

Byla C-133/20

Prašymas priimti prejudicinį sprendimą

Gavimo data:

2020 m. kovo 11 d.

Prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas:

Hoge Raad der Nederlanden (Nyderlandai)

Sprendimo dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą priėmimo data:

2020 m. kovo 6 d.

Kasatorė:

European Pallet Association e. V.

Kita kasacinio proceso šalis:

PHZ BV

<...>

HOGE RAAD DER NEDERLANDEN (Nyderlandų Aukščiausiasis Teismas)

CIVILINIŲ BYLŲ KOLEGIJA

<...> (Bylos numeris nenurodomas)

Data: 2020 m. kovo 6 d.

SPRENDIMAS

Byloje

pagal Vokietijos teisę įsteigtas juridinis asmuo *EUROPEAN PALLET ASSOCIATION e. V.*, kurio buveinė yra Miunsteryje (Vokietija),

kasatorė,

toliau – EPAL,

<...>

prieš

PHZ B. V.,

kurios buveinė yra Zutermere (Nyderlandai),

kitą kasacinio proceso šalį,

toliau – PHZ,

<...> (orig. p. 2)

1. Tolesnė bylos eiga kasaciniame procese

1.1 <...>

1.2 <...> (Nacionalinio proceso eiga)

2. Faktinės aplinkybės

2.1 Kasaciniame procese galima vadovautis šiomis faktinėmis aplinkybėmis.

- (i) EPAL yra įregistruoto ES žodinio / vaizdinio prekių ženklo EPAL Nr. 472415 savininkė; šis ženklas 1998 m. gruodžio 22 d. buvo įregistruotas, be kita ko, „Daugkartinio naudojimo padėklams“ (klasės 6 ir 20) žymėti. Nurodyta, kad prekių ženklas yra kolektyvinis ženklas.
- (ii) Egzistuoja privatinės teisės reguliuojama vadinamųjų EUR / EPAL padėklų standartizacijos sistema (toliau ir – EPAL sistema). Šioje sistemoje numatyta, kad padėklai (toliau – europadėklai) ir po remonto turi atitikti tam tikrus standartus ir specifikacijas. Remiantis šia sistema, teisę gaminti ir remontuoti europadėklus bei prekiauti jais turi tik įmonės, kurioms EPAL yra suteikusi naudojimosi teisę (licencijos gavėjai).
- (iii) EPAL administruoja europadėklus ir kontroliuoja jų kokybę. Šie padėklai žymimi išdegintu EUR ir (arba) EPAL prekių ženklu ir išleidžiami į rinką. EPAL tikslas – sukurti ir palaikyti visame pasaulyje atvirą vienodos kokybės ir vienodų požymių padėklų mainų sistemą. Be to, EPAL kovoja su padėklų klastojimu.
- (iv) PHZ neturi ii papunktyje aprašytos naudojimosi teisės. 2014 m. ji remontavo ir toliau prekiaavo europadėklais, pažymėtais EPAL prekių ženklu.

2.2.1 Šioje byloje EPAL reikalauja, kiek tai reikšminga kasaciniame procese,

- pripažinti, kad remontuodama anksčiau su EPAL prekių ženklu į rinką išleistus padėklus ir jais prekiaudama PHZ padarė prekių ženklo pažeidimą arba veikė neteisėtai;
- įspėjant apie nesilaikant šio nurodymo gresiančią baudą, nurodyti nutraukti EPAL prekių ženklu pažymėtų padėklų remontą ir tolesnį komercializavimą.

Apibendrinant EPAL teigia, kad PHZ ne tik remontavo EPAL prekių ženklu pažymėtus padėklus, bet jais ir toliau prekiaavo. (**orig. p. 3**)

2.2.2 *Rechtbank* (Pirmosios instancijos teismas) reikalavimus patenkino, kiek jie buvo susiję su tolesniu europadėklų komercializavimu, bet atmetė juos tiek, kiek jie buvo susiję tik su europadėklų remontu¹.

