



Сборник съдебна практика

ЗАКЛЮЧЕНИЕ НА ГЕНЕРАЛНИЯ АДВОКАТ
P. MENGOTZI
представено на 12 септември 2017 година¹

Дело C-291/16

Schweppes SA
срещу
Red Paralela SL,
Red Paralela BCN SL, по-рано Carboneiques Montaner SL,
в присъствието на
Orangina Schweppes Holding BV,
Schweppes International Ltd,
Exclusivas Ramirez SL

(Преюдициално запитване, отправено от Juzgado de lo Mercantil n° 8 de Barcelona (Търговски съд № 8 Барселона, Испания))

„Преюдициално запитване — Сближаване на законодателствата — Марки — Директива 2008/95/ЕО — Член 7, параграф 1 — Изчерпване на правото, предоставено от марката — Паралелни марки — Прехвърляне на марките за част от територията на Европейското икономическо пространство (ЕИП)“

1. Повече от двадесет години след решението от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), Съдът отново е сезиран с преюдициални въпроси относно изчерпването на правото, предоставено от марката, в контекста на доброволно разделяне на паралелни права с общ произход, възникнали в няколко държави от Европейското икономическо пространство (ЕИП). В този контекст за пореден път от Съда се иска да изложи съображения относно равновесието между защитата на правото върху марки и свободното движение на стоки.

2. Преюдициалното запитване, предмет на настоящото дело, се отнася по-специално до тълкуването на член 7, параграф 1 от Директива 2008/95/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2008 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките², както и на член 36 ДФЕС.

3. Запитването е отправено в рамките на спор между испанското дружество Schweppes SA, от една страна, и Red Paralela SL и Red Paralela BCN SL, по-рано Carboneiques Montaner SL (наричани по-нататък заедно „дружествата Red Paralela“), от друга страна, във връзка с вноса в Испания от последните на бутилки тоник, обозначени с търговската марка „SCHWEPES“ с произход от Обединеното кралство.

¹ Език на оригиналния текст: френски.

² ОВ L 299, 2008 г., стр. 25. Директива 2008/95 е отменена, считано от 15 януари 2019 г., с Директива (ЕС) 2015/2436 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2015 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (ОВ L 336, 2015 г., стр. 1 и поправка в ОВ L 110, 2016 г., стр. 5), влязла в сила на 12 януари 2016 г., член 15 от която съответства по същество на член 7 от Директива 2008/95.

Главното производство, преюдициалните въпроси и производството пред Съда

4. Произходът на марката „SCHWEPPE“ води началото си от 1783 г., когато Jacob Schwegge изобретява първия промишлен процес за карбонизация на водата, довел до появата на напитката, позната тогава под името „Schwegge's Soda Water“, и основава в Женева (Швейцария) дружеството J. Schwegge & Co. През годините марката „SCHWEPPE“ придобива известност на пазара на тоник напитки в целия свят.

5. В Европа знакът „Schwegge“ е регистриран като поредица от национални словни и фигуративни марки, идентични или практически идентични, във всички държави от ЕИП.

6. В продължение на години Cadbury Schwegge е единствен притежател на различните регистрации на марката. През 1999 г. Cadbury Schwegge прехвърля на групата The Coca-Cola Company (наричана по-нататък „Coca-Cola“) правата за марките „SCHWEPPE“ в тринадесет държави от ЕИП, като остава титуляр на тези права в осемнадесет други държави³. През 2009 г. Cadbury Schwegge, понастоящем Orangina Schwegge Group (наричано по-нататък „групата Orangina Schwegge“), е придобито от японската група Suntory.

7. Регистрираните в Испания марки „SCHWEPPE“ са притежавани от Schwegge International Ltd, английското дъщерно дружество на Orangina Schwegge Holding BV, което е начело на групата Orangina. Schwegge, испанското дъщерно дружество на Orangina Schwegge Holding, притежава изключителен лиценз за използването на тези марки в Испания.

8. На 29 май 2014 г. Schwegge предявява срещу дружествата Red Paralela иск за нарушение на права върху марка поради вноса и предлагането на пазара в Испания на бутилки тоник, обозначени с марката „SCHWEPPE“, с произход от Обединеното кралство. Според Schwegge тези действия са незаконосъобразни, тъй като посочените бутилки тоник са произведени и пуснати на пазара не от него или с неговото съгласие, а от Coca-Cola, която няма никаква връзка с групата Orangina Schwegge. В този контекст Schwegge поддържа, че с оглед на идентичността на разглежданите знаци и продукти потребителят не е в състояние да различи търговския произход на тези бутилки.

9. Срещу този иск за нарушение на права върху марка дружествата Red Paralela се позовават в своя защита на изчерпването на правото на марка, което по отношение на обозначените с марката „SCHWEPPE“ продукти с произход от държави — членки на Европейския съюз, в които Coca-Cola е притежател на тази марка, произтичащо от мълчаливо съгласие. Освен това дружествата Red Paralela твърдят, че между Coca-Cola и Schwegge International безспорно съществуват правни и икономически връзки при съвместното използване на знака „Schwegge“ като универсална марка⁴.

³ В писменото си становище Schwegge отбелязва, че прехвърлянето на марката „SCHWEPPE“ на Coca-Cola за целия свят, първоначално предвидено от Cadbury Schwegge, е посрещнато с неодобрение от Европейската комисия и че именно вследствие на това неодобрение се извършва разделяне на права върху марката на територията на ЕИП.

⁴ Пред запитващата юрисдикция дружествата Red Paralela предявяват насрещен иск едновременно срещу Schwegge, Orangina Schwegge Holding и Schwegge International, от една страна, за нарушение на член 101 ДФЕС, и от друга страна, за нелоялна конкуренция. Впоследствие те оттеглят първото от двете искания поради факта, че след жалба, подадена от тях до Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Национална комисия в областта на пазарите и конкуренцията, Испания), тя е образувала срещу Schwegge производство за установяване на нарушение поради потенциални антиконкурентни прояви, изразяващи се в сключване на споразумения с неговите независими дистрибутори в Испания, сред които дружеството Exclusivas Ramírez SL, срещу което също е насочен насрещният иск, с цел ограничаване на дистрибуцията и предлагането на пазара в Испания на обозначените с марката „SCHWEPPE“ продукти, които не са произведени от това дружество, и за ограничаване на паралелния внос на тези продукти (Expediente S/DC/0548/15 SCHWEPPE). На 29 юни 2017 г., след поемането от SCHWEPPE на определен брой ангажменти, изменящи съдържанието на посочените споразумения, това производство приключва без установяване на нарушение (решението за прекратяване е публикувано на интернет сайта на Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, на адрес https://www.cnmc.es/sites/default/files/1724145_1.pdf).

10. Съгласно констатациите на запитващата юрисдикция релевантните за настоящото дело факти са следните:

- въпреки че е притежател на паралелните марки само в една част от държавите от ЕИП, Schweppes International поддържа цялостен облик на марката „SCHWEPPEs“,
- Coca-Cola, която е притежател на паралелните марки, регистрирани в останалите държави от ЕИП, допринася за поддържането на цялостния облик на тази марка,
- този цялостен облик води до объркване на съответните испански потребители по отношение на търговския произход на продуктите, обозначени с марката „SCHWEPPEs“,
- Schweppes International отговаря за европейския уебсайт, посветен специално на марката „SCHWEPPEs“ (www.schweppes.eu), който съдържа не само обща информация за продуктите с тази марка, но и връзки към различни местни уебсайтове, и по-специално към уебсайта в Обединеното кралство, който се управлява от Coca-Cola,
- Schweppes International, което не притежава права върху марката „SCHWEPPEs“ в Обединеното кралство (където марката е притежание на Coca-Cola), посочва на своя уебсайт британския произход на марката,
- Schweppes International и Schweppes използват изображението на продуктите от Обединеното кралство в рекламата си,
- в Обединеното кралство Schweppes International рекламира и предоставя на клиентите информация за обозначените с марката „SCHWEPPEs“ продукти в социалните мрежи,
- представянето на продуктите с марката „SCHWEPPEs“, които се предлагат на пазара от Schweppes International, е до голяма степен сходно — и дори в някои държави членки, като Кралство Дания и Кралство Нидерландия, идентично — на това на продуктите с произход от Обединеното кралство, обозначени със същата марка,
- Schweppes International, чието седалище е в Обединеното кралство, и Coca-Cola мирно съществуват на територията на Обединеното кралство,
- след прехвърлянето през 1999 г. на част от паралелните марки на Coca-Cola двамата притежатели на марките „SCHWEPPEs“ в ЕИП са поискали паралелно на съответните си територии регистрацията на нови идентични или сходни марки „SCHWEPPEs“ за същите продукти (като например марката „SCHWEPPEs ZERO“),
- въпреки че Schweppes International е притежател на паралелните марки в Нидерландия, използването на марката в тази държава (т.е. производството, бутилирането и предлагането на продукта на пазара) се осъществява от Coca-Cola като лицензополучател,
- Schweppes International не възразява продукти с обозначение за произход от Обединеното кралство да бъдат предлагани онлайн в редица държави от ЕИП, в които то е притежател на правата върху марката „SCHWEPPEs“, като Германия и Франция. Впрочем обозначени с тази марка продукти се продават на цялата територия на ЕИП чрез уебпортали, без оглед на произхода,
- Coca-Cola не се противопоставя, въз основа на правата си върху марката, на заявката за регистрация от Schweppes International на промишлен дизайн на Съюза, който съдържа словния елемент „Schweppes“.

