siis on eelotsusetaotluse esitanud kohtul tekkinud küsimus, kas müüja on rikkunud autoriõigust ja kaubamärgiõigust Taanis. Arvestades Euroopa Kohtu praktikat (12. juuli 2011. aasta otsus kohtuasjas C-324/09: L'Oréal jt, EKL 2011, lk I-6011; 1. detsembri 2011. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-446/09 ja C-495/09: Philips, kohtulahendite kogumikus veel avaldamata, ning 21. juuni 2012. aasta otsus kohtuasjas C-5/11: Donner, kohtulahendite kogumikus veel avaldamata), on Højesteretil seetõttu tekkinud küsimus, kas käesolevas asjas on tegemist üldsusele levitamise-ga autoriõiguse direktiivi tähenduses ning kaubandustegevuse käigus kasutamise-ga kaubamärgidirektiivi ja ühenduse kaubamärgi määruse tähenduses.
22. Neil asjaoludel otsustas Højesteret menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:
- „1. Kas [autoriõiguse] direktiivi [...] artikli 4 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et kaitstud kaubamärgiga kauba „üldsusele levitamiseks“ liikmesriigis tuleb pidada seda, kui ettevõtja sõlmib kolmanda riigi veebisaidi kaudu lepingu kauba müümise ja kohaletoimetamise kohta erasikust ostjale aadressil, mis müüjale teadaolevalt asub liikmesriigis, kus see kaup on autoriõigusega kaitstud, saab kauba eest tasu ja saadab selle ostjale kokkulepitud aadressile, või on niisugusel juhul tingimuseks ka see, et enne müümist on asjaomase kauba kohta selle liikmesriigi tarbijatele, kuhu kaup saadetakse, või neile mõeldud veebisaidil tehtud müügipakkumisi või reklaami?

2. Kas [kaubamärgi]direktiivi [...] artikli 5 lõikeid 1 ja 3 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi „kaubandustegevuse käigus kasutamiseks” liikmesriigis tuleb pidada seda, kui ettevõtja sõlmib kolmanda riigi veebisaidi kaudu lepingu kauba müümise ja kohaletoimetamise kohta eraisikust ostjale aadressil, mis müüjale teadaolevalt asub liikmesriigis, kus kaubamärk on registreeritud, saab kauba eest tasu ja saadab selle ostjale kokkulepitud aadressile, või on niisugusel juhul tingimuseks ka see, et enne müümist on asjaomase kauba kohta selle liikmesriigi tarbijatele, kuhu kaup saadetakse, või neile mõeldud veebisaidil tehtud müügipakkumisi või reklaami?
3. Kas [ühenduse kaubamärgi] määruse [...] artikli 9 lõikeid 1 ja 2 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi „kaubandustegevuse käigus kasutamiseks” liikmesriigis tuleb pidada seda, kui ettevõtja sõlmib kolmanda riigi veebisaidi kaudu lepingu ühenduse kaubamärgiga kauba müümise ja kohaletoimetamise kohta eraisikust ostjale aadressil, mis müüjale teadaolevalt asub liikmesriigis, saab kauba eest tasu ja saadab selle ostjale kokkulepitud aadressile, või on niisugusel juhul tingimuseks ka see, et enne müümist on asjaomase kauba kohta selle liikmesriigi tarbijatele, kuhu kaubad saadetakse, või neile mõeldud veebisaidil tehtud müügipakkumisi või reklaami?
4. Kas [tolli]määruse [...] artikli 2 lõike 1 punkti b tuleb tõlgendada nii, et „piraatkaua” vabasse ringlusse lubamist ja hävitamist käsitlevate sätete kohaldamiseks liikmesriigis peab seal olema esimesele küsimusele antud vastuses määratletud tingimustel toimunud „üldsusele levitamine”?
5. Kas [tolli]määruse [...] artikli 2 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et „võltsitud kauba” vabasse ringlusse lubamist ja hävitamist käsitlevate sätete kohaldamiseks liikmesriigis peab seal olema teisele ja kolmandale küsimusele antud vastustes määratletud tingimustel toimunud „kaubandustegevuse käigus kasutamine”?