2.2.3 *Hof* (Apeliacinis teismas) paliko galioti *Rechtbank* sprendimą, kiek jame, PHZ buvo nurodyta, gavus šį sprendimą, nedelsiant nutraukti tolesnį EPAL prekių ženklu pažymėtų ir PHZ suremontuotų padėklų komercializavimą, kai remontą sudaro padėklų būklės pakeitimai, kurie nėra nereikšmingi, kaip tai suprantama pagal Beniliukso Teisingumo Teismo sprendimą *Valeo*, ir šio komercializavimo nebeatnaujinti; taip pat įspėta, kad nesilaikant šio nurodymo bus skirta bauda. Likusias *Rechtbank* sprendimo dalis jis panaikino, o EPAL reikalavimus atmetė². Teismas, kiek tai reikšminga kasaciniame procese, pateikė toliau išdėstytus motyvus.

Rechtbank nustatytas draudimas nebuvo apskūstas, kiek jis susijęs su padėklų, kuriuos PHZ suremontavo pati ir kurių atveju remontas apima „būklės pakeitimus, kurie nėra nereikšmingi“, kaip tai suprantama pagal Beniliukso Teisingumo Teismo sprendimą *Valeo*, komercializavimu (3.2 punktas).

Nagrinėjami europadėklai į apyvartą buvo išleisti paties prekių ženklo savininko arba su jo sutikimu. Atsižvelgiant į šioje byloje dar taikytino 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamento Nr. 207/2009 (toliau – BPŽR) 13 straipsnį, uždrausti tolesnį komercializavimą EPAL gali tik tuo atveju, kai dėl pagrįstų priežasčių nesutinka su tolesniu padėklų komercializavimu, ypač jeigu išleidus juos į rinką pasikeitė arba pablogėjo jų kokybė (3.6 punktas).

Per posėdį apeliacinėje instancijoje EPAL paaikšino, kad pakeitimą, kaip jis suprantamas pagal BPŽR 13 straipsnio 2 dalį, sudaro padėklų sugadinimas prieš remontą – taigi, ne pats remontas. (Todėl) EPAL nebelaiko remonto būklės pakeitimu. Tai reiškia, kad prekių ženklo pažeidimu grindžiamas reikalavimas negali būti patenkintas remiantis BPŽR 13 straipsnio 2 dalyje

¹ <...> (Pirmosios instancijos teismo sprendimo šaltinis nenurodomas).

² <...> (Apeliacinės instancijos teismo sprendimo šaltinis nenurodomas).

apibrėžtais pakeitimais, nes EPAL neteigė ir nematyti, kad PHZ prekiaavo sugadintais padėklais (4.2–4.3 punktai).

EPAL mano, kad pagrįsta priešastis, kaip ji suprantama pagal BPŽR 13 straipsnį, vis dėlto yra, nes jeigu remontą atlieka neturintis licencijos asmuo, nebužtikrinama EPAL prekių ženklo suteikiama kilmės nuorodos ar kokybės garantijos funkcija (4.4 ir 4.7 punktai).

Prekių ženklo savininkas gali nesutikti su tolesniu prekių komercializavimu, jeigu tam yra pagrįsta priešastis ir jeigu tolesnis komercializavimas pažeidžia ar gali pažeisti prekių ženklo funkcijas (4.5 punktas).

Kilmės nuorodos funkcija pažeidžiama, be kita ko, tada, kai prekių ženklas perpardavėjo reklamoje naudojamas taip, kad gali susidaryti įspūdis, jog perpardavėją ir prekių ženklo savininką (nagrinėjamu atveju – EPAL ir (arba) jos narius) sieja verslo ryšiai, jog perpardavėjo įmonė priklauso prekių ženklo savininko platinimo tinklui arba jog tarp abiejų įmonių egzistuoja ypatingi santykiai. PHZ toliau prekiauja išigytais padėklais. Tai reiškia, kad ji parduoda naudotas prekes, ir reikia suponuoti, kad jos pirkėjai tai žino. PHZ tai nurodo ir savo (orig. p. 4) tinklapyje, kuriame vaizduojamas padėklas, pažymėtas EPAL prekių ženklu. Šios aplinkybės neleidžia teigti, kad susidaro įspūdis, jog PHZ ir EPAL ar jos nariai yra susiję ekonominiiais ryšiais arba jog PHZ tinklapis labai kenkia prekių ženklo reputacijai (4.9 punktas).