11. При тези условия Juzgado de lo Mercantil n° 8 de Barcelona (Търговски съд № 8 Барселона, Испания) решава да спре производството и да постави на Съда следните преюдициални въпроси:

- „1) Съвместимо ли е с член 36 ДФЕС, член 7, параграф 1 от Директива 2008/95 и член 15, параграф 1 от Директива 2015/2436 притежателят на марка в една или повече държави членки да възпрепятства паралелния внос или предлагането на пазара на продукти с идентична или почти идентична марка, притежавана от трето лице, с произход от друга държава членка, когато този притежател е допринесъл за цялостния облик на марката, свързващ я с държавата членка, от която произхождат продуктите, чийто внос иска да възпрепятства?
- 2) Съвместима ли е с член 36 ДФЕС, член 7, параграф 1 от Директива 2008/95 и член 15, параграф 1 от Директива 2015/2436 продажба на продукт с марка, която се ползва с всеобща известност в ЕС, за която регистрираните притежатели поддържат цялостен облик на територията на ЕИП, създаващ погрешна представа у средния потребител относно търговския произход на продукта?
- 3) Съвместимо ли е с член 36 ДФЕС, член 7, параграф 1 от Директива 2008/95 и член 15, параграф 1 от Директива 2015/2436 притежателят на национални търговски марки, идентични или сходни с регистрираните в различни държави членки, да се противопостави на вноса в държава членка, за която е притежател на правата върху марката, на продукти, обозначени с идентична или сходна на неговата марка, с произход от държава членка, в която същият не е притежател на марката, когато поне в една държава членка, в която е притежател на марката, търпи — изрично или мълчаливо — вноса на същите продукти?
- 4) Съвместимо ли е с член 36 ДФЕС, член 7, параграф 1 от Директива 2008/95 и член 15, параграф 1 от Директива 2015/2436 притежателят А на марката Х, регистрирана в една държава членка, да се противопостави на вноса на продукти, обозначени с тази марка, ако тези продукти са с произход от друга държава членка, в която е регистрирана марка Y, идентична на марката Х, от друг притежател Б, който я предлага на пазара, и:
 - двамата притежатели А и Б поддържат тесни търговски и икономически отношения, макар и, строго погледнато, да не зависят един от друг по отношение на съвместното използване на марката Х,
 - двамата притежатели А и Б поддържат координирана стратегия по отношение на марката, умишлено създавайки у съответните потребители впечатление за или облик на една-единствена и цялостна марка, или
 - двамата притежатели А и Б поддържат тесни търговски и икономически отношения, макар и, строго погледнато, да не зависят един от друг по отношение на съвместното използване на марката Х, и освен това поддържат координирана стратегия по отношение на марката, умишлено създавайки у съответните потребители впечатление за или облик на една-единствена и цялостна марка?“.

12. Schweppes, дружествата Red Paralela, Schweppes International, Orangina Schweppes Holding, гръцкото и нидерландското правителство, както и Комисията представят писмени становища пред Съда.

13. Устните становища на Schweppes, дружествата Red Paralela, Schweppes International, Orangina Schweppes Holding и Комисията са изслушани в съдебното заседание на 31 май 2017 г.

Анализ

Допустимост на преюдициалните въпроси

14. Schweppes, Schweppes International и Orangina Schweppes Holding — като главно искане — искат от Съда да обяви преюдициалното запитване за недопустимо.

15. На първо място, те твърдят, че описаният от запитващата юрисдикция фактически контекст не само е опорочен от явни фактически грешки⁵, но и непълен, тъй като становището на Schweppes и на Schweppes International умишлено и произволно било пропуснато в нарушение на правото им на защита⁶.

16. В това отношение ще припомним, че съгласно постоянната практика на Съда в рамките на преюдициалното производство по член 267 ДФЕС, основано на ясно разделение на правомощията между националните юрисдикции и Съда, само националният съд е компетентен да установява и преценява фактите по спора в главното производство⁷. В това производство Съдът е оправомощен единствено да се произнася по тълкуването или валидността на правото на Съюза с оглед на фактическата и правна обстановка, както е описана от запитващата юрисдикция, за да ѝ предостави полезната информация за разрешаването на спора, с който е сезирана⁸. Поради това на поставените от Juzgado de lo Mercantil n° 8 de Barcelona (Търговски съд № 8 Барселона) преюдициални въпроси следва да се отговори именно въз основа на фактическите обстоятелства, посочени от тази юрисдикция в акта ѝ за преюдициално запитване.

17. На второ място, Schweppes, Schweppes International и Orangina Schweppes Holding изтъкват, че отправените преюдициални въпроси са абстрактни и се основават на общи и хипотетични твърдения. Така Съдът бил лишен от възможността да прецени тяхната необходимост и релевантност.

18. Съгласно постоянната съдебна практика въведеното с член 267 ДФЕС производство е инструмент за сътрудничество между Съда и националните юрисдикции, чрез който Съдът предоставя на националните юрисдикции насоките за тълкуването на правото на Съюза, необходими им за разрешаване на висящия пред тях спор⁹. В рамките на това сътрудничество сезираният със спора национален съд е в състояние най-добре да прецени — предвид особеностите на делото — както необходимостта от преюдициално решение, за да се произнесе, така и релевантността на въпросите, които поставя на Съда¹⁰. Все пак Съдът следва при

5 Schweppes, Schweppes International и Orangina Schweppes Holding отричат по-специално съществуването на икономически и юридически връзки между групата Orangina Schweppes и Coca-Cola, по-конкретно в смисъл на икономическа и/или правна зависимост, появата на произведения от Coca-Cola продукти на уебстраница, базирана на домейн, принадлежащ на групата Orangina Schweppes, приписването на права от страна на последното по отношение на територията на Обединеното кралство във връзка с марката „SCHWEPPES“, използването на произведения от Coca-Cola продукти за институционалната си реклама, липсата на защита на правата му на индустриална собственост на пазара и допускането на объркване на потребителите, както и провеждането на съгласувана политика с Coca-Cola за регистрация на права на индустриална собственост.

6 В това отношение Schweppes, Schweppes International и Orangina Schweppes Holding отбелязват, че срещу акта за преюдициално запитване Schweppes е подало искане за обявяване на нищожност на съдебни актове, което запитващата юрисдикция е обявила за недопустимо, и срещу което впоследствие може да бъде подадена конституционна жалба за защита на основни права (recurso de amparo) пред Tribunal Constitucional (Конституционен съд, Испания).

7 Вж. по-специално решения от 25 октомври 2012 г., Rintisch (C-553/11, EU:C:2012:671, т. 15), и от 28 юли 2016 г., Kratzer (C-423/15, EU:C:2016:604, т. 27).

8 Вж. по-специално решения от 9 ноември 2006 г., Chateignier (C-346/05, EU:C:2006:711, т. 22), и от 28 юли 2016 г., Kratzer (C-423/15, EU:C:2016:604, т. 27).

9 В този смисъл вж. по-специално решения от 16 юли 1992 г., Meilicke (C-83/91, EU:C:1992:332, т. 22), от 27 ноември 2012 г., Pringle (C-370/12, EU:C:2012:756, т. 83), и от 24 октомври 2013 г., Стоилов и Ко (C-180/12, EU:C:2013:693, т. 36).

10 В този смисъл вж. по-специално решения от 16 юли 1992 г., Lourenço Dias (C-343/90, EU:C:1992:327, т. 15), от 21 февруари 2006 г., Ritter-Coulais (C-152/03, EU:C:2006:123, т. 14), от 24 октомври 2013 г., Стоилов и Ко (C-180/12, EU:C:2013:693, т. 37), и от 28 юли 2016 г., Association France Nature Environnement (C-379/15, EU:C:2016:603, т. 46).

необходимост да разгледа условията, при които е сезиран от националния съд, за да провери собствената си компетентност, и по-конкретно да прецени дали исканото тълкуване на правото на Съюза има връзка с действителността и с предмета на спора в главното производство, за да не му се налага да формулира консултативни становища по общи или хипотетични въпроси¹¹.

19. В случая нито от преюдициалното запитване, нито от представените от Schweppes документи следва, че поставените преюдициални въпроси очевидно нямат връзка с действителността и/или с предмета на спора. Впрочем такава връзка не може да се отрече въз основа само на оспорването от една от страните в дадено производство на основателността на фактическите констатации, направени от запитващата юрисдикция.

20. На последно място, Schweppes, Schweppes International и Orangina Schweppes Holding твърдят, че тъй като практиката на Съда относно изчерпването на предоставеното от марката право е установена и постоянна, поисканото от запитващата юрисдикция тълкуване на разпоредбите на правото на Съюза попада в обхвата на понятието за *acte clair*. Следователно сезирането на Съда не било необходимо и преюдициалното запитване трябвало да се обяви за недопустимо.

21. В това отношение отбелязвам, че Съдът вече е имал повод да уточни, че обстоятелството, че отговорът на преюдициален въпрос се налага недвусмислено от съдебната практика или не оставя място за разумно съмнение по смисъла на решение от 6 октомври 1982 г., *Cilfit* и др. (283/81, EU:C:1982:335) — ако случаят по настоящото дело действително е такъв — по никакъв начин не забранява на националната юрисдикция да поставя на Съда преюдициален въпрос¹² и не води до некомпетентност на Съда да се произнесе по такъв въпрос¹³. Освен това съдебната практика, произтичаща от решение от 6 октомври 1982 г., *Cilfit* и др. (283/81, EU:C:1982:335), оставя само на националната юрисдикция да прецени дали правилното прилагане на правото на Съюза се налага толкова очевидно, че да не оставя място за наличие на основателно съмнение, и следователно да реши да се въздържа да отправи до Съда повдигнат пред нея въпрос относно тълкуването на правото на Съюза¹⁴, като на своя собствена отговорност даде отговор на този въпрос¹⁵.

