

Kohtuasi C-487/07

L'Oréal SA jt

versus

Bellure NV jt

(eelotsusetaotlus,
mille on esitanud Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division))

Direktiiv 89/104/EMÜ – Kaubamärgid – Artikli 5 lõiked 1 ja 2 – Kasutamine võrdlevas reklaamis – Võrdlevas reklaamis kasutamise keelamise õigus – Maine ebaõiglane ärakasutamine – Kaubamärgi ülesannete ohustamine – Direktiiv 84/450/EMÜ – Võrdlev reklaam – Artikli 3a lõike 1 punktid g ja h – Võrdleva reklaami lubamise tingimused – Kaubamärgi maine ebaõiglane ärakasutamine – Kauba esitamine imitatsiooni või koopiana

Kohtujurist P. Mengozzi ettepanek, esitatud 10. veebruaril 2009 I - 5189
Euroopa Kohtu otsus (esimene koda), 18. juuni 2009 I - 5226

Kohtuotsuse kokkuvõte

1. *Õigusaktide ühtlustamine – Kaubamärgid – Direktiiv 89/104 – Mainekas kaubamärk – Kaitse laiendamine kaupadele või teenustele, mis ei ole sarnased (direktiivi artikli 5 lõige 2) – Laiendatud kaitse tingimused*
(Nõukogu direktiiv 89/104, artikli 5 lõige 2)

2. *Õigusaktide ühtlustamine – Kaubamärgid – Direktiiv 89/104 – Kaubamärgiomaniku õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast identseid või sarnaseid tähiseid seoses identsete või sarnaste kaupade või teenustega – Kaubamärgi kasutamine direktiivi artikli 5 lõike 1 punkti a tähenduses*
(Nõukogu direktiiv 84/450, artikli 3a lõige 1 ja nõukogu direktiiv 89/104, artikli 5 lõike 1 punkt a)
3. *Õigusaktide ühtlustamine – Eksitav reklaam ja võrdlev reklaam – Direktiiv 84/450 – Võrdlev reklaam*
(Nõukogu direktiiv 84/450, artikli 3a lõike 1 punktid g ja h)

1. Esimese direktiivi 89/104 kaubamärkide kohta artikli 5 lõiget 2 tuleb tõlgendada selliselt, et selle sätte tähenduses ei eelda kaubamärgi eristusvõime või maine ebaõiglane ärakasutamine segiajamise tõenäosuse olemasolu ega ohtu, et kaubamärgi eristusvõimet, mainet või kaubamärgiomanikku üldisemalt võidakse kahjustada. Kasu, mida kolmas isik maineka kaubamärgiga sarnase tähise kasutamisest saab, kujutab endast kaubamärgi eristusvõime või maine ebaõiglast ärakasutamist kolmanda isiku poolt, kui viimane soovib tähise sellise kasutamisega asuda maineka kaubamärgi kiiluvette, et saada kasu viimase atraktiivsusest, reputatsioonist ja prestiižist ning kasutada seda ilma rahalist hüvitist maksmata ja ise kaubamärgiomaniku ärilisse panusesse selle kaubamärgi kuvandi loomisel ja säilitamisel panustamata.
2. Esimese direktiivi 89/104 kaubamärkide kohta artikli 5 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada selliselt, et registreeritud kaubamärgi omanikul on õigus keelata kõigil kolmandatel isikutel võrdlevas reklaamis, mis ei vasta lubatud reklaami kõigile direktiivi 84/450 (eksitava ja võrdleva reklaami kohta, muudetud direktiiviga 97/55) artikli 3a lõikes 1 nimetatud tingimustele, kasutada kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, isegi kui see kasutamine ei ohusta kaubamärgi peamist ülesannet tähistada kaupade või teenuste päritolu, siis kui asjaomane kasutamine kahjustab või ohustab kaubamärgi mõnda muud ülesannet.

Direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 esimese lause kohaselt annab registreeritud kaubamärk omanikule selle kasutamise ainuõiguse. Artikli 5 lõike 1 punkti a kohaselt

(vt punkt 50, resolutsiooni punkt 1)

on omanikul õigus keelata kõigil kolmandatel isikutel kaubandustegevuse käigus ilma tema loata kasutada kõiki kaubamärgiga identseid tähiseid kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud.

97/55) artikli 3a lõiget 1 tuleb tõlgendada selliselt, et kui reklaami avalikustaja märgib võrdlusnimekirjas selgesõnaliselt või kaudselt, et tema turustatav kaup imiteerib üldtuntud kaubamärki kandvat kaupa, esitab ta direktiivi 84/450 artikli 3a lõike 1 punkti h tähenduses „kaupa või teenuseid, mis imiteerivad või kopeerivad”.

Direktiivi 89/104 artikli 5 lõike 1 punktis a sätestatud ainuõiguse eesmärk on anda selle omanikule võimalus kaitsta oma erihuvisid kaubamärgi omanikuna, st tagada, et kaubamärk saaks täita oma ülesannet, ning seega tuleb seda ainuõigust kasutada ainult juhul, kui kaubamärgi kasutamine kolmanda isiku poolt kahjustab või võib ohustada kaubamärgi ülesannet. Kaubamärgi ülesannete hulka ei kuulu üksnes kaubamärgi peamine ülesanne tagada tarbijatele kauba või teenuse päritolu, vaid ka muud ülesanded, nagu asjaomase kauba või teenuse kvaliteedi tagamine või teabe, investeeeringute ja reklaamiga seotud ülesanded.

Direktiivi 84/450 artikli 3a lõike 1 punktis h seatud tingimuse konkreetne eesmärk on keelata reklaami avalikustajal võrdlevas reklaamis näidata, et tema turustatav kaup või teenus on kaubamärgiga tähistatava kauba või teenuse imitatsioon või koopias. Selles osas ei ole keelatud mitte ainult sellised reklaamsõnumid, mis otseselt viitavad imitatsiooni või koopias ideele, vaid ka sellised sõnumid, mis konkreetset üldist esitlust ja majanduslikke asjaolusid arvestades võivad seda ideed asjaomasele avalikkusele kaudselt edasi anda.

(vt punktid 57, 58, 65, resolutsiooni punkt 2)

3. Direktiivi 84/450 (eksitava ja võrdleva reklaami kohta, muudetud direktiiviga

Selles osas ei oma tähtsust, kas reklaamsõnumis on märgitud, et tegemist on kaitstud kaubamärgiga tähistatud kauba kui terviku imitatsiooniga või üksnes selle põhiomaduse imitatsiooniga.

Kuna võrdlev reklaam, mis esitab reklaami avalikustaja kaupu kaubamärki kandva kauba imitatsioonina, tuleb direktiivi 84/450 alusel lugeda ausa konkurentsiga vastuolus olevaks ning seega õigusvastaseks, siis on avalikustaja sellise reklaamiga saadud kasu ebaausa konkurentsi vili ning seega kaubamärgi maine ebaõiglane äraka-

sutamine selle artikli 3a lõike 1 punkti g tähenduses.

(vt punktid 75, 76, 79, 80 ja resolutsiooni punkt 3)