Eelotsuse küsimused

23. Sissejuhatuseks olgu märgitud, et oma küsimustega palub eelotsuse taotluse esitanud kohus selgitusi mõiste „üldsusele levitamine” kohta autoriõiguse direktiivi artikli 4 lõike 1 tähenduses ning mõiste „kaubandustegevuse käigus kasutamine” kaubamärgi direktiivi artikli 5 lõigete 1 ja 3 ning ühenduse kaubamärgi määruse artikli 9 lõigete 1 ja 2 tähenduses, et tal oleks põhikohtuasjas võimalik hinnata, kas esineb intellektuaalomandi õiguse rikkumine.
24. Tollimääruse artikli 2 lõikes 1 esitatud mõistete „võltsitud kaup” ja „piraatkaup” määratluste kohaselt peetakse silmas liidu õiguse või selle liikmesriigi õigusaktide kohaselt, kus tolli sekkumise taotlus on esitatud, kohaldatava kaubamärgi, autoriõiguse, sellega kaasneva õiguse või disainilahenduse õiguse rikkumist. Sellest tuleneb, et silmas peetakse vaid liidu või liikmesriikide õigusest tulenevate intellektuaalomandi õiguste rikkumisi (vt eespool viidatud kohtuotsus Philips, punkt 50).
25. Tollimäärus ei kehtesta selles suhtes mitte ühtegi uut kriteeriumi intellektuaalomandi õiguste rikkumise tuvastamiseks (vt selle kohta 9. novembri 2006. aasta otsus kohtuasjas C-281/05: Montex Holdings, EKL 2006, lk I-10881, punkt 40). Selle määruse alusel tolli sekkumise õigustamiseks saab sellisele rikkumisele järelikult tugineda vaid siis, kui asjasse puutuva kauba müük võib rikkuda autoriõiguse direktiivis, kaubamärgidirektiivis ja ühenduse kaubamärgi määruses ette nähtud tingimustel antud õigusi.
26. Neil asjaoludel tuleb eelotsuse küsimusi mõista nii, et eelotsusetaotluse esitanud kohus palub selgitada, kas tollimäärusest tuleneb, et selleks, et kolmandas riigis asuva veebipoe veebisaidi kaudu liikmesriigi territooriumil elavale isikule müüdüd kauba intellektuaalomandi õiguse omaniku suhtes kehtiks kaitse, mis on sellele omanikule nimetatud määrusega tagatud ajal, mil see kaup tuuakse selle liikmesriigi territooriumile, on vaja, et kõnealuses liikmesriigis peetaks seda müüki üldsusele levitamise viisiks või kaubandustegevuse käigus kasutamiseks. Eelotsusetaotluse esitanud kohtul on tekkinud ka küsimus, kas enne

müümist peab asjaomase kauba kohta sama liikmesriigi tarbijatele olema tehtud müügipakkumisi või reklaami.

27. Sellega seoses tuleb meenutada, et esiteks on kaubamärgidirektiivi ja ühenduse kaubamärgi määruse alusel kaubamärgiomanikul õigus keelata kolmandal isikul selle kaubamärgiga identse tähise kasutamine tema loata, kui tähist kasutatakse kaubandustegevuse käigus kaupade või teenuste jaoks, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, ja selline kasutamine mõjutab või võib mõjutada kahjulikult kaubamärgi ülesandeid (23. märtsi 2010. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-236/08–C-238/08: Google France ja Google, EKL 2010, lk I-2417, punkt 49 ja seal viidatud kohtupraktika).
28. Teiseks on vastavalt autoriõiguse direktiivile autoritel ainuõigus lubada või keelata oma teoste originaalide ja koopiade levitamist üldsusele müümise teel või muul viisil. Levitamine üldsusele leiab aset terve rea toimingute kaudu, alates müügilepingu sõlmimisest kuni selle täitmiseni kauba kohaletoimetamisega isikule üldsuse seast. Seega on ettevõtja vastutav kõigi toimingute eest, mida ta teostab ise või mida teostatakse tema arvel ja mille tulemusel toimub „üldsusele levitamine” liikmesriigis, kus levitav ese on autoriõigusega kaitstud (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Donner, punktid 26 ja 27).
29. Neid asjaolusid arvestades on liidu õiguses nõutud, et seda müüki peetakse liikmesriigi territooriumil üldsusele levitamise viisiks autoriõiguse direktiivi tähenduses või kaubandustegevuse käigus kasutamiseks kaubamärgidirektiivi ja ühenduse kaubamärgi määruse tähenduses. Sellist üldsusele levitamist tuleb pidada toimunuks, kui on sõlmitud leping kauba müümise ja kohaletoimetamise kohta.
30. Vaidlust ei ole selles, et põhikohtuasjas on Rolex Taanis nende autoriõiguste ja kaubamärkide omanik, millele ta tugineb, ning et kõnealuses kohtuasjas vaatluse all olev kell on võltsitud kaup ja piraatkaup tolimääruse artikli 2 lõike 1 punktide a ja b tähenduses. Samuti ei ole vaidlustatud seda, et Rolexil oleks olnud õigus tugineda tema õiguste rikkumisele juhul, kui seda kaupa oleks müünud selles liikmesriigis

asuv müüja, kuna sellise äriotsustarbel toimunud müügi korral oleks üld-
susele levitamisel tema õigusi kasutatud kaubandustegevuse käigus.
Esitatud küsimustele vastamiseks tuleb seega veel kontrollida, kas in-
tellektuaalomandi õiguste omanikul nagu Rolex on õigus samale õigus-
te kaitsele juhul – nagu põhikohtuasjas –, kui asjaomane kaup müüdi
veebipoe veebilehe kaudu, mis asub kolmandas riigis, kelle territooriumil see kaitse ei ole kohaldatav.