22. С оглед на изложените по-горе съображения преюдициалното запитване следва да се обяви за допустимо.

По същество

23. С четирите си преюдициални въпроса запитващата юрисдикция по същество иска да се установи дали член 36 ДФЕС и член 7, параграф 1 от Директива 2008/95¹⁶ не допускат, при обстоятелства като описаните в акта за преюдициално запитване, лицензополучателят на притежател на национална марка да се позовава на изключителното право, което последният има съгласно законодателството на държавата членка, в която е регистрирана посочената марка, за да се противопостави на вноса и/или на предлагането на пазара в тази държава на

¹¹ В този смисъл вж. по-специално решения от 16 декември 1981 г., *Foglia* (244/80, EU:C:1981:302, т. 18 и 21), от 30 септември 2003 г., *Inspire Art* (C-167/01, EU:C:2003:512, т. 45), и от 24 октомври 2013 г., *Стоилов и Ко* (C-180/12, EU:C:2013:693, т. 38).

¹² Вж. в този смисъл решение от 6 октомври 1982 г., *Cilfit* и др. (283/81, EU:C:1982:335, т. 15 и сл.).

¹³ Решение от 11 септември 2008 г., *UGT-Rioja* и др. (C-428/06—C-434/06, EU:C:2008:488, т. 42 и 43).

¹⁴ Вж. решения от 15 септември 2005 г., *Intermodal Transports* (C-495/03, EU:C:2005:552, т. 37), и от 9 септември 2015 г., *X и van Dijk* (C-72/14 и C-197/14, EU:C:2015:564, т. 58).

¹⁵ Решение от 9 септември 2015 г., *X и van Dijk* (C-72/14 и C-197/14, EU:C:2015:564, т. 58).

¹⁶ Член 15, параграф 1 от Директива 2015/2436, който също е посочен в преюдициалните въпроси, не е приложим към обстоятелствата по спора в главното производство.

обозначени с идентична марка продукти с произход от друга държава членка, в която тази марка — по-рано притежание на групата, към която принадлежат както притежателят на марката в държавата на вноса, така и неговият лицензополучател — принадлежи на трето лице, придобило правата върху нея чрез прехвърляне.

24. Ще разгледам тези въпроси заедно. За целта най-напред ще припомня принципите, установени в съдебната практика относно изчерпването на предоставеното от марката право, включително при разделяне на паралелни права в няколко държави от ЕИП, които първоначално са принадлежали на един и същ титуляр. След това ще анализирам начина, по който тези принципи могат да се приложат при обстоятелства като разглежданите в главното производство. Накрая въз основа на този анализ ще предложа отговор на поставените от запитващата юрисдикция преюдициални въпроси.

Изчерпване на предоставеното от марката право

25. Законодателствата на държавите членки по принцип признават на притежател на марка правото да се противопостави на вноса или на предлагането на пазара от трети лица на обозначени с тази марка продукти¹⁷. Когато тези продукти са с произход от друга държава членка, упражняването на това право води до ограничаване на свободното движение на стоки. Тъй като е обосновано от съображения за закрила на индустриалната и търговската собственост, подобно ограничение попада в приложното поле на първото изречение от член 36 ДФЕС и следователно е прието за допустимо, освен ако не представлява „средство за произволна дискриминация“ или „прикрито ограничение на търговията между държавите членки“ по смисъла на второто изречение от този член.

26. Принципът на изчерпване на правото, предоставено от марката, въведен в правото на Съюза чрез съдебната практика, и кодифициран в член 7, параграф 1 от Първа директива 89/104¹⁸, след това в член 7, параграф 1 от Директива 2008/95 и накрая в член 15, параграф 1 от Директива 2015/2436¹⁹, определя обхвата на признатите от държавите членки изключителни права с цел да се избегне упражняването на тези права по начин, който сегментира вътрешния пазар вследствие на разделяне на националните пазари.

27. В името на равновесието между териториалното действие на марката и свободното движение на стоки този принцип гласи, че когато законно обозначен с марката продукт е пуснат на пазара на Съюза (и по-общо в ЕИП) със съгласието на притежателя или от самия него, последният не може да се противопоставя на по-нататъшното движение на този продукт, използвайки изключителното си право.

¹⁷ Следва да се припомни, че правилата, свързани с предоставените от марката права, както и правата на притежателите на марки в Съюза са предмет на пълно хармонизиране. В това отношение вж. за Първа директива 89/104/ЕИО на Съвета от 21 декември 1988 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (ОВ L 40, 1989 г., стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 1, стр. 92) решение от 3 юни 2010 г., Coty Prestige Lancaster Group (C-127/09, EU:C:2010:313, т. 27 и цитираната съдебна практика), вж. също решение от 16 юли 1998 г., Silhouette International Schmied (C-355/96, EU:C:1998:374, т. 25 и 29).

¹⁸ Вж. бележка под линия 17 от настоящото заключение.

¹⁹ Вж. също член 13, параграф 1 от Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката [на Европейския съюз] (ОВ L 78, 2009 г., стр. 1), както и член 15, параграф 1 от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 154, 2017 г., стр. 1), който заменя Регламент № 207/2009, считано от 1 октомври 2017 г.

28. Първото формулиране на принципа на изчерпване води началото си от решение от 31 октомври 1974 г., *Centrafarm и de Peijper* (16/74, EU:C:1974:115)²⁰. В това решение Съдът най-напред припомня, че макар Договорът да не засяга съществуването на правата, признати от законодателството на държава членка в областта на индустриалната и търговската собственост, тяхното упражняване все пак може да попадне в обхвата на предвидените в Договора забрани²¹. По-нататък Съдът уточнява, че „доколкото предвижда изключение от един от основните принципи на [вътрешния] пазар, член 36 [ДФЕС] допуска [...] изключения от свободното движение на стоки само когато те са обосновани с оглед на защитата на правата, които представляват специфичен предмет на тази собственост“²². След това Съдът посочва, че в областта на марките специфичният предмет на търговската собственост е именно „да се гарантира на притежателя изключителното право да използва марката при първото пускане на продукта в обращение и по този начин притежателят да се защити от конкурентите, които биха искали да злоупотребят с положението и добрата репутация на марката, продавайки продукти, които неправомерно носят тази марка“²³. С оглед на този предмет Съдът заключава, че препятствието, произтичащо от правото, признато на притежателя на марката от законодателството на държава членка в областта на индустриалната и търговската собственост, да се противопостави на вноса на обозначения с марката продукт „не е обосновано, когато продуктът е законно пуснат на пазара в държавата членка, от която е внесен, от самия притежател или с негово съгласие, така че не може да става дума за злоупотреба или за нарушение на правото върху марката“²⁴. В противен случай според Съда притежателят на марката „би имал възможността да сегментира националните пазари и по този начин да ограничи търговията между държавите членки, без такова ограничение да е необходимо, за да му се гарантира същността на изключителното право, произтичащо от марката“²⁵. С други думи, в такъв случай търговията би понесла „необосновани пречки“²⁶.

29. Прилагането на принципа на изчерпване предполага наличие на две условия, от една страна, пускането на пазара в ЕИП на обозначени с марката продукти, и от друга страна, съгласието на притежателя на марката за това пускане на пазара, когато то не е пряко осъществено от него. С оглед на ограниченията, които този принцип внася в изключителното право на притежателя на марката, се забелязва, че Съдът е склонен да тълкува ограничителното понятие, обуславящи неговото прилагане.

30. Така, що се отнася до първото от двете горепосочени условия, Съдът се произнася по тълкуването на член 7, параграф 1 от Първа директива 89/104, като приема, че „пускане на пазара“ по смисъла на тази разпоредба е налице само когато обозначените с марката продукти действително се продават, тъй като само такава продажба позволява на притежателя да „реализира икономическата стойност на марката си“, а на трети лица — да придобият „правото да се разпореждат с продуктите, обозначени с марката“²⁷.

20 Същият принцип вече е бил закрепен по отношение на права, сродни на авторското право, в решение от 8 юни 1971 г., *Deutsche Grammophon Gesellschaft* (78/70, EU:C:1971:59, т. 12). В областта на патентите вж. решение от 31 октомври 1974 г., *Centrafarm и de Peijper* (15/74, EU:C:1974:114, т. 10—12).

21 Вж. решение от 31 октомври 1974 г., *Centrafarm и de Peijper* (15/74, EU:C:1974:114, т. 6).

22 Вж. решение от 31 октомври 1974 г., *Centrafarm и de Peijper* (15/74, EU:C:1974:114, т. 7).

23 Вж. решение от 31 октомври 1974 г., *Centrafarm и de Peijper* (15/74, EU:C:1974:114, т. 8).

24 Вж. решение от 31 октомври 1974 г., *Centrafarm и de Peijper* (15/74, EU:C:1974:114, т. 10).

25 Вж. решение от 31 октомври 1974 г., *Centrafarm и de Peijper* (15/74, EU:C:1974:114, т. 11).

26 Вж. заключение на генерален адвокат Jacobs по дела *Bristol-Myers Squibb и др.* (C-427/93, C-429/93, C-436/93, C-71/94 и C-232/94, EU:C:1995:440, т. 60 и 61).

27 Вж. решение от 30 ноември 2004 г., *Peak Holding* (C-16/03, EU:C:2004:759, т. 40 и 42). Вж. също решение от 14 юли 2011 г., *Viking Gas* (C-46/10, EU:C:2011:485, т. 32).