EPAL kolektyvinio prekių ženklo funkcija yra užtikrinti, kad šios prekės kilusios iš vieno iš EPAL narių / licencijos gavėjo (t. y. yra pagrindinės kilmės); tai garantuoja jų kokybę pirmojo išleidimo į rinką momentu. Prekių ženklo funkcija nėra garantuoti kokybę vėliau, ir jis neužtikrina, kad prekių neremontuos tretieji asmenys. Todėl naudojant kolektyvinį prekių ženklą neįmanoma pasiekti, kad su prekių ženklo savininko sutikimu į rinką išleistus padėklus remontuos išimtinai prekių ženklo savininko nariai ir licencijos gavėjai, laikydamiesi tam tikrų standartų, ir taip bus išsaugota kokybė po pirmojo išleidimo į rinką. Todėl, kitaip, nei teigia EPAL, kilmės nuorodos funkcijai nedaro įtakos tai, kad licencijos neturintis asmuo atlieka remontą, todėl vykstant tolesniam komercializavimui neįmanoma užtikrinti vienodos europadėklų kokybės (4.10 punktas).

Dėl pirma nurodytų priešasčių nėra pažeidžiama nei kokybės garantijos funkcija, nei investavimo funkcija. Be to, EPAL pozicija, kad PHZ atliktas remontas nepakeitė prekių būklės, reiškia, kad PHZ, toliau prekiaudama suremontuotais padėklais, nepažeidžia šių prekių ženklo funkcijų, nes padėklai po remonto nėra pakeisti ir todėl negali būti laikomi esančiais blogesnės kokybės nei anksčiau, taigi, negali būti laikomi ir kenkiančiais EPAL prekių ženklo reputacijai (4.11 punktas).

Papildomi EPAL argumentai, kad bet koks licencijos neturinčio asmens atliktas remontas apima didesnę nei nereikšmingas pakeitimą, yra prieštaringi, nelogiški ir, atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, neturi reikšmės (4.13 punktas).

Pagrįstų prižasčių, kaip jos suprantamos pagal BPŽR 13 straipsnio 2 dalį, nėra, nes toliau prekiaudama padėklais PHZ nedaro arba negali daryti įtakos nė vienai iš prekių ženklo funkcijų (4.14 punktas). Todėl EPAL teisė į prekių ženklą nagrinėjamų europadėklų atžvilgiu yra pasibaigusi (5.1 punktas).

Savo reikalavimus EPAL subsidiariai grindė tuo, kad buvo padarytas neteisėtas veiksmas. Reikšdama šį reikalavimą, EPAL teigė, kad prekiaudama EPAL prekių ženklu pažymėtais padėklais, kurie neatitiko EPAL sistemos standartų, PHZ pažeidžia šią sistemą. Taigi reiškiant neteisėtu veiksnu grindžiamą reikalavimą iš esmės remiamasi argumentais, kad PHZ naudoja EPAL prekių ženklą; vadinasi, šių reikalavimų likimas yra toks pat kaip ir teise į prekių ženklą grindžiamų reikalavimų (5.3 punktas).

3. Kasacinio skundo pagrindo vertinimas

3.1.1 Pirmoji kasacinio skundo pagrindo dalis susijusi su EPAL argumentais, kad EPAL dėl pagrįstų prižasčių nesutinka su tolesniu padėklų komercializavimu, nes pasikeitė arba pablogėjo jų kokybė.

1.1.1 ir 1.1.2 dalyse teigiama, kad *Hof* (4.2 punkte) neatsižvelgė į tai, jog EPAL rėmėsi pagrįsta priežastimi – EPAL sistemos išsaugojimu ir kontrole siekiant užkirsti kelią jos trukdymui. Taip pat teigiama, kad *Hof* neatsižvelgė į tai, jog, kaip argumentavo EPAL, bet koks PHZ (ar kitų licencijos neturinčių asmenų) (**orig. p. 5**) atliktas remontas turi būti vertinamas kaip didesnis nei nereikšmingas pakeitimas. EPAL argumentai, kad jeigu padėklai sugadinami prieš remontą, prekės būklė pasikeičia, niekaip nekeičia to, kad bet koks PHZ atliktas remontas privalo būti laikomas didesniu nei nereikšmingas pakeitimu.

1.1.3 dalyje kritikuojami *Hof* 4.3 punkte pateikti motyvai ir (apibendrintai) teigiama, kad pakeitimas gali būti ir tuo atveju, kai prekės nėra sugadintos.