31. On küll tõsi, et pelgalt selle põhjal, et veebisaidile on juurdepääs selle kaitsega hõlmatud territooriumil, ei saa järeldada, et veebisaidil kuvata-
vad müügipakkumised on suunatud sellel territooriumil asuvatele tarbi-
jatele (vt eespool viidatud kohtuotsus L'Oréal jt, punkt 64).
32. Euroopa Kohus on siiski juba leidnud, et selliselt kaitstud õiguste rik-
kumisega võib tegemist olla siis, kui isegi enne selle kaitsega hõlmatud
territooriumile toomist on kolmandast riigist pärit kauba osas toimunud
liidu tarbijatele suunatud kaubanduslik toiming nagu müük, müügipak-
kumine või reklaam (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Philips,
punkt 57 ja seal viidatud kohtupraktika).
33. Seega võib kolmandast riigist pärit kaup, mis kujutab endast Euroopa
Liidus kaubamärgiõigusega kaitstud toote imitatsiooni või liidus auto-
riõigusega, sellega kaasneva õigusega või disainilahenduse õigusega
kaitstud toote koopiat, rikkuda asjaomaseid õigusi ja niisiis võib seda
lugeda „võltsitud kaubaks” või „piraatkaukaks”, kui on tõendatud, et see
on suunatud liidus turustamiseks, kusjuures tõendatud on see eelkõige
siis, kui ilmneb, et seda kaupa on liidus kliendile müüdnud või seda on
liidu tarbijatele müügiks pakutud või reklaamitud (vt selle kohta ees-
pool viidatud kohtuotsus Philips, punkt 78).
34. Ent vaidlust ei ole selles, et põhikohtuasjas müüdi asjaomane kaup
kliendile liidus, mistõttu ei ole selline olukord igal juhul sarnane „e-turul”
pakutavate toodete olukorraga ega ka liidu tolliterritooriumile peata-
mismenetluse alusel toodud toodete olukorraga. Seega ei saa ainuüksi
sellise asjaolu tõttu, et müük toimus kolmandas riigis asuva veebipoe
veebisaidi kaudu, müüdnud kauba intellektuaalomandi õiguse omanikku

ilma jätta tollimäärusest tulenevast kaitsest, ilma et oleks vaja kontrollida, kas enne müümist on asjaomase kauba kohta sama liikmesriigi tarbijatele lisaks tehtud müügipakkumisi või reklaami.

35. Eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb eelotsuse küsimustele vastata, et tollimäärust tuleb tõlgendada nii, et kolmandas riigis asuva veebipoe veebisaidi kaudu liikmesriigi territooriumil elavale isikule müüdüd kauba intellektuaalomandi õiguse omaniku suhtes kehtib kauba selle liikmesriigi territooriumile toomise ajal kaitse, mis on sellele omanikule tagatud nimetatud määrusega, ainuüksi seetõttu, et kõnealune kaup osteti. Selleks ei ole vaja, et lisaks on enne müümist asjaomase kauba kohta sama liikmesriigi tarbijatele tehtud müügipakkumisi või reklaami.

Kohtukulud

36. Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamise seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (teine koda) otsustab:

Nõukogu 22. juuli 2003. aasta määrust (EÜ) nr 1383/2003 teatavate intellektuaalomandi õiguste rikkumises kahtlustatavate kaupade suhtes võetava tollimeetme ja kõnealuseid õigusi rikkuvaks tunnistatud kaupade suhtes võetavate meetmete kohta tuleb tõlgendada nii, et kolmandas riigis asuva veebipoe veebisaidi kaudu liikmesriigi territooriumil elavale isikule müüdüd kauba intellektuaalomandi õiguse omaniku suhtes kehtib kauba selle liikmesriigi territooriumile toomise ajal kaitse, mis on sellele omanikule tagatud nimetatud määrusega, ainuüksi seetõttu, et kõnealune kaup osteti. Selleks ei ole vaja, et lisaks on enne müümist asjaomase kauba kohta sama liikmesriigi tarbijatele tehtud müügipakkumisi või reklaami.

Allkirjad

EUROOPA KOHTU OTSUS (kolmas koda)
6. märts 2014*

Kaubamärgid – Direktiiv 2008/95/EÜ – Artikli 12 lõike 2 punkt a –
Kaubamärgiõiguste lõppenuks tunnistamine – Kaubamärk, mis on omaniku
tegevuse või tegevusetuse tõttu kaubanduses muutunud selle kauba või
teenuse üldnimeks, mille jaoks ta on registreeritud – Viis, kuidas tajuvad
sõnalist tähist KORNSPITZ esiteks edasimüüjad ja teiseks lõpptarbivad –
Eristusvõime kaotamine üksnes lõpptarbivate silmis