31. Що се отнася до второто условие, което е свързано с възможността да се търси отговорност от притежателя на марката за пускането на пазара на обозначените с нея продукти, Съдът уточнява, все във връзка с тълкуването на член 7, параграф 1 от Първа директива 89/104, че съгласието за такова пускане на пазара „представлява определящият елемент“ за изчерпването на предоставеното от марката изключително право²⁸ и поради това трябва да бъде изразено „по начин, който недвусмислено изразява волята на притежателя за отказ от това право“²⁹.

32. По принцип подобна воля се изразява чрез изричното формулиране на посоченото съгласие³⁰. Както обаче Съдът признава в решение от 15 октомври 2009 г., Makro Zelfbedieningsgroothandel и др. (C-324/08, EU:C:2009:633, т. 23), изискванията, произтичащи от защитата на свободното движение на стоки, го насочват към това да приеме, че такова правило „се подава на адаптиране“.

33. Така, от една страна, Съдът приема, че изчерпването на предоставеното от марката изключително право може да влезе в ход именно когато предлагането на продуктите на пазара се извършва от *оператор, свързан икономически* с притежателя на марката, като например лицензополучател³¹. Ще се върна на тази хипотеза по-нататък в настоящото заключение.

34. От друга страна, от практиката на Съда следва също, че дори в случаите, при които първото пускане на пазара в ЕИП на разглежданите продукти е извършено от лице, което няма никаква икономическа връзка с притежателя на марката, и при липсата на изрично съгласие на същия, волята за отказ от предоставеното от марката изключително право може да произтича от *мълчаливото съгласие* на посочения притежател, като такова съгласие може да бъде изведено въз основа на критериите, съдържащи се в точка 46 от решение от 20 ноември 2001 г., Zino Davidoff и Levi Strauss (C-414/99—C-416/99, EU:C:2001:617)³².

35. В това решение, което се отнася до случай на първо пускане на пазара на обозначени с марка продукти извън ЕИП, но чието общо приложение е признато в решение от 15 октомври 2009 г., Makro Zelfbedieningsgroothandel и др. (C-324/08, EU:C:2009:633, т. 26 и сл.), Съдът уточнява, че съгласието за пускане на пазара в ЕИП може също така да следва мълчаливо от предходни елементи и обстоятелства, настъпили едновременно или след пускането на пазара, които по преценка на националния съд изразяват по сигурен начин отказа на притежателя от правото му³³.

36. В точки 53—58 от същото решение Съдът добавя, че такова мълчаливо съгласие трябва да бъде основано на елементи, от естество да установят със сигурност отказа на посочения притежател на марката да противопостави своето изключително право, и че по-конкретно това съгласие не може да бъде изведено само от неговото мълчание³⁴. В това отношение Съдът уточнява, че мълчаливото съгласие не може по-специално да произтича от това, че притежателят на марката не е съобщил на всички последващи приобретатели на продуктите,

28 Първото пускане на пазара на продукта от самия притежател (продажба или друг акт на прехвърляне на собствеността) представлява такова съгласие. В този случай изчерпването настъпва вследствие от самото пускане на пазара и не е обусловено от съгласие на притежателя за последващо предлагане на пазара на продуктите, вж. решение от 30 ноември 2004 г., Peak Holding (C-16/03, EU:C:2004:759, т. 52 и 53).

29 Вж. решения от 23 април 2009 г., Copad (C-59/08, EU:C:2009:260, т. 42), и от 15 октомври 2009 г., Makro Zelfbedieningsgroothandel и др. (C-324/08, EU:C:2009:633, т. 22).

30 Вж. решения от 20 ноември 2001 г., Zino Davidoff и Levi Strauss (C-414/99—C-416/99, EU:C:2001:617, т. 46), и от 23 април 2009 г., Copad (C-59/08, EU:C:2009:260, т. 42).

31 Вж. в този смисъл решения от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 34), от 23 април 2009 г., Copad (C-59/08, EU:C:2009:260, т. 43), и от 15 октомври 2009 г., Makro Zelfbedieningsgroothandel и др. (C-324/08, EU:C:2009:633, т. 24).

32 Вж. решения от 15 октомври 2009 г., Makro Zelfbedieningsgroothandel и др. (C-324/08, EU:C:2009:633, т. 25), и от 3 юни 2010 г., Coty Prestige Lancaster Group (C-127/09, EU:C:2010:313, т. 37).

33 Вж. решение от 20 ноември 2001 г., Zino Davidoff и Levi Strauss (C-414/99—C-416/99, EU:C:2001:617, т. 46), както е разяснено в решение от 15 октомври 2009 г., Makro Zelfbedieningsgroothandel и др. (C-324/08, EU:C:2009:633, т. 35 и диспозитива).

34 Вж. също решение от 15 октомври 2009 г., Makro Zelfbedieningsgroothandel и др. (C-324/08, EU:C:2009:633, т. 19).

пуснати на пазара извън ЕИП, за несъгласието си за предлагане на пазара в ЕИП, от това, че върху продуктите липсва индикация за забрана за пускането им на пазара в ЕИП, или от обстоятелството, че притежателят на марката е прехвърлил собствеността на продуктите, обозначени с марката, без да налага договорни ограничения, и че съгласно приложимото към договора право прехвърленото право на собственост включва — при липсата на такива ограничения — неограничено право на препродажба или поне право за последващо предлагане на продуктите на пазара в ЕИП³⁵.

37. Що се отнася до предмета на съгласието, Съдът уточнява, че той се отнася само за „последващото предлагане на пазара“ на обозначените с марката продукти, поради което принципът на изчерпване се прилага само по отношение на *определени екземпляри* от съответния продукт, като притежателят винаги може да забрани използването на марката за екземплярите, които не са били пуснати за пръв път на пазара с неговото съгласие³⁶.

38. Накрая следва да се припомни, че Съдът многократно е постановявал, че разпоредбите на директивите на Съюза относно марките, които закрепват принципа на изчерпване на правото, предоставено от марката, трябва да се тълкуват с оглед на разпоредбите на Договора относно свободното движение на стоки³⁷.

Изчерпване на предоставеното от марката право при разделяне на паралелни изключителни права с общ произход

39. Съдът три пъти е бил изправен пред въпроса дали притежателят на регистрирана в няколко държави членки марка, която първоначално е принадлежала на едно и също лице, и впоследствие е била разделена доброволно или в резултат на прилагане на мерки на държавна принуда, може да се противопостави на вноса на територията, където е защитено неговото право, на обозначени със същата марка продукти, пуснати в обращение в държава членка, където тази марка е притежавана от трето лице.

40. По делото, довело до постановяване на решение от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72), постановено преди решение от 31 октомври 1974 г., Centrafarm и de Peijper (16/74, EU:C:1974:115), в което, както бе посочено по-горе, е закрепен принципът на изчерпване в областта на марките, правата върху марката HAG в Белгия и Люксембург са били прехвърлени през 1935 г. от техния притежател, германското дружество HAG AG, на неговото белгийско дъщерно дружество Café Hag SA. След Втората световна война акциите на Café Hag, секвестирани от страна на белгийските власти като вражеско имущество, са били продадени на трети лица. През 1971 г. Café Hag прехвърля правата си върху марката HAG в Белгия и в Люксембург на дружеството Van Zuylen Frères, което не произвежда лично обозначените с марката продукти, а се снабдява от Café Hag. Тъй като HAG започва да доставя на люксембургски търговци на дребно продукти, обозначени с неговата германска марка HAG, Van Zuylen Frères предявява иск за нарушение на права върху марка пред Tribunal d'arrondissement de Luxembourg, който отправя до Съда два преюдициални въпроса относно прилагането към фактите по делото в главното производство на тълкуването на правилата на Договора относно картелите и свободното движение на стоки.

35 Вж. решения от 20 ноември 2001 г., Zino Davidoff и Levi Strauss (C-414/99—C-416/99, EU:C:2001:617, т. 60), и от 3 юни 2010 г., Coty Prestige Lancaster Group (C-127/09, EU:C:2010:313, т. 39). Също така според Съда не може да се прави позоваване на прилагането на националните разпоредби относно противопоставимостта по отношение на трети лица на ограниченията за продажба, за да се придаде на мълчанието на притежателя на марката погасително действие за предоставени от нея права, вж. решение от 20 ноември 2001 г., Zino Davidoff и Levi Strauss (C-414/99—C-416/99, EU:C:2001:617, т. 65).

36 Вж. решение от 1 юли 1999 г., Sebago и Maison Dubois (C-173/98, EU:C:1999:347, т. 19 и 20).

37 Вж. решения от 11 юли 1996 г., Bristol-Myers Squibb и др. (C-427/93, C-429/93 и C-436/93, EU:C:1996:282, т. 27), и от 20 март 1997 г., Phytheron International (C-352/95, EU:C:1997:170, т. 18).

41. След като констатира, че вследствие на експроприацията на Café HAG между двамата притежатели на марките, произлезли от разделянето на правата върху марката HAG, не съществува никаква правна, финансова, техническа или икономическа връзка, Съдът изключва приложимостта на член 85 ЕИО (член 101 ДФЕС) към фактите по делото в главното производство. Що се отнася до тълкуването на правилата, свързани със свободното движение на стоки, Съдът най-напред припомня, от една страна, че правото в областта на марките защитава законния притежател на марка от нарушаване на правата върху нея от страна на лица, които нямат каквото и да било правно основание, и от друга страна, че упражняването на това право е от естество да допринесе за разделяне на пазарите и по този начин да засегне свободното движение на стоки между държавите членки. По-нататък Съдът приема, че притежателят на марка не може да се позове на изключителния характер на правото върху марка, за да забрани предлагането на пазара в държава членка на законно произведени в друга държава членка стоки с идентична марка, които имат същия произход³⁸ (теория, известна като „идентичност на произхода“)³⁹. Като възприема това разрешение, в точка 14 от решението от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72), Съдът уточнява, че „докато на [единен пазар] указанието за произхода на обозначен с марка продукт е полезно, информацията за потребителите по този въпрос може да бъде гарантирана със средства, различни от тези, които биха засегнали свободното движение на стоки“.