1.1.4 dalyje teigiama, kad *Hof* 4.3 punkte neatsižvelgė į EPAL paaiškinimus, jog PHZ atliktas sugadintų padėklų remontas niekaip nekeičia to, kad jų būklė dėl sugadinimo pasikeitė.

1.1.5 dalyje teigiama, kad *Hof* (4.13 punkte) neatsižvelgė į tai, kad pagal suformuotą jurisprudenciją papildomi šalies argumentai negali būti ignoruojami vien todėl, kad jie prieštarauja pagrindiniams šalies argumentams.

3.1.2 2 dalyje teigiama, kad *Hof*, (4.5 punkte) remdamasis tuo, jog nesutikti su tolesniu prekių komercializavimu prekių ženklo savininkas gali tik tuomet, kai (i) yra pagrįsta priežastis ir (ii) tolesnis komercializavimas gali pažeisti prekių ženklo funkciją, laikėsi neteisingos teisinės nuomonės. Jeigu prekių ženklo savininkas dėl pagrįstos priežasties nesutinka su tolesniu prekių komercializavimu, šis komercializavimas taip pat pažeidžia prekių ženklo funkcijas. Taigi tai nėra du skirtingi kriterijai, kuriuos būtina atitikti.

3.1.3 3.1 dalyje pirmiausia teigiama, kad *Hof* (4.9 punkte) neatsižvelgė į tai, jog tas, kas prekiauja atnaujintomis prekėmis, iš principo privalo imtis visų pagrįstai įmanomų priemonių siekdamas parodyti, kad tai yra atnaujintos prekės. *Hof* taip pat neatsižvelgė į tai, kad įspūdis, jog PHZ ir EPAL ar jos narius sieja verslo ryšiai, gali susidaryti ne tik dėl atitinkamų prekių reklamos, bet ir dėl šių prekių komercializavimo ir dėl kitokio panašaus į prekių ženklą ar su juo sutampančio žymens naudojimo. Pavyzdžiui, gali būti svarbu tai, ar, naudojant atitinkamą etiketę, išvengiama klaidinančio įspūdzio, kad prekių ženklo savininką ir trečiąjį asmenį sieja ekonominiai santykiai. Šiuo aspektu nurodytina į Beniliukso Teisingumo Teismo sprendimą *Valeo*³, Europos Sąjungos Teisingumo Teismo sprendimą *Viking Gas/ Kogan*⁴ ir *Hoge Raad* (Aukščiausiasis Teismas) sprendimą *Kool/ Primagaz*⁵.

3.1.4 3.2 dalyje kritikuojami *Hof* (4.10 punkte) pateikti motyvai, kad prekių ženklo funkcija nėra garantuoti kokybę po pirmojo išleidimo į rinką, kad jis taip pat negarantuoja, jog tretieji asmenys neatliks prekių remonto, ir kad naudojant kolektyvinį prekių ženklą neįmanoma pasiekti, jog su prekių ženklo savininko sutikimu į rinką išleistus padėklus remontuotų išimtinai tam tikri (juridiniai) asmenys – prekių ženklo savininko nariai arba licencijos gavėjai –, laikydamiesi tam tikrų standartų, tokiu būdu siekiant išsaugoti kokybę po pirmojo išleidimo į rinką.

3.2.1 dalyje teigiama, kad *Hof* neatsižvelgė į tai, jog EPAL prekių ženklo funkcijos kaip tik ir yra (**orig. p. 6**) užtikrinti kokybę ne tik pirmojo išleidimo į rinką momentu, bet ir po to. Tai susiję su prekių, kurias galima mainyti, kurios yra skirtos (daugkartiniam) naudojimui ir labai dažnai patiria dideles apkrovas, pobūdžiu. Todėl padėklų gamybai ir remontui būtina kelti aukštus reikalavimus, o naudotojai turi galėti pagrįstai tikėtis, kad padėklai šiuos reikalavimus atitinka.

3.2.2 dalyje teigiama, kad *Hof* 4.10 punkto paskutiniame sakinyje neatsižvelgė į tai, jog, kaip argumentuoja EPAL, EPAL prekių ženklą pažeidžia tik tolesnis PHZ suremontuotų padėklų, pažymėtų EPAL ženklu,

³ 1992 m. lapkričio 6 d. sprendimas (šaltinis nenurodomas) (bylos Nr. A 89/1 ir A 91/1).

