

**Kohtuasi C-197/21****Eelotsusetaotlus****Saabumise kuupäev:**

29. märts 2021

**Eelotsusetaotluse esitanud kohus:**

Korkein oikeus (Soome kõrgeim kohus)

**Eelotsusetaotluse kuupäev:**

9. märts 2021

**Apellandid:**

Soda-Club (CO2) SA

SodaStream International BV

**Vastustja:**

MySoda Oy

**KORKEIN OIKEUSE KOHTUMÄÄRUS Toimik nr**

S2019/620

**APELLANDID**SodaStream International B.V.  
Soda-Club (CO2) SA

MySoda Oy

**VASTUSTAJAD  
APPELLATSIOONIMENETLUSES**

MySoda Oy

SodaStream International B.V.  
Soda-Club (CO2) SA**ESE**

Kaubamärgist tulenevate õiguste rikkumine

## KORKEIN OIKEUSE (SOOME KÕRGEIM KOHUS) OTSUS

**Menetluse ese**

- 1 Kohtuasja ese on küsimus, kas isikul, kes täidab ja müüb CO<sub>2</sub>-balloone, mille on liikmesriigis turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on liikmesriigis turule lastud kaubamärgiomaniku loal, on õigus eemaldada balloonidelt kaubamärgiomaniku kaubamärgiga etikett ja asendada see enda etiketiga. ELi kaubamärke puudutavas osas on vaja tõlgendada nõukogu 26. veebruari 2009. aasta määruse (EÜ) nr 207/2009 ühenduse kaubamärgi kohta (ELT 2009, L 78, lk 1) (muudetud Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta määrusega (EL) 2015/2424) [...] [lk 2] (edaspidi „ELi kaubamärgi määrus“) artikli 13 lõiget 2 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1) (edaspidi „uus ELi kaubamärgi määrus“) artikli 15 lõiget 2. Liikmesriigi kaubamärke puudutavas osas vajab tõlgendamist Euroopa Parlamendi ja nõukogu 22. oktoobri 2008. aasta direktiivi 2008/95/EÜ kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2008, L 299, lk 25) (edaspidi „kaubamärgidirektiiv“) artikli 7 lõige 2 ning Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiivi (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2015, L 336, lk 1) (edaspidi „uus kaubamärgidirektiiv“) artikli 15 lõige 2.
- 2 Tõlgendamisega tuleb välja selgitada, kas CO<sub>2</sub>-balloonide täitja ja müüja tegevusele on kohaldatavad nn Bristol-Myers Squibb-kriteeriumid (Euroopa Kohtu 11. juuli 1996. aasta otsus Bristol-Myers Squibb jt, C-427/93, C-429/93 ja C-436/93), mille töötas Euroopa Kohus oma praktikas välja, hinnates kaupade überpakendamist eelkõige ravimite paralleelimpordi korral. Esmajärjekorras on tegemist küsimusega, kas kohaldatav on eespool nimetatud kriteeriumide hulka kuuluv vajalikkuse tingimus, st kas kaubamärgiomanik saab balloonide turustamist takistada, kui kaubamärgiomaniku etiketi eemaldamine ja uue etiketi kinnitamine ei ole taastäidetud balloonide turulelaskmiseks liikmesriigis vajalik. [lk 3]
- 3 Esmalt tuleb tõlgendamisega selgeks teha, kas õiguspärane põhjus, millele tuginedes võib kaubamärgiomanik olla vastu überpakendatud toodete turustamisele liikmesriigis, on hõlmatud ühtsete kriteeriumidega, olenemata sellest, kas tegemist on teises liikmesriigis ostetud toodete paralleelimpordiga või esimest korda samas liikmesriigis turule lastud toodete überpakendamisega. Peale selle on vaja tõlgendamisega välja selgitada, kas CO<sub>2</sub>-balloonide täitja tegevus on uue etiketi kinnitamist hõlmav toote überpakendamine Euroopa Kohtu praktika tähenduses.
- 4 Kui kohaldada vajalikkuse tingimust, siis on tõlgendamisega lisaks vaja selgeks teha, milline tähtsus tuleb kõnealuse kriteeriumi täidetuse üle otsustamisel omistada hinnatavate toodete, st CO<sub>2</sub>-balloonide kasutusotstarbele, seega

asjaolule, et need tooted on ette nähtud taastäitmiseks. Ebaselge on ka see, kas balloone etiketide vahetamine, mida on balloone täitja järjepidevalt teinud, on toodete turule laskmiseks vajalik, kuna osadel taastäitmiseks tagastatud balloone võib originaaletiket olla kahjustada saanud ja balloone esimest korda turule lasknud kaubamärgiomaniku etiket võib lisaks juba varem olla asendatud mõne muu balloone täitja etiketiga. [lk 4]