42. Позицията на Съда, възприета в решение от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72) — предхождано от гледна точка на правилата за конкуренция от решение от 18 февруари 1971 г., Sirena (40/70, EU:C:1971:18, т. 11), и потвърдено с решение от 22 юни 1976 г., Terrapin (Overseas) (119/75, EU:C:1976:94, т. 6)⁴⁰ — е отслабена в решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359). Фактическата обстановка е идентична с единствената разлика, че този път HAG прави опит да се противопостави на вноса в Германия от дружеството правопреемник на Van Zuylen Frères на обозначени с марката HAG продукти с произход от Белгия. Съдът обаче приема, че е „необходимо да се преосмисли даденото в това решение тълкуване с оглед на постепенно установената съдебната практика по отношение на връзката между индустриалната и търговската собственост и общите правила на Договора, по-специално в областта на свободното движение на стоки“⁴¹.

43. След като припомня принципа на изчерпване на правото, предоставено от марката, както е установен в неговата практика, Съдът най-напред подчертава, че за да може да изпълнява тази задача в предвидената в Договора система на ненарушена конкуренция, марката трябва да „гарантира, че всички обозначени с нея продукти са произведени под контрола на едно-единствено предприятие, от което може да се търси отговорност за тяхното качество“. По-нататък Съдът уточнява, че специфичният предмет на правото на марка — за защитата на който се допускат изключения от основния принцип на свободното движение на стоки — е по-специално да гарантира на притежателя правото да използва марката при първото пускане на продукта в обращение, и че за да се определи точният обхват на това изключително право, следва да се вземе предвид основната функция на марката, която се състои в това да гарантира на потребителя или крайния ползвател произхода на обозначения с марката продукт, като му позволява без вероятност от объркване да разграничи този продукт от такива с друг произход.

38 Вж. решение от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72, т. 4, 5, и 10—12).

39 Вж. заключение на генерален адвокат Jacobs по дело HAG GF (C-10/89, непубликувано, EU:C:1990:112, т. 7).

40 В това решение Съдът приема, че е съвместим с разпоредбите на Договора относно свободното движение на стоки фактът, че предприятие, установено в дадена държава членка, се противопоставя по силата на право върху марка, защитено от законодателството в тази държава, на вноса на продукти от установено в друга държава членка предприятие, обозначени съгласно законодателството в тази държава с наименование, водещо до объркване с марката на първото предприятие, при условие обаче че между въпросните предприятия няма никакво ограничаващо конкуренцията съглашение, нито правна или икономическа зависимост, и че съответните им права са възникнали независимо едно от друго.

41 Вж. решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359, т.10).

44. В решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359), функцията на марката да указва произход става основният елемент, с оглед на който следва да се преценява обхватът на предоставеното от марката право, както и неговите предели, въпреки че в решение от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72), Съдът отрежда на тази функция незначително място в структурата на своите разсъждения (вж. т. 41 от настоящото заключение). Въз основа на тази промяна на гледната точка Съдът приема „пълната липса на съгласие“ от страна на HAG за пускането в обращение в друга държава членка на сходни продукти с идентична марка, произведени и предлагани на пазара „от предприятие, което е правно и икономически независимо“ от него, като „определящ“ факт, за да се прецени неговото право да се противопостави на вноса на тези продукти в Германия⁴². Всъщност, ако такова право не е признато на притежателя на марката, потребителите няма да са в състояние да определят със сигурност произхода на обозначените с марката продукти. Притежателят на марката рискува да бъде държан „отговорен за лошото качество на продукт, за който той не носи никаква отговорност“⁴³. Според Съда фактът, че разглежданите две марки първоначално са принадлежали на един и същ титуляр, е ирелевантен, тъй като „след експроприацията и въпреки общия им произход всяка от марките изпълнява по независим начин в присъщата ѝ териториална рамка функцията си да гарантира, че обозначените с марката продукти са с произход от един-единствен източник“⁴⁴.

45. В решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), Съдът окончателно се отказва от теорията за идентичност на произхода.

46. Фактическият контекст по делото в главното производство, по което е постановено това решение, се отличава от разглеждания по делата в главните производства, довели до постановяване на решения от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72), и от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359), основно по това, че разделянето на правата върху разглежданата марка не произтича от акт на държавен орган, а е в резултат на доброволно прехвърляне, осъществено в рамките на производство по предпазен конкордат. Прехвърлянето се отнася само до част от дейността на френското дъщерно дружество на групата American Standard, което чрез междинните си германско и френско дъщерни дружества притежава марката „IDEAL-STANDARD“ в Германия и Франция. Германското дъщерно дружество на American Standard се противопоставя на пускането на пазара в Германия на продукти със същата марка, на която тя е притежател в тази държава членка, и внасяни от Франция, където се произвеждат от дружеството приобретател на френското дъщерно дружество на групата. Това пускане на пазара се осъществява от установено в Германия дъщерно дружество на дружеството приобретател. За разлика от делата в главните производства, довели до постановяване на решения от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72), и от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359), съответните продукти не са идентични, а само сходни с произвежданите от притежателя на марката в Германия.

47. В мотивите на решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), Съдът най-напред подчертава, че националните права в областта на марките са не само териториални, но и независими едни от други, и че тази независимост означава, че правото върху марка може да се прехвърли за дадена държава, без едновременно да се прехвърля от неговия притежател за други държави⁴⁵. На следващо място, Съдът припомня предмета на правото на марка, както и пределите, които принципът на изчерпване поставя по отношение на упражняването на това право.

42 Вж. решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359, т. 15).

43 Вж. решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359, т. 16).

44 Вж. решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359, т. 17).

45 Вж. решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 26).

48. В този контекст Съдът уточнява в точка 34 от посоченото решение, че този принцип „влиза в ход, когато притежателят на марката в държавата на вноса и притежателят на марката в държавата на износа са едни и същи или когато, дори да са различни лица, те са икономически свързани“⁴⁶, и идентифицира редица ситуации, в които посоченият принцип е приложим, а именно освен хипотезата, в която обозначените с марката продукти са пуснати в обращение от едно и също предприятие, случаите, когато такова пускане в обращение е извършено от лицензополучател, дружество майка или дъщерно дружество на същата група, или от изключителен дистрибутор. Според Съда общ за всички тези случаи е фактът, че обозначените с марката продукти са произведени *под контрола на едно и също образувание*, поради което свободното движение на тези продукти не поставя под въпрос функцията на марката. По този повод Съдът пояснява също, че определящият елемент е *„възможността за контрол върху качеството на продуктите, а не действителното му упражняване“*⁴⁷.

49. Що се отнася до прилагането на тези принципи по отношение на прехвърлянето на марката, ограничено само до една или няколко държави членки, Съдът уточнява, че това положение трябва ясно да се разграничи от положението, при което внесените продукти са с произход от лицензополучател или от дъщерно дружество, на което е прехвърлено притежанието на правото върху марка в държавата на износ. Всъщност, както Съдът отбелязва, „*договорът за прехвърляне на марка сам по себе си, т.е. при липса на каквато и да е икономическа връзка, не предоставя [...] на прехвърлителя средствата за контрол върху качеството на продуктите, предлагани на пазара и обозначени от приобретателя*“⁴⁸, нито позволява да се приеме, че прехвърлителят мълчаливо се е съгласил с пускането им в обращение на териториите, в които той все още е носител на правото върху марка⁴⁹.

50. Въз основа на тези съображения и като отхвърля доводите в обратен смисъл, изложени от Комисията и дружеството вносител, Съдът разширява възприетото в решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359) „разрешение за изолиране на пазарите“⁵⁰ и към доброволното разделяне на правата върху марката.

Прилагане на тези принципи към обстоятелствата по спора в главното производство

51. Именно с оглед на изложените принципи следва да се отговори на преюдициалните въпроси, поставени от запитваща юрисдикция, и да се прецени дали при обстоятелствата по делото в главното производство Schweppes може легитимно да се противопостави на това трето лице да внася в Испания, където то е притежател на марките „SCHWEPPEs“, продукти, обозначени с тези марки и предлагани на пазара в Обединеното кралство от Coca-Cola.

52. В самото начало следва да се признае, че след първоначален анализ към обстоятелствата в главното производство изглежда може чисто и просто да се приложи решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), както поддържат Schweppes, Schweppes International и Orangina Schweppes Holding.

⁴⁶ В този смисъл вж. също решение от 20 март 1997 г., Phytheron International (C-352/95, EU:C:1997:170, т. 21).

⁴⁷ Вж. решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 37 и 38) (курсивът е мой). Вж. също в този смисъл решение от 23 април 2009 г., Copad (C-59/08, EU:C:2009:260, т. 44—46).

⁴⁸ Вж. решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 41).

⁴⁹ Вж. решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 43).

⁵⁰ Това е използваният от Съда израз в точка 44 от решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261).

53. Всъщност както в делото, довело до постановяване на решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), и тук е налице доброволно разделяне на паралелни права върху марка в няколко държави членки. Освен това е безспорно, че Schweppes International и Coca-Cola не са обвързани в никое от отношенията, взети предвид от Съда в точка 34 от това решение. Coca-Cola не е нито лицензополучател, нито изключителен дистрибутор на Schweppes International в Обединеното кралство и между тези две дружества не съществуват отношения, присъщи за група.