⁴ 2011 m. liepos 14 d. sprendimas, byla C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485.

⁵ 2018 m. sausio 5 d. sprendimas, ECLI:NL:HR:2018:10.

komercializavimas. EPAL buvo paaiškinusi, kad jeigu PHZ nori pati remontuoti europadėklus neprisijungdama prie EPAL, ji privalo pašalinti ir (arba) užtepti EPAL ženklus, taip aiškiai parodydama visuomenei, kad tai yra atnaujinti padėklai. Įmanoma pašalinti kolektyvinį EPAL prekių ženklą nepakenkiant produkto tinkamumui naudoti ir (arba) patrauklumui.

3.2.3 dalyje teigiama, kad *Hof* (4.10 punkte) neteisingai įvertino kolektyvinio prekių ženklo pobūdį ir jam būdingus aspektus. Su EPAL kolektyviniu prekių ženklu yra siejami reikalavimai ir EPAL nariams, ir tam, kaip EPAL nariai prekių ženklą naudoja. Todėl EPAL kolektyvinio prekių ženklo funkcija tikrai yra garantuoti kokybę po pirmojo išleidimo į rinką. 3.2.4 dalyje teigiama, kad *Hof*, vertindamas kilmės nuorodos funkciją ir preziumuodamas, kad ši funkcija gali turėti reikšmės tik pirmojo išleidimo į rinką momentu, bet ne vėliau, rėmėsi neteisinga teisine nuomone. Į BPŽR 13 straipsnio 2 dalies taikymo sritį patenkantys atvejai *per definitionem* yra tolesnio jau išleistų į rinką prekių komercializavimo atvejai.

3.1.5 4 dalyje kritikuojamas *Hof* (5.3 punkte) pateiktas motyvas, kad EPAL reikalavimai, kiek jie grindžiami neteisėtu veiksmu, iš esmės remiasi argumentais, kad PHZ naudoja EPAL prekių ženklą, ir todėl šių reikalavimų likimas yra toks pat kaip ir teise į prekių ženklą grindžiamų reikalavimų. 4.1 dalyje paaiškinama, kad *Hof* ignoravo EPAL argumentus, jog remontą PHZ atlieka nesivadovaudama taikomais griežtais kokybės standartais ir specifikacijomis ir neprisiima kitų pareigų, kurias privalo vykdyti EPAL nariai, tačiau padėklus parduoda kaip europadėklus. Taip PHZ gauna naudos iš EPAL sistemos EPAL ir jos narių sąskaita, užsiima nesąžininga konkurencija ir kenkia EPAL asociacijai ir jos sistemai. *Hof* nepagrįstai neįvertino, ar šie veiksmai EPAL, kaip kolektyvinio prekių ženklo savininkės, atžvilgiu nėra neteisėti.

3.2.1 Taigi visos kasacinio skundo pagrindo dalys, išskyrus 4 dalį, yra susijusios su klausimu, ar EPAL, remdamasi savo kolektyviniu prekių ženklu, pagal (šioje byloje dar taikytino) BPŽR (t. y. 2009 m. reglamento) 13 straipsnio 2 dalį gali nesutikti su tolesniu EPAL į rinką su EPAL prekių ženklu išleistų padėklų komercializavimu, kurį atlieka PHZ, kuri nėra EPAL narė ar licencijos gavėja, kiek šie padėklai buvo suremontuoti PHZ.

3.2.2 Pagal BPŽR 13 straipsnio 2 dalį, siejamą su 13 straipsnio 1 dalimi, tai įmanoma tik tuo atveju, jeigu EPAL tam turi pagrįstų priežasčių, kurios, kaip nustatyta šioje normoje, (**orig. p. 7**) visų pirma yra tuomet, jeigu išleiskus prekes į rinką pasikeitė arba pablogėjo jų kokybė.

3.2.3 Europos Sąjungos Teisingumo Teismas dar nėra pareiškęs nuomonės dėl to, ar (ir, jei taip, kokiomis aplinkybėmis) tolesnis suremontuotų prekių ženklu pažymėtų produktų komercializavimas, kurį atlieka licencijos neturintis

asmuo, gali būti pagrįsta priešastis prekių ženklo turėtojui nesutikti su tolesniu prekių komercializavimu naudojant prekių ženklą.