## Määravate asjaolude lühikokkuvõte

### *Pooleli olev menetlus*

- 5 Soda-Club (CO2) SA (edaspidi koos äriühinguga SodaStream International B.V „SodaStream“) on riigisiseste kaubamärkide nr 70211 SODASTREAM ja nr 77984 SODASTREAM omanik. Peale selle kuulub äriühingule Soda-Club (CO2) SA ELi kaubamärk nr 87957 SODA-CLUB. SodaStream International B.V. on ELi kaubamärkide nr 295923 SODASTREAM, nr 1039965 SODASTREAM ja nr 1246511 SODASTREAM omanik. Eespool nimetatud registreeritud kaubamärgid SODASTREAM ja SODA-CLUB hõlmavad nii süsihappegaasi kui ka kõnealuseid balloone.
- 6 SodaStream turustab Soomes kaubamärke SodaStream kandvaid jookide karboniseerimisseadmeid. Seadmete müügi pakendid sisaldavad muu hulgas taastäidetavat alumiiniumist CO<sub>2</sub>-ballooni, millesse on graveeritud SodaStreami kaubamärk SODASTREAM või SODA-CLUB. Lisaks on CO<sub>2</sub>-balloone kinnitatud etiket kaubamärgiga SODASTREAM või SODA-CLUB. SodaStream turustab kõnealuseid täidetud CO<sub>2</sub>-balloone ka eraldi.
- 7 MySoda Oy turustab Soomes kaubamärki MySoda kandvaid jookide karboniseerimisseadmeid pakendites, mis CO<sub>2</sub>-balloone ei sisalda. Soomes täidetud CO<sub>2</sub>-balloone, mida saab kasutada nii MySoda Oy enda karboniseerimisseadmetes kui ka SodaStreami [lk 5] karboniseerimisseadmetes, müüs ja turundas MySoda Oy alates 2016. aasta juunist. Osa nendest balloone olid eespool kirjeldatud taastäidetud CO<sub>2</sub>-balloone, mille oli esimest korda turule lasknud SodaStream.
- 8 Edasimüüjad tarnisid tarbijate tagastatud tühjad SodaStreami balloone MySoda Oy-le, kes eemaldas balloone kõigepealt SodaStreami etiketi. Pärast balloone taastäitmist kinnitas MySoda Oy balloone enda etiketi selliselt, et balloone graveeritud tekst, sealhulgas kaubamärgid SODASTREAM või SODA-CLUB jäid nähtavaks.
- 9 MySoda Oy kasutas kõnealustel balloone kahte erinevat etiketti:
  - roosavärvilisel etiketil oli suurte tähtedega vastustaja logo MySoda ning tekst „Soome süsihappegaas karboniseerimisseadmetele“. Väikese suurusega kirjas esitatud tooteinfo sisaldas viidet balloone täitnud äriühingule, kelle praegune ärinimi on MySoda Oy, ning lisateabe saamiseks viidet MySoda Oy veebisaidile.

– valgel etiketil oli suurte tähtedega viies keeles sõna „Süsihappegaas“. Väikese suurusega kirjas esitatud tooteinfo sisaldas viidet ballooni täitnud äriühingule, kelle praegune ärinimi on [lk 6] MySoda Oy, ning märkust, et kõnealune äriühing ei ole mingil viisil seotud ballooni algse tarnija ega selle ettevõtja või balloonile kantud kaubamärgiga. Lisateabe saamiseks viidati MySoda Oy veebisaidile.