54. Дружествата Red Paralela и Комисията, както и гръцкото и нидерландското правителство отразяват съображенията на запитващата юрисдикция, като същевременно искат от Съда да направи по-задълбочен анализ и да признае, че правото на Schweppes (като лицензополучател на притежателя на разглежданите марки Schweppes International) да се противопостави на вноса на съответните продукти в Испания с оглед на особените обстоятелства по делото в главното производство би могло да е изчерпано.

55. Въпреки че позициите им съвпадат по същество по отношение на изводите, доводите, на които тези заинтересовани лица се опират, се различават отчасти. Докато гръцкото правителство и Комисията предлагат на Съда да уточни контурите на съдебната си практика, свързана с решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), с оглед на обстоятелствата по делото в главното производство, дружествата Red Paralela и нидерландското правителство считат по същество, че Schweppes и Schweppes International извършват злоупотреба с право, като се противопоставят при такива обстоятелства на паралелния внос на обозначени с марката „SCHWEPES“ продукти, които не са произведени и предлагани на пазара от тях.

56. Преди да анализирам различните гледни точки, следва да се спра накратко на предварителен довод, изтъкнат от Комисията в писменото ѝ становище, който остава като фон на развитите от нея съображения, както и по-специално на дружествата Red Paralela, по поставените от запитващата юрисдикция преюдициални въпроси. Според този довод — използван срещу изоставянето на теорията за идентичност на произхода при доброволно разделяне на права върху марка — прехвърлянето на паралелни права само за част от притежаваните от прехвърлителя национални марки непременно води до поставяне под въпрос на отличителната функция на тези марки, което прехвърлителят приема доброволно и последиците от което трябва да понесе⁵¹.

57. В това отношение следва да се припомни, че Съдът твърдо отхвърля този довод в решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), в което той изрично изключва възможността приемането от прехвърлителя на отслабването на отличителната функция на марката, произтичащо от разделянето на първичното право върху нея, да доведе до отказ от неговото изключително право да се противопостави на вноса на негова територия на продукти, пуснати на пазара от приобретателя в друга държава от ЕИП⁵².

58. Всъщност, както подчертава Съдът в точка 48 от посоченото решение, функцията на марката се преценява с оглед на определена територия. Ето защо фактът, че вследствие на ограничено териториално прехвърляне функцията на марката да указва произход може да се окаже отслабена за част от потребителите на обозначените с марката продукти, а именно тези, които

⁵¹ Именно въз основа на този довод, както припомня Комисията, в заключението си по дело IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:48, т. 92 и 101), генералният адвокат Gulmann предлага на Съда да отдаде предимство на разпоредбите на Договора относно свободното движение на стоки пред интереса на прехвърлителя да запази изключителното си право да предлага на пазара обозначените с марката продукти на своя територия. В решение от 22 юни 1976 г., Terrapin (Overseas) (119/75, EU:C:1976:94, т. 6), самият Съд се основава по-специално на подобен довод, за да обоснове и потвърди установената в решение от 3 юли 1974 г., Van Zuylen (192/73, EU:C:1974:72) доктрина за общия произход, разширявайки нейния обхват и по отношение на доброволното разделяне на права върху марка.

⁵² Вж. решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 47 и 48).

се движат в рамките на ЕИП между две държави, в които въпросните продукти са произвеждани и пускани на пазара от различни предприятия, не води до отпадане на интереса на всеки притежател на марката на национално равнище да запази изключително право върху нея на своята територия, за да опази отличителната функция на марката си по отношение на установените на тази територия потребители.

59. Впрочем от съдебната практика, цитирана по-горе в настоящото заключение, следва, че изчерпване на предоставеното от марката право настъпва едва на етапа на пускане на пазара на обозначените с марката продукти⁵³. Следователно, макар да е вярно, че чрез териториално ограничено прехвърляне притежателят на паралелни права върху марка доброволно се отказва да бъде единственият, който пуска на пазара в ЕИП обозначени с тази марка продукти, към подобен отказ не може да се прикрепи никакъв ефект на изчерпване, тъй като към момента на даване на съгласието за прехвърлянето все още не е осъществено никакво пускане на пазара на обозначени с прехвърлената марка продукти.

60. След като това бе изяснено, бих искал да посоча, че поне част от доводите от становищата на дружествата Red Paralela пред Съда не са напълно чужди на логиката, която е в основата на изложения в точка 56 от настоящото заключение довод.

61. Според дружествата Red Paralela, след като Schweppes и Schweppes International са действали с намерение да допринесат, с помощта на по-либералното, ако не и основано на сътрудничество поведение на Coca-Cola, за облика на цялостна и единна марка „SCHWEPES“, дори след разделянето на правата върху нея, те са *изопачили функцията за указване на произход на марката*, която използват в Испания, и при това положение са загубили правото да се противопоставят на паралелния внос в тази държава членка на законно обозначени с идентична марка продукти, пускани на пазара от Coca-Cola в друга държава от ЕИП. Дружествата Red Paralela подчертават по-специално обстоятелството, че в политиката на групата търговските решения, отношенията с клиентите, както и в рекламните послания, Schweppes и Schweppes International активно се опитвали да свържат произхода на марката си с Обединеното кралство, т.е. с държавата членка, от която произхождат повечето от продуктите, предлагани на пазара в Испания от дружествата Red Paralela.

62. Макар и да има някои положителни страни, не намирам за убедителен довода на дружествата Red Paralela.

63. От една страна, както бе посочено по-горе, отслабването на функцията за указване на произхода на марката, поне по отношение на част от съответните потребители, е неизбежна последица от териториално ограниченото прехвърляне на паралелни права върху една и съща марка. Това отслабване може да бъде особено значимо, когато, както в разглеждания по делото в главното производство случай, марката, предмет на разделяне, дълги години е била притежавана от един и същ титуляр и се е сдобила с голяма известност като единна марка. Както обаче вече имах повод да подчертая, от такъв ефект от прехвърлянето — очакван, но неизбежен — не може да бъде изведено каквото и да е ограничение по отношение на бъдещото упражняване от прехвърлителя на правата върху паралелните марки, които не са били предмет на прехвърляне⁵⁴. Впрочем не може също да се изисква от прехвърлителя да действа активно с намерение да се противопостави на такива последици.

⁵³ Вж. точка 30 от настоящото заключение.

⁵⁴ Вж. точки 57—59 от настоящото заключение.

64. От друга страна, репутацията на една марка, както и нейният облик и въздействаща сила, които съставляват и фактори за нейната стойност, в известна степен могат да зависят от историята на тази марка и следователно от нейния произход. В такива случаи притежателят на марка, предмет на няколко национални регистрации, който прехвърля само част от паралелните си права върху нея, продължава да има интерес да се позовава на историята и произхода на единната марка, когато това му позволява да запази стойността на знака или знаците, правата върху които е запазил. Ето защо той не може да бъде упрекнат, че след прехвърлянето продължава да изтъква при представянето на продуктите си, в рекламните послания или в отношенията си с потребителите географския произход на марките, на които остава притежател, дори когато, както в случая с разглежданата в главното производство марка, този произход е свързан с държава, в която правата върху марката вече принадлежат на приобретателя. Също така и поради същите причини той не може да бъде упрекнат, че се позовава на елементи от историята на единната марка, когато — както по делото в главното производство — извършва нови регистрации, що се отнася до подписа на откривателя на тоник напитките с марката „SCHWEPPEs“.

65. Описаните по-горе действия — дори да се предположи, че те могат да отслабят отличителната функция на използваната от Schweppes в Испания марка по отношение на испанския потребител — се вписват в стратегия, насочена към опазване на стойността на марката за тези дружества, и не разкриват намерение да се създаде объркване у този потребител относно търговския произход (който впрочем не трябва да се бърка с географския произход) на разглежданите в главното производство продукти. От това следва, че обратно на твърдяното от дружествата Red Paralela, фактът, че тези дружества предявяват иск за нарушение на права върху марка, за да се противопоставят на вноса на територията, на която е защитена тяхната марка, на обозначени с идентична марка продукти, не може да представлява злоупотреба с предоставените от въпросната марка права⁵⁵.

66. Следва също така да се отбележи — ако приемем, че пусканите на пазара продукти, съответно от Schweppes в Испания и от Coca-Cola в Обединеното кралство, може да се считат за произхождащи от действително независими източници, което ще разгледам по-нататък — че либерализацията на паралелния внос, за която пледират дружествата Red Paralela, само би увеличила риска за испанския потребител да разбира погрешно търговския произход на тези продукти. Аз обаче не смятам, че в член 7, параграф 1 от Директива 2008/95 са предвидени такива последици.

67. Остава да се разгледа доводът на дружествата Red Paralela, че Schweppes International упражнява правата си върху марката по начин, който води до произволна дискриминация в различните държави членки, тъй като то позволява паралелния внос на продукти, предлагани на пазара от Coca-Cola в Обединеното кралство, в някои територии, където е притежател на марката „SCHWEPPEs“, но не и в други, например в Испания.

⁵⁵ Според постоянната съдебна практика правните субекти не могат с измамна цел или с цел злоупотреба да се позовават на нормите на правото на Съюза и националните юрисдикции могат, във всеки отделен случай, като се основават на обективни доказателства, да вземат предвид поведението на съответните лица, съставляващо злоупотреба или измама, за да им откажат при необходимост ползването от разпоредбите на правото на Съюза (вж. по-специално решения от 9 март 1999 г., Centros, C-212/97, EU:C:1999:126, т. 25, от 21 февруари 2006 г., Halifax и др., C-255/02, EU:C:2006:121, т. 68 и от 20 септември 2007 г., Tum и Dari, C-16/05, EU:C:2007:530, т. 64). В това отношение Съдът уточнява, че за да се докаже наличие на злоупотреба, е необходимо, от една страна, от съвкупност от обективни обстоятелства да произтича, че въпреки формалното спазване на предвидените в правната уредба на Съюза условия целта, преследвана с тази правна уредба, не е била постигната, и от друга страна, е необходим субективен елемент, изразяващ се в намерението да се получи предимство от правната уредба на Съюза чрез изкуствено създаване на условията, необходими за неговото получаване — решения от 16 октомври 2012 г., Унгария/Словакия (C-364/10, EU:C:2012:630, т. 58 и цитираната съдебна практика), както и от 12 март 2014 г., O. и B., EU:C:2014:135, т. 58), вж. също решение от 18 декември 2014 г., McCarthy и др. (C-202/13, EU:C:2014:2450, т. 54).