Kohtuasjas C-409/12,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Oberster Patent- und Markensenati
(Austria) 11. juuli 2012. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis
saabus Euroopa Kohtusse 6. septembril 2012, menetluses

Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH

versus

Pfahnl Backmittel GmbH,

EUROOPA KOHUS (kolmas koda),

koosseisus: koja president M. Ilešič (ettekandja), kohtunikud
C. G. Fernlund, A. Ó Caoimh, C. Toader ja E. Jarašiūnas,

kohtujurist: P. Cruz Villalón,

kohtusekretär: ametnik K. Malacek,

arvestades kirjalikus menetluses ja 29. mai 2013. aasta kohtuistungil
esitatud,

arvestades kirjalikke seisukohti, mille esitasid:

– Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH, esindaja:
Rechtsanwalt E. Enging-Deniz,

* Kohtumenetluse keel: saksa.

- Pfahnl Backmittel GmbH, esindaja: *Rechtsanwalt M. Gumpoldsberger*,
- Saksamaa valitsus, esindajad: T. Henze ja J. Kemper,
- Prantsusmaa valitsus, esindajad: D. Colas ja J.-S. Pilczer,
- Itaalia valitsus, esindaja: G. Palmieri, keda abistas *avvocato dello Stato S. Varone*,
- Euroopa Komisjon, esindajad: F. Bulst ja J. Samnadda,

olles 12. septembri 2013. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse.

1. Eelotsusetaotlus käsitleb Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT L 299, lk 25, parandus ELT 2009 L 11, lk 86) artikli 12 lõike 2 punkti a tõlgendamist.
2. Taotlus esitati Austria õiguse alusel asutatud äriühingu Backaldrin Österreich The Kornspitz Company GmbH (edaspidi „Backaldrin”) ning samuti Austria õiguse alusel asutatud äriühingu Pfahnl Backmittel GmbH (edaspidi „Pfahnl”) vahelise kohtuvaidluse raames, mis käsitleb sõnalist tähist KORNSPITZ, mille on kaubamärgina registreerinud Backaldrin.

Õiguslik raamistik

Direktiiv 2008/95

3. Direktiivi 2008/95 artikkel 2 sätestab, et „[k]aubamärgi võivad moodustada mis tahes tähised, mida on võimalik graafiliselt esitada [...], kui selliste tähiste põhjal on võimalik eristada ühe ettevõtja kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest”.
4. Direktiivi artikkel 3 näeb ette:

„1. Kaubamärgina ei registreerita ja kui nad on registreeritud, võib need tühistada:

[...]

- b) kaubamärke, millel puudub eristusvõime;
- c) kaubamärke, mis koosnevad ainult sellistest märkidest või tähistest, mis tähistavad kaubanduses sorti, kvaliteeti, kvantiteeti, otsustarvet, väärtust, geograafilist päritolu või kaupade tootmise või teenuste pakkumise aega või muid kauba või teenuse omadusi;
- d) kaubamärke, mis koosnevad ainult märkidest või tähistest, mis on muutunud tavapäraseks igapäevases keelekasutuses või heausksetes ja kindlaks kujunenud kaubandustavades;

[...].”

5. Direktiivi artikkel 5 sätestab:

„1. Registreeritud kaubamärk annab omanikule selle kasutamise õiguse. Omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast kaubandustegevuse käigus ilma tema loata:

- a) kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud;
- b) kõiki tähiseid, mille identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ning identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ja tähisega kaitstud kaupade või teenustega on tõenäoline, et üldsus võib need omavahel segi ajada või tekitada seoseid kaubamärgi ja tähise vahel.

2. Lisaks sellele võib iga liikmesriik sätestada, et omanikul on õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid tema nõusolekuta kasutamast kaubandustegevuse käigus mis tahes tähist, mis on identne või sarnane kaubamärgiga, mis on välja antud kaupade või teenuste jaoks, mis ei ole sarnased nende kaupade või teenustega, mille jaoks kõnealune kaubamärk on registreeritud, ja juhul kui selle tähise põhjuseta kasu-

tamine kasutaks ebaõiglaselt ära või kahjustaks varasema kaubamärgi eristatavust või mainet.

[...].”

6. Direktiivi 2008/95 artikkel 12 sätestab:

„1. Kaubamärgi võib lõppenuks tunnistada, kui seda ei ole liikmesriigis viie järjestikuse aasta jooksul kasutatud kaupade või teenuste puhul, mille jaoks see registreeriti ja kasutamatajätmisel ei ole mõistlikke põhjendusi.

[...]

2. Ilma et see piiraks lõike 1 kohaldamist võib kaubamärgi lõppenuks tunnistada juhul, kui pärast selle registreerimise kuupäeva:

- a) on kaubamärk omaniku tegevuse või tegevusetuse tõttu kaubanduses muutunud selle kauba või teenuse üldnimeks, mille jaoks ta on registreeritud;

[...].”