- 10 SodaStream ei ole andnud MySoda Oy-le eespool kirjeldatud tegevuseks luba.
- 11 CO<sub>2</sub>-balloonid on Soomes jaekaubanduses saadaval nii riulikaubana kui ka kaupluste infolettides ja kassades. SodaStream ega MySoda Oy ei paku CO<sub>2</sub>-balloone tarbijatele vahetult omaenda kauplustes.
- 12 SodaStream palub oma hakis eelkõige tuvastada, et MySoda Oy on Soomes rikkunud SodaStreamile eespool nimetatud kaubamärkidest tulenevaid õigusi, kuna ta on kasutanud kõnealuseid kaubamärke oma majandustegevuses ilma loata, nimelt on ta turustanud ja müünud kõnealuste kaubamärkidega tähistatud taastäidetud CO<sub>2</sub>-balloone,
  - (i) millele oli ilma SodaStreami loata kinnitatud MySoda Oy kaubamärk ja millel olid balloonide originaaletiketid asendatud uute etikettidega, või
  - (ii) millel olid balloonide originaaletiketid asendatud uute etikettidega.

Lisaks esitas SodaStream rikkumise lõpetamise nõude ning kaubamärgiõiguste rikkumisele tuginedes [lk 7] tasu ja kahjuhüvitise maksmise nõude.

*Markkinaoikeuse (kaubanduskohus) 5. septembri 2019. aasta vaheotsus*

- 13 Markkinaoikeus (kaubanduskohus) tegi SodaStreami esitatud rikkumise tuvastamise ja lõpetamise nõuete kohta vaheotsuse. Markkinaoikeus rahuldab nõuded osas, milles need olid seotud MySoda Oy kasutatud eespool kirjeldatud roosavärviliste etikettidega, kuid valgeid etikette puudutavas osas jättis nõuded rahuldamata.
- 14 Markkinaoikeus (kaubanduskohus) tuvastas, et SodaStreamile kaubamärkide kasutamiseks antud ainuõigus oli tema poolt esimest korda turule lastud CO<sub>2</sub>-balloone puudutavas osas ammendunud. Seega oli kohtuasjas küsimus selles, kas asjas kohaldatavatest õigusnormidest tulenevalt oli olemas õiguspärane põhjus, millele tuginedes võis SodaStream olla vastu MySoda OY tegevusele.
- 15 Hindamisel jättis Markkinaoikeus (kaubanduskohus) SodaStreami viidatud Bristol-Myers Squibb-kriteeriumid kohaldamata põhjendusega, et käesolevas asjas ei olnud tegemist mitte paralleelimpordi, vaid ühe ja sama liikmesriigi piires tehtava toiminguga. Selle asemel tugines Markkinaoikeus (kaubanduskohus) oma otsuse tegemisel Euroopa Kohtu 14. juuli 2011. aasta otsusele Viking Gas (C-46/10, EU:C:2011:485). [lk 8]

- 16 Markkinaoikeus (kaubanduskohus) leidis, et ei ole tõendatud, et My Soda Oy tegevus muudab või kahjustab CO<sub>2</sub>-balloone või nende sisu sedavõrd, et kaasnevate ohutusriskide tõttu saab kahjustada SodaStreami maine või et SodaStreamil tekkinud selline kahju, mis on õiguspärane põhjus olla vastu MySoda Oy tegevusele.
- 17 Markkinaoikeuse (kaubanduskohus) hinnangul ei olnud MySoda Oy ka valgeid etikette kasutades tekitanud vale muljet, et tema ja SodaStreami vahel on majanduslik seos.
- 18 Markkinaoikeus (kaubanduskohus) leidis seevastu, et roosavärvilise etiketi kasutamine võib panna keskmise tarbija, kes on piisavalt informeeritud ja mõistlikult tähelepanelik, arvama, et SodaStreami ja MySoda Oy vahel on teatav majanduslik seos. Markkinaoikeuse (kaubanduskohus) arvates võis domineeriva paigutusega MySoda Oy logo, arvestades muu hulgas müügiolukorda, jätta CO<sub>2</sub>-ballooni hindavale tarbijale mulje, et balloon pärineb MySoda Oy-lt. Seega oli olemas õiguspärane põhjus, millele tugines võis SodaStream olla vastu MySoda OY tegevusele. [lk 9]