3.2.4 Pirmuoju klausimu, kuriame keliama ši pagrindinė problema, siekiama išsiaiškinti, ar Teisingumo Teismo aiškinant (visų pirma) Prekių ženklų direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies a punktą išplėtota „funkcijų teorija“, susijusi su prekių ženklo teikiama apsauga, – kilmės nuorodos ir kokybės garantijos funkcija bei informavimo, investavimo ar reklamos funkcijos⁶ – turi reikšmės ir taikant BPŽR 13 straipsnio 2 dalį ir, jei taip, ar tai susiję su sąvokos „pagrįstos priešastys“ aiškinimu, ar su papildomu reikalavimu, kurį prekių ženklo savininkas privalo įvykdyti tam, kad galėtų sėkmingai nesutikti su tolesniu komercializavimu. Kartu kyla klausimas, ar visada galima preziumuoti „pagrįstas priešastis“, kai tolesnis komercializavimas pažeidžia ar gali pažeisti vieną ar kelias šių funkcijų.

3.2.5 Gali būti, kad prekių ženklo savininko galimybė nesutikti su suremontuotų prekių tolesniu komercializavimu priklauso nuo to, (a) ar tai produktai, kurių gamybai turi būti keliami techniniu požiūriu aukšti reikalavimai, pavyzdžiui, dėl saugumo, ir (b) ar remontas apima prekės būklės pakeitimą, kuris nėra nereikšmingas (kaip tai suprantama pagal Beniliukso Teisingumo Teismo jurisprudenciją, susijusią su tuometiniais Beniliukso teisės aktais⁷). Taigi tai susiję su klausimu, ar pagrįstų priešasčių buvimui turi įtakos atitinkamų prekių arba atlikto remonto pobūdis.

3.2.6 Taip pat kyla klausimas, ar, vertinant pagrįstos priešasties buvimą, yra ar gali būti svarbios ypatingos aplinkybės, kaip antai susiklosčiusios šioje byloje (žr. 2.1 punkto ii ir iii papunkčius).

3.2.7 Gali būti, kad, atsižvelgiant į Teisingumo Teismo sprendimą byloje *Viking Gas / Kosan Gas*⁸, reikia nuspręsti, kad pagrįstos priešastys yra tada, kai prekės ženklas naudojamas tokiu būdu, kuris gali sukelti įspūdį, kad prekės ženklo savininką (ar jo licencijos gavėjus) ir šalį, kuri toliau komercializuoja prekes, sieja ekonominiai ryšiai, ypač kad ši šalis priklauso prekių ženklo savininko platinimo tinklui arba kad tarp jų egzistuoja ypatingas santykis. Kita vertus, gali būti, kad, remiantis šiuo sprendimu, reikia nuspręsti, kad pagrįstų priešasčių nėra, jeigu suremontavus padėklus aiškiai parodoma, kad remontą atliko ne prekių ženklo savininkas ar vienas iš jo licencijos gavėjų. Viena iš galimybių tai padaryti būtų padėklų ženklavimas etiketėmis, jeigu reikia, pašalinant prekių ženklą. Gali būti, kad šiuo atžvilgiu turi reikšmės

⁶ Žr. naujausią 2013 m. rugsėjo 19 d. Sprendimą *Martin y Paz / Depuydt* (C-661/11, ECLI:EU:C:2013:577).

⁷ 1992 m. lapkričio 6 d. Sprendimas *Automotive / Valeo* (šaltinis nenurodomas) (bylos Nr. A 89/1 ir A 91/1).

⁸ 2011 m. liepos 14 d. sprendimas, byla C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485.

tai, ar prekių ženklas (**orig. p. 8**) gali būti pašalintas paprastai, nepakenkiant padėklų techniniam tinkamumui ar praktiniam tinkamumui naudoti.

3.2.8 Kadangi šioje byloje nagrinėjamas kolektyvinis prekių ženklas, kyla dar vienas klausimas, ar atsakymas į pirma minėtus klausimus visiškai ar iš dalies taikomas ir kolektyviniam prekių ženklui. Šiuo požiūriu svarbu yra tai, kad (2009 m.) BPŽR, kitaip nei 2015 m. Sąjungos prekių ženklo reglamente (2017/1001), sertifikavimo ženklas nenumatytas, taigi gali būti, kad BPŽR turi būti aiškinamas taip, kad su kolektyviniu prekių ženklu, taip pat ir atsižvelgiant į BPŽR 67 straipsnio nuostatas, siejama arba gali būti siejama kokybės garantija, galiojanti ir po pirmojo išleidimo į rinką (t. y. prekių ženklo savininko arba jo narių atlikto išleidimo) momento.