Austria õigus

7. 1970. aasta kaubamärgikaitseaduse (Markenschutzgesetz 1970, BGBl. 260/1970) § 33b oli põhikohtuasja faktiliste asjaolude aset leidmise ajal kehtinud redaktsioonis sõnastatud järgmiselt:

„1. Igaüks võib taotleda kaubamärgi registrist kustutamist, kui pärast selle registreerimise kuupäeva on kaubamärk omaniku tegevuse või tegevusetuse tõttu kaubanduses muutunud selle kauba või teenuse üldnimeks, mille jaoks ta on registreeritud.

2. Kustutamisosusel on tagasiulatuv mõju alates ajast, mil on tõendatud, et kaubamärk on lõplikult muutunud [...] üldnimeks.”

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

8. Backaldrini taotlusel registreeriti Austria sõnamärk KORNSPITZ kauba jaoks, mis kuulub 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasu-

tatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassi 30. Nimetatud kauba hulka kuuluvad muu seas:

„jahu ja muud teraviljasaadused; pagaritooted; küpsetuspulbrid; kondiitritooted, sh küpsetamiseks ette valmistatud tooted; taignatooted kondiitritoodete valmistamiseks”.

9. Backaldrin toodab selle kaubamärgi all eelkõige pagaritele tarnitavat valmis küpsetussegu. Viimased valmistavad küpsetussegust piklikke mõlemast otsast teravatipulisi saiakesi. Backaldrin on andnud nõusoleku, et pagarid ja neilt pagaritooted tarnivad toidukaupade müüjad müüvad asjaomaseid saiakesi kõnealust kaubamärki kasutades.
10. Backaldrini konkurendid, muu hulgas Pfahnl ja enamik pagareid teavad, et sõnaline tähis KORNSPITZ on kaubamärgina registreeritud. Pfahnl aga väidab – millega Backaldrin ei nõustu –, et lõpptarbijad tajuvad seda sõnalist tähist teatava pagaritootena, nimelt pikliku mõlemast otsast teravatipulise saiakese üldnimetusena. Taoline arusaam on muu hulgas tingitud sellest, et pagarid ei teavita üldjuhul oma kliente asjaolust, et tähis KORNSPITZ on kaubamärgina registreeritud, ja sellest, et asjaomased saiakesed on valmistatud kõnealusest segust.
11. Pfahnl esitas 14. mail 2010 1970. aasta kaubamärgikaitseaduse § 33b alusel nõude kaubamärgist KORNSPITZ tulenevate õiguste lõpenuks tunnistamiseks seoses kaubaga, mis on nimetatud käesoleva kohtuotsuse punktis 8. Österreichischer Patentamt (Austria patendiamet) tühistamisosakond rahuldab 26. juuli 2011. aasta otsusega selle nõude. Backaldrin kaebas selle otsuse peale Oberster Patent- und Markensenatele (kõrgem patendi- ja kaubamärgikohus) edasi.
12. Nimetatud kohus soovib teada, kas ja kuidas peab ta põhikohtuasjas selle hindamisel, kas kaubamärk on „kaubanduses muutunud selle kauba või teenuse üldnimeks”, arvestama asjaoluga, et mitte kõik kaubad, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, ei ole suunatud ühele ja samale klientide rühmale. Selle kohtu sõnul on Backaldrini poolt kaubamärgi KORNSPITZ all turustatavate toorainete ja vahesaaduste nagu

saiakeste küpsetussegu lõppkasutajad pagarid ja toidukaupade müüjad, samas kui saiakeste lõpptarbijad on nende pagarite ja toidukaupade müüjate kliendid.

13. Oberster Patent- und Markensenat leiab, et kaebus Österreichischer Patentamti tühistamisotsakonna tehtud asjaomaste kaubamärgiõiguste lõppenuks tunnistamise otsuse peale tuleb rahuldada niivõrd, kui võrd põhikohtuasjas käsitletav kaubamärk on registreeritud selliste toorainete ja vahesaaduste jaoks nagu jahu ja muud teraviljasaadused; küpsetuspulbrid; küpsetamiseks ette valmistatud tooted; taigatooted kondiitritoodete valmistamiseks.
14. Mis aga puutub lõpptoodetesse, mille jaoks kaubamärk KORNSPITZ on samuti registreeritud, nimelt pagari- ja kondiitritooted, siis soovib kõnealune kohus Euroopa Kohtult eelotsuses selle kohta selgitusi. Eelkõige soovib ta teada, kas omaniku kaubamärgist tulenevad õigused saab tunnistada lõppenuks, kui see kaubamärk on muutunud üldnimeks mitte kaubamärgiomaniku tarnitud toorainest valmistatud lõpptoodete müüjate, vaid nende toodete lõpptarbija silmis.
15. Kohus täpsustab, et pärast eelotsuse saamist otsustab ta, kas lõpptarbijate seas oleks vaja viia läbi arvamusküsitlus selle kohta, kuidas sõnalist tähist KORNSPITZ tajutakse.
16. Neil asjaoludel otsustas Oberster Patent- und Markensenat menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:
 - „1. Kas kaubamärk on „kaubanduses muutunud kauba või teenuse üldnimeks“ direktiivi [2008/95] artikli 12 lõike 2 punkti a tähenduses, kui
 - a) kaupmehed küll teavad, et tegemist on päritolutähisega, kuid üldjuhul nad ei teavita sellest [lõpptarbijaid], ja
 - b) eelkõige sel põhjusel ei taju [lõpptarbijad] asjaomast kaubamärki enam päritolutähisena, vaid sellise kauba või teenuse üldnimena, mille jaoks ta on registreeritud?