*Korkein oikeusele (Soome kõrgeim kohus) esitatud apellatsioonkaebused*

- 19 SodaStream ja MySoda Oy esitasid Markkinaoikeuse (kaubanduskohus) vaheotsuse peale apellatsioonkaebuse. Korkein oikeus (Soome kõrgeim kohus) andis mõlema poole apellatsioonkaebusele menetlusloa. Apellatsioonkaebustest tulenevalt peab Korkein oikeus (Soome kõrgeim kohus) välja selgitama, kas on olemas õiguspärane põhjus, millele tuginedes võib SodaStream olla vastu MySoda Oy tegevusele.
- 20 SodaStream väidab sisuliselt, et juba see, et CO<sub>2</sub>-ballooni päritolu tõendav ja tema kaubamärki sisaldav etikett asendati MySoda Oy etiketiga, on õiguspärane põhjus olla vastu MySoda OY tegevusele. SodaStream leiab, et tegemist on toote uuesti tähistamisega, mis juba põhimõtteliselt ohustab kaubamärgi kui päritolutõendi ülesannet ja millele tuleb seega kohaldada Euroopa Kohtu poolt ümberpakendamise kohta välja töötatud Bristol-Myers Squibb-kriteeriume, vähemasti aga vajalikkuse tingimust. SodaStreami hinnangul on tal õigus olla vastu MySoda Oy tegevusele, kuna etiketi vahetamine ei ole taastäidetud CO<sub>2</sub>-ballooni turulelaskmiseks vajalik. Ballooni täitja andmeid saab esitada kaubamärgiomaniku õigusi vähem riivaval viisil, näiteks kinnitades ballooni kleebise. SodaStreami väitel tuleneb õiguspärane põhjus ka sellest, et MySoda Oy tegevus loob vale mulje tema ja MySoda Oy vahelise majandusliku seose olemasolust. [lk 10]
- 21 MySoda Oy on seisukohal, et Bristol-Myers Squibb-kriteeriumid ei ole riigisisest kaubandust puudutavas olukorras kohaldatavad ja taastäidetud CO<sub>2</sub>-balloonile kinnitatud etiketi vahetamine ei ole samaväärne paralleelimpordi korral turustatud, algse ja tarbijale esimest korda müüdüd toote ümberpakendamise. Etiketi asendamine ei ohusta kaubamärgi kui ballooni päritolutõendi ülesannet, kuna

sihtrühm saab aru, et etikett viitab üksnes balloonis oleva süsihappegaasi päritolule ja ballooni täitjale ning et balloonile graveeritud tekst tähistab ballooni päritolu. MySoda Oy leiab, et etiketi vahetamine on taastäidetud ballooni turulelaskmiseks igal juhul vajalik, kuna olukord, kus ballooni täitja kohta esitatakse andmed balloonile kinnitatud kleebisel, võib tekitada tarbijates ja müüjates segadust seoses ballooni viimase täitja ja ballooni eest vastutava isikuga. Lisaks on müüja jaoks määrava tähtsusega, et balloonil on vaid üksainus triipkood. Etiketi vahetamine on vajalik ka seepärast, et osadel SodaStreami poolt turule lastud balloonidel on originaaletikett kahjustada saanud või lahti tulnud. MySoda Oy väidab, et tema tegevus on kooskõlas Soomes sektorisiselt väljakujunenud tavaga, mida järgib oma tegevuses ka SodaStream ise. MySoda Oy sõnul võivad tema taastäidetud balloonidelt lahti tulnud eelmiste täitjate etiketid pärineda ka teistelt isikutelt kui [lk 11] balloonidele graveeritud kaubamärgi omanik, kes balloonid esimest korda turule lasi.

### **Kohaldatavad õigusnormid**

#### *Liidu õigus*

- 22 ELi kaubamärgi määruse artikli 13 ja uue ELi kaubamärgi määruse artikli 15 lõike 1 kohaselt ei anna ELi kaubamärk selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamist seoses kaupadega, mille kõnealuse kaubamärgi all on Euroopa Majanduspiirkonna turule lasknud kaubamärgi omanik või mis on seal turule lastud tema loal. Lõikes 2 on sätestatud, et lõiget 1 ei kohaldata, kui kaubamärgi omanikul on õiguspärane põhjus olla vastu kaupade täiendavale turustamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turulelaskmist muutunud või kahjustada saanud.
- 23 Kaubamärgidirektiivi artikkel 7 ja sellega sisuliselt kattuv uue kaubamärgidirektiivi artikli 15 lõige 1 sätestavad, et kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kaubamärgi kasutamine seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all liidu turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on turule lastud kaubamärgiomaniku nõusolekul. Lõige 2 sätestab, et lõiget 1 ei kohaldata, kui kaubamärgiomanikul on õiguslik põhjendus olla vastu kaupade edasisele ärielistel eesmärkidel kasutamisele, eriti kui kaupade olukord on pärast turulelaskmist muutunud [lk 12] või kahjustada saanud.

