

Lieta C-46/10

Viking Gas A/S

pret

Kosan Gas A/S, agrāk — BP Gas A/S

(Højesteret)

lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Preču zīmes — Direktīva 89/104/EEK — 5. un 7. pants — Gāzes baloni, kas ir aizsargāti kā trīsdimensiju formas preču zīme — Laišana tirgū, ko veic ekskluzīvas licences īpašnieks — Šo balonu uzpildīšana, ko veic ekskluzīvas licences īpašnieka konkurents

Ģenerāladvokātes J. Kokotes [<i>J. Kokott</i>] secinājumi, sniegti 2011. gada 7. aprīlī	I - 6164
Tiesas (pirmā palāta) 2011. gada 14. jūlija spriedums	I - 6181

Sprieduma kopsavilkums

Tiesību aktu tuvināšana — Preču zīmes — Direktīva 89/104 — Trīsdimensiju preču zīmes formā aizsargātu gāzes balonu laišana tirdzniecībā, ko veic ekskluzīvas licences īpašnieks — Šo balonu uzpildīšana, ko veic ekskluzīvas licences īpašnieka konkurents — Licences īpašnieka iebildumi — Nepieļaujamība saskaņā ar direktīvas 7. panta 1. punktā ietverto [preču zīmes īpašnieka tiesību] izsmelšanu, kas neietilpst direktīvas 7. panta 2. punktā paredzētajos izņēmumos (Padomes Direktīvas 89/104 5. panta un 7. panta 1. un 2. punkts)

Pirmās direktīvas 89/104, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 5. un 7. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka tie neļauj atkārtoti lietojamu kompozīta gāzes balonu, kuru forma ir aizsargāta kā trīsdimensiju preču zīme, ekskluzīvas izmantošanas licences īpašniekam, kurš uz šiem baloniem ir izvietojis savu nosaukumu un logo, kas reģistrēti kā vārdiska un grafiska preču zīme, iebilst pret to, ka šos balonus pēc tam, kad tos ir nopirkuši patērētāji un izmantojuši tajos sākotnēji iepildīto gāzi, trešās personas par samaksu apmaina pret kompozīta gāzes baloniem, kuros iepildītā gāze nepieder šim īpašniekam, ja vien šis īpašnieks nevar pamatoties uz likumīgiem iemesliem Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkta nozīmē.

Kompozīta balona pārdošana izsmeļ tiesības, kas kompozīta balona formas preču zīmes tiesību licences īpašniekam un uz šī balona izvietoto preču zīmju īpašniekam izriet no šīm preču zīmēm, un nodod pircējam tiesības brīvi izmantot šo balonu, tostarp tiesības pēc oriģinālās gāzes izlietošanas to apmainīt vai uzpildīt pēc sava ieskata brīvi izraudzītājā uzņēmumā, tas ir, ne tikai pie minētā licences vai [preču zīmes] īpašnieka, bet arī pie kāda no to konkurentiem. No šīm pircēja tiesībām nenovēršami izriet minēto konkurentu

tiesības Direktīvas 89/104 7. panta 2. punktā noteikto robežu ietvaros veikt tukšo balonu uzpildīšanu un apmaiņu.

Attiecībā uz šī 7. panta 2. punktā noteiktajām robežām preču zīmes īpašnieks var, lai gan preces, ko aptver tā preču zīme, ir laistas tirgū, iebilst pret to turpmāku tirdzniecību, ja ir likumīgi iemesli, kas attaisno šādu iebildumus, un jo īpaši, ja pēc laišanas tirgū preču stāvoklis ir izmainījies vai pasliktinājies. Apstākļa vārda “jo īpaši” lietošana minētā 7. panta 2. punktā liecina, ka ar preču zīmi aptvertu preču stāvokļa izmaiņu vai pasliktināšanās gadījums ir minēts vienīgi kā piemērs iespējamiem likumīgiem iemesliem.

Tādējādi šāds likumīgs iemesls ir arī tad, ja preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošana, ko veic trešā persona, nopietni apdraud tās reputāciju vai arī ja šī izmantošana tiek veikta tādā veidā, lai radītu iespaidu, ka starp preču zīmes īpašnieku un šo trešo personu pastāv ekonomiska saikne, un it īpaši, ka šī trešā persona ietilpst [preču zīmes] īpašnieka izplatīšanas tīklā vai ka starp šīm abām personām pastāv īpašas attiecības.

Etīķešu piestiprināšanai uz kompozīta baloniem un apstākļiem, kādos notiek to apmaiņa, nav jāliek samērā informētam, uzmanīgam un apdomīgam vidusmēra patērētājam uzskatīt, ka starp diviem attiecīgajiem uzņēmumiem

pastāv saikne vai ka šo balonu uzpildīšanā ir izmantota preču zīmes īpašnieka izcelsmes gāze. Lai izvērtētu, vai šāds kļūdainais iespaids ir izslēgts, ir jāņem vērā šajā nozarē izmantotā prakse un it īpaši jautājums par to, vai patērētāji ir pieraduši, ka gāzes balonus uzpilda citi izplatītāji. Turklāt šķiet saprātīgi pieņemt, ka patērētājam, kas vērsas tieši pie konkurenta, vai nu lai apmainītu savu tukšo gāzes balonu pret uzpildītu balonu, vai lai uzpildītu

savu tukšo balonu, ir vēl vieglāk saprast, ka nepastāv saikne starp šo uzņēmumu un [preču zīmes] īpašnieku.

(sal. ar 35.–37., 40. un 42. punktu un rezolutīvo daļu)