68. В това отношение е достатъчно да се отбележи, че самият факт, че притежателят на марка търпи вноса в държавата, в която е защитена неговата марка, на обозначени с идентична марка продукти с произход от друга държава членка, в която те са пуснати на пазара от трето лице без неговото съгласие, не позволява да се приеме, че този притежател мълчаливо се е отказал да се противопостави на вноса на продукти със същия произход в друга държава членка, в която той притежава паралелни права. Всъщност, от една страна, както вече отбелязах в точка 36 от настоящото заключение, мълчанието или пасивното поведение от страна на притежателя на марката не е достатъчно по принцип, за да се предположи, че той е дал съгласието си за пускането на пазара на продукти, обозначени с идентична марка, или водещи до объркване. Това важи в още по-голяма степен, когато е налице позоваване на подобно поведение, както правят дружествата Red Paralela в подкрепа на обща либерализация на паралелния внос с произход от дадена територия. От друга страна, както вече посочих по-горе в точка 37 от настоящото заключение, поради мълчаливото или изрично съгласие на притежателя предоставените от марката права се изчерпват само по отношение на продуктите, за които е дадено това съгласие. Накрая ще отбележа в допълнение, че с оглед на информацията, предоставена от запитващата юрисдикция, отказът на Schweppes да упражни правата си, за да се противопостави на паралелния внос с произход от Обединеното кралство в някои територии, за които неговите марки са регистрирани, не изглежда системен и е ограничен само до канала за дистрибуция чрез интернет.

69. След като разгледах доводите на дружествата Red Paralela, сега трябва да се спра на тезата на Комисията.

70. Според нея изчерпване на предоставеното от марката право може да настъпи не само в случаите, изброени в точка 34 от решение от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), но и когато по отношение на производството и пускането на пазара на продукти, обозначени с идентични паралелни марки, притежателите на тези марки прилагат *единна търговска политика и стратегия*.

71. Според мен тази теза заслужава вниманието на Съда.

72. Обратно на изтъкнатото от Schweppes, Schweppes International и Orangina Schweppes Holding, тази теза се явява продължение на съдебната практика, свързана с решение от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261).

73. Макар нищо в текста на решение от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), да не сочи изрично, че изчерпването на предоставеното от марката право може да настъпи и в други хипотези освен изброените в точка 34 от това решение, аргументацията на Съда позволява лесно да се приеме, че този списък е само примерен.

74. Всъщност, както правилно посочва Комисията, критерият, на който се основава това решение, за да задейства принципа на изчерпване, когато не е налице идентичност между лицето, което притежава правата върху марката в държавата на вноса, и лицето, което пуска в обращение обозначените с марката продукти в държавата на износа, препраща към съществуването на „икономически връзки“ между тези две лица.

75. Макар че Съдът не дава определение на понятието „икономически връзки“, а само приема, че такива връзки са налице в трите положения, посочени в точка 34 от решение от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261) — а именно при лицензия или дистрибуция на марка или пък когато съответните две образувания са част от една и съща група — логиката, която вдъхновява мотивите на това решение, както и използваната от Съда формулировка предоставят сведения по този въпрос.

76. Това решение поставя начало преди всичко на терминологична промяна спрямо предходната съдебна практика. Макар в предхождащите го решения Съдът да приема, че изчерпването на правото на противопоставяне на вноса на продукти, пуснати на пазара в ЕИП от трето лице, е резултат от съществуването на „правна или икономическа зависимост“ между това трето лице и притежателя на марката⁵⁶, в решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), той изоставя тази формулировка, за да се позове просто на „икономически връзки“ — понятие, което позволява да се обхване потенциално по-широк спектър отношения между предприятията в процеса на търговия⁵⁷.

77. От концептуална гледна точка тази терминологична еволюция отразява преминаването от формален критерий — при който се приема, че контролът върху използването на марката, изискван за целите на изчерпването, може да се упражнява само в рамките на отношение на строга зависимост между съответните образувания (наличие на връзки на собственост или по договори, които формализират отношение на подчиненост, предоставящи на една от страните управленски или ръководни правомощия, на които другата страна трябва да се подчинява) — към по-съществен критерий, с оглед на който е важно не толкова естеството на отношенията, поддържани между тези образувания, а обстоятелството, че благодарение на тези отношения марката е под *единен контрол*⁵⁸.

78. В обхвата на такъв критерий обаче могат да попадат не само класическите хипотези, описани в точка 34 от решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), при които използването на марката е под контрола само на едно лице (лицензодател или производител) или на образувание, представляващо стопанска единица (групата), но също и случаите, в които в държавата на вноса и в държавата на износа това използване подлежи на *съвместен контрол* от две различни лица — всяко от тях притежател на права, признати на национално равнище — които при използването на марката действат като единен център на интереси.

79. В такива случаи, както в посочените в точка 34 от решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), марката е под единен контрол, като производството и пускането на пазара на обозначените с нея продукти могат да бъдат възложени само на един-единствен център за вземане на решения. Този единен контрол изключва възможността за позоваване на националните законодателства в областта на марките с цел да се ограничи движението на тези продукти⁵⁹.

80. Така, когато двама или повече притежатели на паралелни марки се договорят, за да упражняват съвместен контрол върху използването на техните знаци, независимо дали те са с общ произход или не, всеки от тях се отказва от упражняването на правото си да се противопостави на вноса на своята територия на обозначени с марката продукти, пуснати на пазара в държавата на износа от един от другите притежатели, участващ в споразумението, като това пускане на пазара следва да се счита за осъществено с негово съгласие.

⁵⁶ Вж. например решения от 9 юли 1985 г., Pharmon (19/84, EU:C:1985:304, т. 22), и от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359, т. 12 и цитираната съдебна практика).

⁵⁷ Отбелязвам, че в практиката си в областта на марките Съдът в редица случаи няколкократно се позовава на подобни понятия, чиито очертания трябва да се гъвкават по гъвкав начин. Вж. например позоваването на „търговска връзка“ или на „специална връзка“ в решения от 23 февруари 1999 г., BMW (C-63/97, EU:C:1999:82, т. 51), и от 17 март 2005 г., Gillette Company и Gillette Group Finland (C-228/03, EU:C:2005:177, т. 42), на „материална връзка в процеса на търговия“ в решения от 12 ноември 2002 г., Arsenal Football Club (C-206/01, EU:C:2002:651), и от 16 ноември 2004 г., Anheuser-Busch (C-245/02, EU:C:2004:717, т. 60), или пък на понятието „икономическо свързано предприятие“ в решение от 25 януари 2007 г., Adam Opel (C-48/05, EU:C:2007:55, т. 60).

⁵⁸ Вж. по-специално решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 39).

⁵⁹ Вж. в този смисъл решение от 22 юни 1994 г., IHT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261, т. 39).

81. За пораждаване на такива последици от изчерпване на право върху марка обаче е необходимо споразумението да предвижда възможност за *пряко или косвено определяне на продуктите, върху които се поставя марката, и за контролиране на тяхното качество*. Това изискване, ясно изразено в точки 37 и 38 от решение от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), както и в точка 13 от решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359), е свързано с основната функция на марката като указание за търговския произход на обозначените с нея продукти (или услуги). В това отношение е важно да се подчертае, че в контекста на единен контрол върху марката, упражняван съвместно от двама или повече притежатели на паралелни права, тази функция трябва да се разбира в смисъл, че произходът, който марката има за цел да гарантира, е свързан не с предприятието, отговорно за производството на стоките, а с центъра, от който изхождат стратегическите решения, свързани с предлагането на тези стоки.

82. Следователно предвид направеното по-горе уточнение относно предмета на контрола съм съгласен с Комисията, че не може да се изключи възможността притежателите на паралелни марки, произлезли от разделянето на единна марка вследствие на териториално ограниченото ѝ прехвърляне, да се считат за „икономически свързани“ за целите на прилагането на принципа на изчерпване, когато те съгласуват търговските си политики с цел упражняване на съвместен контрол върху използването на съответните марки⁶⁰.

83. Не смятам, че доводите, изтъкнати срещу това становище в хода на настоящото производство, могат да се приемат.

84. На първо място, обратно на твърдяното, подобно становище не означава, че се поставят под съмнение решения от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359), и от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261).

85. Всъщност разрешението, възприето в тези решения, е подчинено на условието всяка от марките — след прехвърлянето и въпреки общия им произход — да изпълнява *по независим начин* функцията си да гарантира, че обозначените с нея продукти произхождат от един-единствен източник⁶¹. Единствено ако това условие е изпълнено, правото на противопоставяне на свободното движение на обозначените с марката продукти — което притежателят на единната марка *не притежава* към момента на разделянето на правата върху нея — може да бъде признато на притежателите на паралелните марки, произлезли от това разделяне, вследствие на което разрешената преди прехвърлянето паралелна търговия с тези продукти ще бъде забранена. Това условие обаче очевидно не е изпълнено, когато прехвърлителят и приобретателят (или приобретателите) се договарят, за да използват съвместно своите марки, и приемат търговска стратегия, която има за цел опазването и поддържането на пазара на свързания с техните знаци облик на единна марка.