2. Kas „tegevusetus” direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tähenduses esineb siis, kui kaubamärgiomanik jääb tegevusetuks, olgugi et kaupmehed ei teavita oma kliente sellest, et tegemist on registreeritud kaubamärgiga?
3. Kas omaniku tegevuse või tegevusetuse tõttu [lõpptarbijate], mitte aga kaupmeeste jaoks üldnimeks muutunud kaubamärgist tulenevad õigused tuleb tunnistada lõppenuks siis ja ainult siis, kui lõpptarbija on sunnitud seda nimetust kasutama, sest samaväärsed alternatiivsed nimetused puuduvad?”

Eelotsuse küsimuste analüüs

Esimene küsimus

17. Esimese küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiõigused võib seoses teatava kaubaga, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud, lõppenuks tunnistada, kui kaubamärk on kaubamärgiomaniku tegevuse või tegevusetuse tulemusena muutunud asjaomase kauba üldnimeks üksnes lõpptarbija jaoks.
18. Backaldrin, Saksamaa ja Prantsusmaa valitsus ning komisjon leiavad, et sellele küsimusele tuleb vastata eitavalt, samas kui Pfahnl ja Itaalia valitsus toetavad vastupidist seisukohta.
19. Sellega seoses tuleb kõigepealt märkida, et direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkt a reguleerib olukorda, kus kaubamärk ei ole enam võimeline täitma oma päritolu tähistamise ülesannet (29. aprilli 2004. aasta otsus kohtuasjas C-371/02: Björnekulla Fruktindustrier, EKL 2004, lk I-5791, punkt 22).
20. Kaubamärgi mitme ülesande seas on päritolu tähistamise ülesanne peamine (vt eelkõige 23. märtsi 2010. aasta otsus liidetud kohtuasjades C-236/08–C-238/08: Google France ja Google, EKL 2010, lk I-2417, punkt 77, ja 22. septembri 2011. aasta otsus kohtuasjas C-482/09: Budějovický Budvar, EKL 2011, lk I-8701, punkt 71). Kaubamärk võimaldab määratleda selle kaubamärgiga tähistatud kauba või teenuse konk-

reetselt ettevõtjalt pärinevana ja seega eristada seda kaupa või teenust teiste ettevõtjate omast (vt selle kohta 18. aprilli 2013. aasta otsus kohtuasjas C-12/12: Colloseum Holding, kohtulahendite kogumikus veel avaldamata, punkt 26 ja seal viidatud kohtupraktika). Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 27 märkis, on see ettevõtja see, kelle kontrolli all kaupa või teenust turustatakse.

21. Euroopa Liidu seadusandja on kaubamärgi seda peamist ülesannet tunnustanud, sätestades direktiivi 2008/95 artiklis 2, et tähised, mida on võimalik graafiliselt esitada, võivad kaubamärgi moodustada üksnes tingimusel, et selliste tähiste põhjal on võimalik eristada ühe ettevõtja kaupu või teenuseid teiste ettevõtjate omadest (4. oktoobri 2001. aasta otsus kohtuasjas C-517/99: Merz & Krell, EKL 2001, lk I-6959, punkt 23, ja eespool viidatud kohtuotsus Björnekulla Fruktindustrier, punkt 21).
22. Sellest tingimusest tulenevad sätted on eelkõige direktiivi artiklid 3 ja 12. Kui selle direktiivi artikkel 3 loetleb olukorrad, mil kaubamärk ei täida *ab initio* päritolu tähistamise ülesannet, siis sama direktiivi artikli 12 lõike 2 punkt a käsitleb olukorda, kus kaubamärk on muutunud üldnimeks ja seega kaotanud eristusvõime, mistõttu ta ei täida enam nimetatud ülesannet (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Björnekulla Fruktindustrier, punkt 22). Nii võib direktiivi 2008/95 artiklist 5 tulenevad kaubamärgiõigused lõppenuks tunnistada (vt selle kohta 27. aprilli 2006. aasta otsus kohtuasjas C-145/05: Levi Strauss, EKL 2006, lk I-3703, punkt 33).
23. Eelotsusetaotluse esitanud kohtu kirjeldatud olukorras, kus faktilistele asjaoludele saab hinnangu anda ainult see kohus, tajuvad põhikohtuasjas käsitletava kauba, nimelt niinimetatud KORNSPITZ-saiakeste lõpp-tarbijad seda sõnalist tähist asjaomase kauba üldnimega ega ole seetõttu teadlikud asjaolust, et need saiakesed on valmistatud küpsetus-segust, mille on tarninud teatav äriühing kaubamärgi KORNSPITZ all.
24. Nagu eelotsusetaotluse esitanud kohus samuti märkis, tajuvad lõpp-tarbijad asjaomast tähist üldnimega eelkõige seetõttu, et sellest segust

valmistatud küpsetiste müüjad üldiselt ei teavita oma kliente sellest, et tähis KORNSPITZ on registreeritud kaubamärgina.