3.2.9 Kadangi Teisingumo Teismas dar nėra priėmęs sprendimo dėl šių visų teisės klausimų ir kadangi jie yra svarbūs sprendimui šioje byloje priimti, *Hoge Raad* pateiks Teisingumo Teismui toliau suformuluotus prejudicinius klausimus.

3.3 <...> (Bylos nagrinėjimo sustabdymas)

4. <...>

<...> (neišversta) (Informacija apie procesą)

5. Klausimai dėl išaiškinimo

1.

a) Ar sėkmingai remtis BPŽR 13 straipsnio 2 dalimi galima tik tuo atveju, kai tolesnis atitinkamų prekių ženklu pažymėtų produktų komercializavimas pažeidžia ar gali pažeisti vieną ar kelias iš 3.2.4 punkte minėtų prekių ženklo funkcijų?

b) Jeigu į pirmojo klausimo a punktą būtų atsakyta teigiamai: ar tokiu atveju tai reikalavimas, taikomas greta reikalavimo, kad būtų „pagrįstos priežastys“?

c) Ar tam, kad būtų galima sėkmingai remtis BPŽR 13 straipsnio 2 dalimi, visada pakanka to, kad pažeidžiama viena ar kelios iš pirmojo klausimo a punkte minėtų prekių ženklo funkcijų?

2.

a) Ar galima bendrai teigti, kad prekių ženklo savininkas, remdamasis BPŽR 13 straipsnio 2 dalimi, gali nesutikti su tolesniu jo prekių ženklu pažymėtų prekių komercializavimu, kai šias prekes remontavo ne pats prekių ženklo savininkas ar jo įgalioti asmenys, o kiti asmenys?

b) Jeigu į pirmojo klausimo a punktą būtų atsakyta neigiamai: ar tokiu atveju, kai prekių ženklo savininko ar su jo sutikimu į rinką išleistas prekes suremontuoja trečiasis asmuo, „pagrįstų priežasčių“, kaip jos suprantamos pagal BPŽR 13 straipsnio 2 dalį, buvimas priklauso nuo (**orig. p. 9**) prekių pobūdžio ar atlikto remonto pobūdžio (kaip išsamiau paašškinta 3.2.5 punkte) ar nuo kitų aplinkybių, kaip antai nagrinėjamos šioje byloje (žr. 2.1 punkto ii ir iii papunkčiuose nurodytas ypatingas aplinkybes)?

3.

a) Ar prekių ženklo savininkui draudžiama, remiantis BPŽR 13 straipsnio 2 dalimi, nesutikti su tolesniu trečiųjų asmenų suremontuotų prekių komercializavimu, jeigu prekių ženklas naudojamas tokiu būdu, kuris nesukelia įspūdžio, kad prekės ženklo savininką (ar jo licencijos gavėjus) ir šalį, kuri toliau komercializuoja prekes, sieja ekonominiai santykiai, pavyzdžiui, jeigu po remonto pašalinus prekių ženklą ir (arba) uždėjus papildomą etiketę aiškiai matyti, kad prekių remontas buvo atliktas ne prekių ženklo savininko ar vieno iš jo licencijos gavėjų ir ne su jų sutikimu?

b) Ar šiuo atžvilgiu turi reikšmės atsakymas į klausimą, ar prekių ženklas gali būti pašalintas paprastai, nepakenkiant prekių techniniam tinkamumui ar praktiniam tinkamumui naudoti?

4.

Ar, atsakant į pirmesnius klausimus, turi reikšmės, ar tai yra kolektyvinis prekių ženklas, kaip jis suprantamas pagal BPŽR, ir, jei taip, kokiais aspektais?

6. Sprendimas

<...>

<...> (*Hoge Raad* pateikia pirma minėtus klausimus ir sustabdo bylos nagrinėjimą.)

<...> (baigiamoji formulotė) (**orig. p. 10**)

(Parašai)