#### *Riigisisised õigusnormid*

- 24 Liikmesriigi kaubamärkide suhtes kohaldatava kaubamärgiseaduse (Tavamerkkilaki) § 9 lõike 1 kohaselt ei või kaubamärgiomanik keelata kaubamärgi kasutamist seoses kaupadega, mille on kõnealuse kaubamärgi all Euroopa Majanduspiirkonna turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on seal turule lastud kaubamärgiomaniku loal. Sama paragrahvi lõike 2 kohaselt võib kaubamärgiomanik, ilma et see piiraks lõike 1 kohaldamist, keelata kaubamärgi kasutamise seoses kaupadega, kui on olemas õiguspärane põhjus, millele

tuginedes võib kaubamärgiomanik olla vastu kaupade edasisele pakkumisele või turulelaskmisele. Kaubamärgiomanik võib kaubamärgi kasutamise keelata eelkõige juhul, kui kaupade olukord on pärast turulelaskmist muutunud või kahjustada saanud. Riigisisene säte põhineb kaubamärgidirektiivi artiklil 7 ja/või uue kaubamärgidirektiivi artiklil 15.

- 25 Väidetava õigusrikkumise ajast tulenevalt on kohtuasjale kohaldatav ka 31. augustini 2016 kehtinud kaubamärgiseaduse § 10 a (muudetud seadusega nr 1715/1995) ning 30. aprillini 2019 kehtinud kaubamärgiseaduse § 8 (muudetud seadusega nr 616/2016), mis sisuliselt kattuvad kehtiva kaubamärgiseaduse eespool nimetatud sättega. **[lk 13]**

#### *Eelotsusetaotluse vajalikkus*

- 26 Korkein oikeuse (Soome kõrgeim kohus) menetluses on kaubamärgist tulenevate õiguste rikkumist puudutav vaidlus, milles on põhjendatud otsuse tegemiseks vaja tõlgendada ELi kaubamärgi määruste ja kaubamärgidirektiivide sätteid, mis reguleerivad kaubamärgist tulenevate õiguste ammendumist. Liidu õiguses ei ole üksikasjalikult reguleeritud tingimused, mille täidetuse korral on kaubamärgiomanikul õiguspärane põhjus olla vastu turule lastude kaupade edasisele turustamisele. Selget vastust käesolevas kohtuasjas tekkinud küsimustele ei anna ka õiguspärast põhjust käsitlev Euroopa Kohtu praktika.

#### *Esimese, teise ja kolmanda küsimuse taust*

- 27 Euroopa Kohtu väljakujunenud praktika kohaselt kujutab paralleelselt imporditud ravimite ümberpakendamine, mis hõlmab ka uue etiketi pealekandmist, juba oma olemusest tulenevalt ohtu päritolutagatisele, mida soovitakse kaubamärgiga anda, ning kahjustab kaubamärgi spetsiifilist eset (23. aprilli 2002. aasta kohtuotsus Boehringer Ingelheim jt, C-143/00, EU:C:2002:246, punktid 29–30, 26. aprilli 2007. aasta kohtuotsus Boehringer Ingelheim jt, C-348/04, EU:C:2007:249, punktid 28–30). Euroopa Kohtu väljakujunenud praktika kohaselt võib kaubamärgiomanik ümberpakendatud toodete turustamise keelata, kui müüja ei tõenda nn Bristol-Myers Squibb-kriteeriumide täidetust (26. aprilli 2007. aasta kohtuotsus Boehringer Ingelheim jt, C-348/04, EU:C:2007:249, punktid 52–53). **[lk 14]** Seetõttu võib kaubamärgiomanik keelata kauba ümberpakendamise, välja arvatud juhul, kui ümberpakendamine on vajalik paralleelselt imporditud toodete turustamiseks ning kaubamärgi omaniku seaduslikud huvid on kaitstud (nt 23. aprilli 2002. aasta kohtuotsus Boehringer Ingelheim jt, C-143/00, EU:C:2002:246, punkt 34).

