

V

(Teated)

KOHTUMENETLUSED

EUROOPA KOHUS

Euroopa Kohtu (esimene koda) 22. septembri 2011. aasta otsus — Belgia Kuningriik versus Deutsche Post AG, DHL International, Euroopa Komisjon

(Kohtuasi C-148/09 P) ⁽¹⁾

(Apellatsioonkaebus — Tühistamishagi — Riigiabi — EÜ artikli 88 lõige 3 — Määrus (EÜ) nr 659/1999 — Komisjoni otsus jätta vastuväited esitamata — Mõiste „kahtlused” — Üldist majandushuvi pakkuvad teenused)

(2011/C 331/02)

Kohtumenetluse keel: saksa

Pooled

Apellant: Belgia Kuningriik (esindajad: C. Pochet, T. Materne, advocaat J. Meyers)

Teised menetlusosalised: Deutsche Post AG (esindajad: Rechtsanwalt T. Lübbig ja Rechtsanwalt J. Sedemund), DHL International (esindajad: Rechtsanwalt T. Lübbig ja Rechtsanwalt J. Sedemund), Euroopa Komisjon (esindajad: B. Martenczuk ja D. Grespan)

Ese

Apellatsioonkaebus Esimese Astme Kohtu (teine koda) 10. veebruaril 2009. aasta otsuse peale kohtuasjas T-388/03: Deutsche Post et DHL International vs. komisjon, millega kohus tühistas komisjoni 23. juuli 2003. aasta otsuse K(2003) 2508 lõplik, milles EÜ artikli 88 lõike 3 kohases esialgses uurimismenetluses ei esitatud vastuväiteid La Poste'i kasuks Belgia ametivõimude poolt võetavate erinevate meetmete peale — Üldist majandushuvi pakkuvate teenuste netokulude hüvitamine — Teatavate asjaolude valesi kvalifitseerimine viideteks selliste tõsiste raskuste kohta, mille tõttu tuleb algatada ametlik uurimismenetlus — Lubamatute väidete arvesse võtmine — Õiguskindluse põhimõtte rikkumine

Resolutsioon

1. Jätta apellatsioonkaebus rahuldamata.
2. Mõista kohtukulud välja Belgia Kuningriigilt ja komisjonilt.

⁽¹⁾ ELT C 167, 18.7.2009.

Euroopa Kohtu (esimene koda) 22. septembri 2011. aasta otsus (High Court of Justice (Chancery Division) eelotsusetaotlus — Ühendkuningriik) — Interflora Inc, Interflora British Unit versus Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Limited

(Kohtuasi C-323/09) ⁽¹⁾

(Kaubamärgid — Märksõnareklaam internetis (keyword advertising) — Konkurendi mainekale kaubamärgile vastava märksõna valimine reklaamija poolt — Direktiiv 89/104/EMÜ — Artikli 5 lõike 1, punkt a ja lõige 2 — Määrus (EÜ) nr 40/94 — Artikli 9 lõike 1 punktid a ja c — Kaubamärgi mõne ülesande kahjustamise tingimus — Maineka kaubamärgi eristusvõime kahjustamine (lahjendamine) — Maineka kaubamärgi eristusvõime või maine ebaõiglane ärakasutamine (parasiitlus))

(2011/C 331/03)

Kohtumenetluse keel: inglise

Eelotsusetaotluse esitanud kohus

High Court of Justice (Chancery Division)

Põhikohtuasja pooled

Hagejad: Interflora Inc, Interflora British Unit

Kostjad: Marks & Spencer plc, Flowers Direct Online Limited

Ese

Eelotsusetaotlus — Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (EÜT L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92) artikli 5 lõike 1 punkti a ja lõike 2, nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (EÜT L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146) artikli 9 lõike 1 punktide a ja c ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 8. juuni 2000. aasta direktiivi 2000/31/EÜ infoühiskonna teenuste teatavate õiguslike aspektide, eriti elektroonilise kaubanduse kohta siseturul (direktiiv elektroonilise kaubanduse

kohta) (EÜT L 178, lk 1; ELT eriväljaanne 13/25, lk 399) artikli 12 lõike 1, artikli 13 lõike 1 ja artikli 14 lõike 1 tõlgendamine — Kaubamärgi „kasutamise” mõiste — Ettevõtja poolt Interneti otsingumootorit käitavalt teenuseosutajalt kaubamärgiga identse tähise reserveerimine selleks, et selle tähise otsisõnana sisestamisel kuvataks ekraanil automaatselt ettevõtja veebileht, kus pakutakse kaubamärgiga kaitstud kaupade ja teenustega identseid kaupu ja teenuseid, internetiaadress („AdWords”) — Lille-saadetiste teenus.