25. Eelotsusetaotluses esitatud juhtumit iseloomustab ka see, et kõnealuse lõpptoote müüjad ei osuta müügi hetkel oma klientidele abi tähelepanu pööramisel sellele, milline on müügil olevate toodete päritolu.
26. Tuleb nentida, et sellisel juhul ei täida kaubamärk KORNSPITZ niinimetatud KORNSPITZ-saiakeste müügi käigus oma päritolu tähistamise ülesannet ning seetõttu võib asjaomased kaubamärgiõigused seoses lõpptootega, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud, lõppenuks tunnistada, kui kaubamärgi selle kaubaga seotud eristusvõime kaotamine on põhjustanud kaubamärgiomaniku tegevus või tegevusetus.
27. See järeldus ei ole vastuolus direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punktide a Euroopa Kohtu poolt eespool viidatud kohtuotsuse Björnekulla Fruktindustrier punktis 26 antud tõlgendusega, mille kohaselt juhul, kui registreeritud kaubamärgiga hõlmatud kauba turustamises osalevad edasimüüjad, peab selle hindamisel, kas kõnealune kaubamärk on kaubanduses muutunud asjaomase kauba tavapäraseks tähistuseks, võtma arvesse vastava sihtrühma arvamust, mille moodustavad kõik tarbijad või lõppkasutajad ning sõltuvalt vastava kauba turu omapärasest ka kõik asjaomase kauba turustamisel osalevad ettevõtjad.
28. Nagu Euroopa Kohus seda sätet nii tõlgendades toonitas, tuleb küsimust, kas kaubamärk on kaubanduses muutunud selle kauba või teenuse üldnimeks, mille jaoks ta on registreeritud, tõepoolest hinnata mitte üksnes seoses sellega, kuidas tarbijad või lõppkasutajad seda tajuvad, vaid sõltuvalt vastava turu omapärasest, võttes arvesse ka asjaomaste ettevõtjate nagu edasimüüjad arusaama.
29. Nagu Euroopa Kohus eespool viidatud kohtuotsuse Björnekulla Fruktindustrier punktis 24 märkis, on üldiselt määrav roll siiski sellel, kuidas tarbijad või lõppkasutajad kaubamärki tajuvad. Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktides 58 ja 59 märkis, võib põhikohtuasjas käsitletava olukorraga sarnases olukorras, millele on iseloomulik asjaomase kaubamärgi eristusvõime kaotamine lõpptarbijate jaoks, mille paikapi-

davust peab kontrollima eelotsusetaotluse esitanud kohus, selline kaotamine anda alust tunnistada kaubamärgiõigused lõppenuks. Asjaolu, et edasimüüjad teavad sellise kaubamärgi olemasolust ja sellega tähistatavast päritolust, ei välista iseenesest niisugust lõppenuks tunnistamise võimalust.

30. Kõigist eelpool esitatud kaalutlustest tulenevalt tuleb esimesele küsimusele vastata, et direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et sellises olukorras, nagu käsitletakse põhikohtuasjas, võib kaubamärgiõigused seoses teatava kaubaga, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud, lõppenuks tunnistada, kui kaubamärk on kaubamärgiomaniku tegevuse või tegevusetuse tulemusena muutunud asjaomase kauba üldnimeks üksnes lõpptarbija jaoks.

Teine küsimus

31. Teise küsimusega soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt teada, kas direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et „tegevusetusena” selle sätte tähenduses võib määratleda seda, kui kaubamärgiomanik ei kohusta edasimüüjaid lisaks kaubamärki kasutama sellise kauba turustamisel, mille jaoks asjaomane kaubamärk on registreeritud.
32. Sellega seoses tuleb meenutada, et liidu seadusandja on, kaaludes kaubamärgiomaniku ja konkurentide huvisid, mis on seotud tähiste vaba kasutatavusega, direktiivi artikli 12 lõike 2 punkti a vastuvõtmisega leidnud, et kaubamärgiomaniku vastu võidakse esitada eristusvõime kaotamise vastuväide vaid siis, kui selline kaotamine tuleneb omaniku tegevusest või tegevusetusest (eespool viidatud kohtuotsus Levi Strauss, punkt 19, ja 10. aprilli 2008. aasta otsus kohtuasjas C-102/07: adidas ja adidas Benelux, EKL 2008, lk I-2439, punkt 24).
33. Euroopa Kohus on juba sedastanud, et mõiste „tegevusetus” alla võib kuuluda see, kui kaubamärgiomanik ei ole õigeaegselt tuginenud sama direktiivi artiklis 5 käsitletud ainuõigusele ning taotlenud pädevalt ametiasutuselt keelata asjaomastel kolmandatel isikutel kasutada tähist, mille segiajamine kõnealuse kaubamärgiga on tõenäoline, kuna selliste