86. Задействането на принципа на изчерпване в такъв случай е не само в съответствие с решения от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359), и от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), но обслужва и целта, от която се е ръководил Съдът в тези решения, а именно търсенето на правилно равновесие между противоположните цели на свободното движение на стоки и на защитата на предоставените с марката права. Както Съдът уточнява в точка 39 от решение от 22 юни 1994 г., INT Internationale Heiztechnik и Danzinger (C-9/93, EU:C:1994:261), разпоредбите на Договора относно свободното движение на стоки могат да изключат прилагането на национални законодателства, които допускат позоваване на правото в областта на марките, за да се

60 Ще отбележа, че подобна теза е изтъкната през 2006 г. от Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) [Апелативен съд (Англия и Уелс) (гражданско отделение), Обединено кралство] по дело Doncaster Pharmaceutical Group Ltd v. Bolton Pharmaceutical 100 Ltd. [2006] EWCA civ. 661. Тъй като между страните е постигнато споразумение, по делото не е отправено преюдициално запитване.

61 Вж. решение от 17 октомври 1990 г., HAG GF (C-10/89, EU:C:1990:359, т. 18).

възпрепятства свободното движение на продукт, обозначен с марка, чието използване е *под единен контрол*. Възщност предметът на правото на марка не е да позволи на притежателите да сегментират националните пазари и по този начин да допринасят за запазването на възможните ценови разлики между държавите членки⁶².

87. На второ място, не може да се възрази, че съществуващото отношение между притежателите на паралелни марки, които се договарят за съвместно управление на техните знаци, не може да бъде приравнено на това между лицензодател и неговите лицензополучатели, производителя и неговите дистрибутори или пък дружества, които принадлежат към една и съща група. Възщност, както бе отбелязано по-горе в настоящото заключение, именно единният контрол върху марката, произтичащ от всички тези отношения, а не техните формални аспекти задейства изчерпването.

88. Вярно е, че притежателят на марката извлича пряка или косвена печалба от първото пускане в обращение на обозначения с марката продукт от неговия лицензополучател, дистрибутор или от дружество от същата група, което, напротив, не е така, когато това пускане в обращение е осъществено от притежателя на паралелна марка. При липса на такава печалба би могло да се оспори, че пускане на пазара, което може да доведе до изчерпване на правото на притежателя на марката, действително е било осъществено. Отправна точка в този смисъл може да бъде припомнената в точка 30 от настоящото заключение съдебна практика относно понятието „пускане на пазара“.

89. В това отношение бих искал да отбележа, че получаването на възнаграждение при първото пускане на продукта на пазара не представлява — за разлика от други обекти на интелектуална или индустриална собственост, като например патентът — специфичния предмет на правото на марка, който е, както посочих по-горе, „правото да се използва марката при първото пускане на стоката в обращение“⁶³. От това следва, както отбелязва генерален адвокат Jacobs в точка 61 от заключението си по дела Bristol-Myers Squibb и др. (C-427/93, C-429/93, C-436/93, C-71/94 и C-232/94, EU:C:1995:440), че от определящо значение за прилагането на принципа на изчерпване не е дали притежателят на правото получава справедливо възнаграждение от продажбата, а дали е съгласен с това. При това положение цитираната в точка 30 от настоящото заключение съдебна практика следва да се приема като имаща за цел по-скоро да се уточни моментът, от който обозначените с марката продукти са пуснати в обращение, отколкото да се въведе условие *sine qua non* за изчерпването⁶⁴.

90. На трето място, обратно на това, което твърди по-специално Schweppes, и териториално ограниченото прехвърляне на марката като разрешен режим на прехвърляне на правата върху марка не би било поставено под въпрос, ако Съдът възприеме, както предлагам, защитаваната от Комисията позиция. Възщност страните по такова прехвърляне могат да предвидят, при условие че се спазват правилата за конкуренция, взаимна забрана за продажба в съответните им територии, какъвто е случаят при договора за изключителна лицензия. По този начин движението на обозначените с марката продукти в различните територии би било възможно, без да се нарушава договорът за прехвърляне, само когато вносът се извършва от трето лице.

91. На четвърто място, и става дума за най-деликатния аспект, в рамките на проведените пред Съда разисквания се постави въпросът кой носи тежестта да докаже наличието на координация между притежателите на паралелните марки, което може да доведе до единен контрол в уточнения по-горе смисъл.

⁶² Вж. например решение от 11 юли 1996 г., MPA Pharma (C-232/94, EU:C:1996:289, т. 19).

⁶³ Вж. точка 28 от настоящото заключение.

⁶⁴ Вж. обаче в обратния смисъл заключението на генерален адвокат Jääskinen по дело L'Oréal и др. (C-324/09, EU:C:2010:757, т. 47 и 73).

92. От една страна, тъй като представянето на такова доказателство от трето лице може да се окаже обективно трудно, изглежда логично, както предлага Комисията, да се адаптира правилото, че по принцип паралелният вносител следва да докаже фактите, обосноваващи изчерпването на предоставеното от марката право⁶⁵. В това отношение ще припомня, че Съдът приема например разместване на доказателствената тежест, когато прилагането на това правило би позволило на притежателя на марката да сегментира националните пазари, допринасяйки за запазването на възможните ценови разлики между държавите членки⁶⁶.

93. От друга страна, както искат дружествата от групата Schweppes, следва да се установят ясни правила в областта на доказването, тъй като в противен случай би било налице положение на несигурност в ущърб на притежателите на паралелни национални марки.

94. Макар обаче в ситуации като тази в главното производство да е прекомерно да се изисква от паралелния вносител да докаже, че марката в държавата на износа и в държавата на вноса подлежи на единен контрол, той все пак трябва да посочи съвкупност от конкретни и непротиворечиви индиции, които позволяват да се направи извод, че е налице такъв контрол. Фактите, описани от запитващата юрисдикция и посочени в точка 10 от настоящото заключение, са обстоятелства, които могат да представляват такива индиции.

95. При наличието на съвкупност от конкретни и непротиворечиви индиции притежателят, който възнамерява да се противопостави на вноса на обозначени с марката продукти на своята територия, следва да докаже, че няма никакво споразумение или координация с притежателя на марката в държавата на износа, за да подложат марката на единен контрол.

96. Националният съд трябва с оглед на всички обстоятелства по конкретния случай и съответно след като поиска да се представят договорът за прехвърляне и други релевантни документи, за да изясни връзките, които обединяват притежателите на паралелните марки, да прецени дали са изпълнени условията за изчерпване на правото на притежателя на марката в държавата на вноса по отношение на разглежданите продукти.

97. Във връзка с това е важно да се припомни, че такива условия могат да се считат за изпълнени само ако единният контрол върху марката предоставя на образуванията, които го упражняват, възможност да определят пряко или косвено продуктите, върху които се поставя марката, и да контролират тяхното качество.

Отговори на преюдициалните въпроси

98. Въз основа на гореизложения анализ смятам, че на отправените от запитващата юрисдикция преюдициални въпроси следва да се отговори заедно в смисъл, че член 36 ДФЕС и член 7, параграф 1 от Директива 2008/95 не допускат лицензополучателят на притежател на национална марка да се позовава на изключителното право, което последният има съгласно законодателството на държавата членка, в която е регистрирана марката, за да се противопостави на вноса и/или на предлагането на пазара в тази държава на обозначени с идентична марка продукти с произход от друга държава членка, в която марката — преди това притежание на групата, към която принадлежат както притежателят на марката в държавата на вноса, така и неговият лицензополучател — принадлежи на трето лице, придобило правата върху нея чрез прехвърляне, когато с оглед на икономическите връзки, съществуващи между

⁶⁵ Вж. решение от 8 април 2003 г., Van Doren + Q (C-244/00, EU:C:2003:204, т. 35 и 36).

⁶⁶ Вж. решение от 8 април 2003 г., Van Doren + Q (C-244/00, EU:C:2003:204, т. 38), което се отнася до случаи, в които притежателят на марката предлага продуктите си на пазара в ЕИП, използвайки система за изключителна дистрибуция.

притежателя на марката в държавата на вноса и притежателя на марката в държавата на износа, е видно, че тези марки са под единен контрол и че притежателят на марката в държавата на вноса има възможност да определя пряко или косвено продуктите, върху които се поставя марката в държавата на износа, както и да контролира тяхното качество.

Заклучение

99. Предвид изложените съображения предлагам на Съда да отговори на отправените от Juzgado de lo Mercantil n° 8 de Barcelona (Търговски съд № 8 Барселона, Испания) преюдициални въпроси, както следва:

„Член 36 ДФЕС и член 7, параграф 1 от Директива 2008/95/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2008 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките не допускат лицензополучателят на притежател на национална марка да се позовава на изключителното право, което последният има съгласно законодателството на държавата членка, в която е регистрирана марката, за да се противопостави на вноса и/или на предлагането на пазара в тази държава на обозначени с идентична марка продукти с произход от друга държава членка, в която марката — преди това притежание на групата, към която принадлежат както притежателят на марката в държавата на вноса, така и неговият лицензополучател — принадлежи на трето лице, придобило правата върху нея чрез прехвърляне, когато с оглед на икономическите връзки, съществуващи между притежателя на марката в държавата на вноса и притежателя на марката в държавата на износа, е видно, че тези марки са под единен контрол и че притежателят на марката в държавата на вноса има възможност да определя пряко или косвено продуктите, върху които се поставя марката в държавата на износа, както и да контролира тяхното качество“.