Resolutsioon

1. 21. detsembri 1988. aasta esimese nõukogu direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta artikli 5 lõike 1 punkti a ja nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta artikli 9 lõike 1 punkti a tuleb tõlgendada nii, et kaubamärgi omanikul on õigus keelata konkurendil interneti viitamisteenuse raames ilma omaniku nõusolekuta valitud ja selle kaubamärgiga identse märksõna abil reklaamida kaupu või teenuseid, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, kui selline kasutamine võib kahjustada mõnd kaubamärgi ülesannet. Selline kasutamine:

— kahjustab kaubamärgi päritolu tähistamise ülesannet, kui vastusena sellele märksõnale kuvatav reklaam ei võimalda piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelikul internetikasutajal aru saada, kas reklaamsõnumis viidatud kaubad või teenused pärinevad kaubamärgiomanikult või temaga majanduslikult seotud ettevõtjalt või hoopis kolmandalt isikult, või võimaldab tal sellest aru saada üksnes raskustega;

— ei kahjusta kaubamärgi reklaamiga seonduvat ülesannet põhikohtuasjas käsitletava taolise viitamisteenuse tunnustega viitamisteenuse raames, ja

— kahjustab kaubamärgi investeringuga seonduvat ülesannet, kui see takistab oluliselt kaubamärgi omanikku kasutamast oma kaubamärki selleks, et saavutada tarbijaid ligitõmbava või nad margitruuks muutev maine või seda säilitada.

2. Direktiivi 89/104 artikli 5 lõiget 2 ning määruse nr 40/94 artikli 9 lõike 1 punkti c tuleb tõlgendada nii, et maineka kaubamärgi omanikul on õigus keelata konkurendil reklaamimine viimase poolt interneti viitamisteenuse raames kaubamärgi omaniku nõusolekuta valitud ja sellele kaubamärgile vastava märksõna abil, kui konkurent saab sel moel ebaõiglaselt kasu kaubamärgi eristusvõimest või mainest (parasiitlus) või kui selline reklaam kahjustab kaubamärgi eristusvõimet (lahjendamise) või mainet (halbustamine).

Sellisel märksõnal põhinev reklaam kahjustab maineka kaubamärgi eristusvõimet (lahjendamise) eelkõige siis, kui see aitab kaasa kaubamärgi teisenemisele üldmõisteks.

Seevastu ei saa maineka kaubamärgi omanik keelata kuvada vastusena sellele kaubamärgile vastavale märksõnale konkurendi reklaami, mis pakub maineka kaubamärgi omaniku omadele alternatiivseid kaupu või teenuseid, ilma et pakutaks selle kaubamärgi omaniku kaupade või teenuste pelki imitatsioone ning kaubamärki lahjendamata ja halbustamata ning lisaks selle kaubamärgi ülesandeid kahjustamata.

(¹) ELT C 282, 21.11.2009.

Euroopa Kohtu (esimene koda) 22. septembri 2011. aasta otsus (Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) (Ühendkuningriik) eelotsusetaotlus) — Budějovický Budvar, národní podnik versus Anheuser-Busch, Inc.

(Kohtuasi C-482/09) (¹)

(Kaubamärgid — Direktiiv 89/104/EMÜ — Artikli 9 lõige 1 — Mõiste „nõustumine” — Õiguse kaotamine nõustumise tõttu — Õigust lõpetava tähtaja algus — Õigust lõpetava tähtaja kulgema hakkamiseks vajalikud tingimused — Artikli 4 lõike 1 punkt a — Identsete kaupade jaoks identsete kaubamärkide registreerimine — Kaubamärgi ülesanded — Heauskne samaaegne kasutamine)

(2011/C 331/04)

Kohtumenetluse keel: inglise

Eelotsusetaotluse esitanud kohus

Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)

Põhikohtuasja pooled

Hageja: Budějovický Budvar, národní podnik

Kostja: Anheuser-Busch, Inc.

Ese

Eelotsusetaotlus — Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division) — Nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92) artikli 4 lõike 1 punkti a ja artikli 9 lõike 1 tõlgendamine — Nõustumisest tulenevad piirangud — Mõiste „nõustumine” — Ühenduse õigusmõiste — Võimalus kohaldada asjaomases valdkonnas siseriiklikku õigust, sh identsete kaubamärkide samaaegset heauskset kasutamist puudutavaid õigusnorme