

Eelotsuse küsimused

Kas nõukogu 21. detsembri 1988. aasta esimese direktiivi 89/104/EMÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (kaubamärgidirektiiv) (¹) artikli 10 lõiget 1 ja artikli 12 lõiget 1 tuleb tõlgendada nii, et kaubamärki kasutatakse tegelikult, kui seda kasutatakse kaupade (käesoleval juhul alkoholivabade jookide) jaoks, mida kaubamärgi omanik muude tema turustatavate kaupade (käesoleval juhul tekstiilitoodete) ostjatele pärast müügilepingu sõlmimist tasuta kaasa annab?

(¹) EÜT L 40, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 92.

Philip Morris Products SA 16. novembril 2007 esitatud apellatsioonkaebus Euroopa Ühenduste Esimese Astme Kohtu (teine koda) 12. septembri 2007. aasta otsuse peale kohtuasjas T-140/06: Philip Morris Products versus Siseturu Ühtlustamise Amet

(Kohtuasi C-497/07 P)

(2008/C 22/52)

Kohtumenetluse keel: prantsuse

Pooled

Hageja: Philip Morris Products SA (esindajad: advokaadid T. van Innis ja C. S. Moreau)

Teine menetluspool: Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused)

Hageja nõuded

- tühistada vaidlustatud otsus;
- mõista kohtukulud välja Siseturu Ühtlustamise Ametilt.

Väited ja peamised argumendid

Hageja väidab oma hakis, et Esimese Astme Kohus on rikkunud nõukogu 20. detsembri 1993. aasta määruse (EÜ) nr 40/94 ühenduse kaubamärgi kohta (¹) artiklit 4 ja artikli 7 lõike 1 punkti b. Selles osas heidab hageja Esimese Astme Kohtule esiteks ette seda, et kohus tugines oma hinnangus ebasoodsale eelarvamusele selle kaubamärgiliigi suhtes, kuhu taotletav kaubamärk kuulub. Leides, et tarbijad tavaliselt ei oska kaupade kuju või pakendi põhjal arvata, milline on nende kaupade päritolu, tegi Esimese Astme Kohus järelduse faktiliste asjaolude kohta, mis ei ole tõendatud ning kõnealune järeldus moonutab seda, kuidas inimesed tähiseid üldiselt ning eriti kujusid tajuvad.

Teiseks heidab hageja Esimese Astme Kohtule ette, et sellele, kuidas asjaomane avalikkus kaubamärki tajub, antud õiguslik

hinnang oli väär. Nimetatud viga tuleneb esiteks sellest, et Esimese Astme Kohus käsitles kaubamärgi kasutamist üksnes olukorras, kus kaubamärk on sigaretipaki osa, samas kui teatava kauba pakendi kuju võib olla avalikkusele esitatud paljudel eri viisidel nagu näiteks kaubamärgi kujutamine graafiliselt või ruumiliselt reklaammaterjalidel. Teiseks tuleneb kõnealune kaalutusviga asjaolust, et Esimese Astme Kohus kitsendas kaubamärgi mõistet üksnes sellele osale, mida võimalik ostja tajub vahetult enne ostu tegemist, samas kui kaubamärgi asjaomane avalikkus koosneb kõigist nendest inimestest, kes võivad seda kaubamärgi tavapärase kasutuse käigus märgata, mis võib aset leida nii seoses kauba reklaamimisega enne omandamist, kasutamise ajal või kauba tarbimisel pärast omandamist.

Kolmandaks ja lõpuks tugineb hageja sellele, et vaidlusaluse otsuse põhjendused on vastuolus.

(¹) EÜT 1994, L 11, lk 1; ELT eriväljaanne 17/01, lk 146.

Aceites del Sur-Coosur, S.A. varem Aceites del Sur, S.A. 16. novembril 2007 esitatud apellatsioonkaebus Euroopa Ühenduste Esimese Astme Kohtu 12. septembri 2007. aasta otsuse peale kohtuasjas T-363/04: Koipe Corporación, S.L. versus Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused)

(Kohtuasi C-498/07 P)

(2008/C 22/53)

Kohtumenetluse keel: hispaania

Pooled

Apellant: Aceites del Sur-Coosur, S.A., varem Aceites del Sur, S.A. (esindaja: advokaat J.-M. Otero Lastres)

Teised menetluspooled: Koipe Corporación, S.L. ja Siseturu Ühtlustamise Amet (kaubamärgid ja tööstusdisainilahendused)

Apellandi nõuded

- kinnitada, et käesolev apellatsioonkaebus, mis on esitatud Esimese Astme Kohtu (esimene koda) 12. septembri 2007. aasta otsuse T-363/04 peale ühenduse õiguse rikkumise asjas, on esitatud nõutavas vormis ja ettenähtud tähtajal;
- tunnistada apellatsioonkaebus vastuvõetavaks vastavalt Euroopa Kohtu põhikirja artiklile 61 ja kodukorra artiklile 113 ning tühistada täielikult Esimese Astme Kohtu eespool viidatud otsus;