taotluste eesmärk ongi nimetatud kaubamärgi eristusvõime säilitamine (vt selle kohta eespool viidatud kohtuotsus Levi Strauss, punkt 34).

34. Käesoleva kohtuasja punktis 32 kirjeldatud tasakaalu saavutamine seataks aga kahtluse alla, kui kõnealune mõiste hõlmaks üksnes sellist tegevusetust, mistõttu see mõiste hõlmab mis tahes tegevusetust, millega kaubamärgiomanik näitab, et ta ei ole oma kaubamärgi eristusvõime säilimise suhtes piisavalt valvas. Seetõttu võib eelotsusetaotluse esitanud kohtu kirjeldatuga sarnases olukorras, kus kaubamärgiomaniku tarnitud toorainest valmistatud kauba edasimüüjad üldiselt ei teavita oma kliente sellest, et asjaomase toote puhul kasutatav tähis on registreeritud kaubamärgina, ja aitavad sellega kaasa selle kaubamärgi muutumisele üldnimeks, asjaomase omaniku hooletust, kuivõrd ta ei haara initsiatiivi kohustada neid edasimüüjaid lisaks seda kaubamärki kasutama, määratleda kui tegevusetust direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tähenduses.
35. Eelotsusetaotluse esitanud kohtul tuleb hinnata, kas käesoleval juhul on või ei ole Backaldrin haaranud initsiatiivi kohustada pagariärisid ja toidukaupade müüjaid, kes müüvad tema tarnitud küpsetussegust valmistatud saiakesi, lisaks kasutama kaubamärki KORNSPITZ ärisuhtluses oma klientidega.
36. Kõigi eelnimetatud kaalutluste põhjal tuleb teisele küsimusele vastata, et direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et „tegevusetusena” selle sätte tähenduses võib määratleda seda, kui kaubamärgiomanik ei kohusta edasimüüjaid lisaks kaubamärki kasutama sellise kauba turustamisel, mille jaoks asjaomane kaubamärk on registreeritud.

Kolmas küsimus

37. Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib kolmandas küsimuses sisuliselt teada, kas direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiõiguste lõppenuks tunnistamine eeldab tingimata selle kindlakstegemist, kas kaubal, mille kaubamärk on kaubanduses muutunud üldnimeks, on ka muid nimetusi.

38. Nagu selle sätte sõnastusest tuleneb, võib kaubamärgi lõppenuks tunnistada juhul, kui kaubamärk on omaniku tegevuse või tegevusetuse tõttu kaubanduses muutunud selle kauba või teenuse üldnimeks, mille jaoks ta on registreeritud.
39. Sellises olukorras ei oma tähtsust asjaolu, kas asjaomasel kaubal või teenusel on võimalikke muid nimetusi, kuna see ei anna alust muuta järeldest kõnealuse kaubamärgi eristusvõime kaotamise kohta kaubanduses üldnimeks muutumise tõttu.
40. Seetõttu tuleb kolmandale küsimusele vastata, et direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiõiguste lõppenuks tunnistamine ei eelda selle kindlaks tegemist, kas kaubal, mille kaubamärk on kaubanduses muutunud üldnimeks, on ka muid nimetusi.

Kohtukulud

41. Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus poolelioleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse siseriiklik kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulud, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (kolmas koda) otsustab:

1. **Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et sellises olukorras, nagu käsitletakse põhikohtuasjas, võib kaubamärgiõiguse seoses teatava kaubaga, mille jaoks see kaubamärk on registreeritud, lõppenuks tunnistada, kui kaubamärk on kaubamärgiomaniku tegevuse või tegevusetuse tulemusena muutunud asjaomase kauba üldnimeks selle põhjal, kuidas ainult lõpp-tarbija seda kaubamärki tajub.**
2. **Direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et „tegevusetusena” selle sätte tähenduses võib määratleda seda, kui**

kaubamärgiomanik ei kohusta edasimüüjaid lisaks kaubamärki kasutama sellise kauba turustamisel, mille jaoks asjaomane kaubamärk on registreeritud.

- 3. Direktiivi 2008/95 artikli 12 lõike 2 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgiõiguse lõppenuks tunnistamine ei eelda selle kindlaks-tegemist, kas kaubal, mille kaubamärk on kaubanduses muutunud üldnimeks, on ka muid nimetusi.**

Allkirjad