- 28 Euroopa Kohus on andnud juhiseid õiguspärase põhjuse hindamiseks olukorras, kus samas liikmesriigis turule lastud gaasiballoonide täitja oli kinnitanud gaasiballoonidele enda etiketid (14. juuli 2011. aasta kohtuotsus Viking Gas, C-46/10, EU:C:2011:485). Euroopa Kohus viitas oma otsuses sellele, et õiguspärane põhjus olla vastu gaasiballoonide täitja tegevusele võib olemas olla ka juhul, kui tähise kasutamisel jäetakse mulje, et kaubamärgi omaniku ja

gaasiballoonide täitja vahel on majanduslik seos (viidatud kohtuotsuse punkt 37). Euroopa Kohus ei viidanud aga sellega seoses ümberpakendamist käsitlevale kohtupraktikale ega Bristol-Myers Squibb-kriteeriumidele.

- 29 Euroopa Kohtu senist praktikat arvestades ei ole selge, kas vajalikkuse tingimus on kohaldatav selliste kaupade ümberpakendamisele, mis on turule lastud samas liikmesriigis. Eespool viidatud kohtuotsus Viking Gas erineb käesolevas asjas hinnatavast põhikohtuasjast muu hulgas selle poolest, et esimesel juhul oli tegemist olukorraga, kus kaubamärke, mille oli [lk 15] gaasiballoonidele kinnitanud gaasiballoonid esimest korda turule lasknud kaubamärgiomanik, gaasiballoonidelt ei eemaldatud ega kaetud gaasiballoonidel kinni. Euroopa Kohus pidas seda asjaolu oluliseks, kuna see näis välistavat selle, et kõnealused etiketid muudavad balloonide olukorda, varjates nende päritolu (viidatud kohtuotsuse punkt 41). Käesolevas asjas hinnatavas olukorras oli CO<sub>2</sub>-balloonide täitja aga kaubamärgiomaniku kaubamärki sisaldava etiketi eemaldanud ja enda etiketiga asendanud. Nii originaaletikett kui ka ballooni täitja etikett katsid suurema osa ballooni pinnast ja jätsid vabaks vaid ballooni ülemise osa ja ballooni kaela, kuhu oli muu hulgas graveeritud ballooni esimest korda turule lasknud ettevõtja kaubamärk.
- 30 Peale selle ei ole selge, kas kaubamärgiomaniku etiketi eemaldamist ja uue etiketi kinnitamist kaubale, nagu oli tehtud põhikohtuasja aluseks olevas olukorras, tuleb pidada uue etiketi kinnitamist hõlmavaks ümberpakendamiseks eespool viidatud Euroopa Kohtu praktika tähenduses. Tõlgendamiseks tuleb välja selgitada, milline tähtsus on sellega seoses kõnealuse kauba ehk CO<sub>2</sub>-ballooni kasutusotstarbel ja asjaolul, et müüja pakutav toode koosneb nii kaubamärgiomanikult pärinevast balloonest kui ka ballooni täitjalt pärinevast süsihappegaasist. Kui eeldada, et sihtrühm jõuab järeldusele, et etikett viitab üksnes süsihappegaasi päritolule, olgugi et CO<sub>2</sub>-ballooni esimest korda turule lastes oli kaubamärgiomanik [lk 16] kinnitanud kaubamärki sisaldava etiketi ballooni ka ballooni päritolu tõendamiseks, on ebaselge, kas see võib olla määrav.

*Neljanda küsimuse taust*

- 31 Euroopa Kohtu praktikas on asutud seisukohale, et uusi tähistusi peale kandev isik, kes kasutab paralleelkaubandust võimaldavaid vahendeid, peab kaubamärgi spetsiifilist eset võimalikult vähe kahjustama. Näiteks originaaletikette ei ole vaja eemaldada ja uuesti kinnitada või asendada, kui seal sisalduvad andmed on sihtliikmesriigis etikettide kohta sätestatud nõuetega küll kooskõlas, kuid ei sisalda sihtliikmesriigi nõuetes ette nähtud lisateavet. Sellisel juhul on piisav, kui kinnitada kõnealustele balloonidele lisaandmetega lisaetikett (11. novembri 1997. aasta kohtuotsus Loendersloot, C-349/95, EU:C:1997:530, punkt 46). Kohtupraktikas on aga esindatud ka seisukoht, et vajalikkuse tingimus ei ole täidetud, kui kaubamärgi asendamise ainus põhjus on see, et paralleelimportija soovib saada majanduslikku eelist (12. oktoobri 1999. aasta kohtuotsus Upjohn, C-379/97, EU:C:1999:494, punkt 44).



- 32 Taastäidetud CO<sub>2</sub>-balloonide pakkumisel tuleb tarbijatele esitada ballooni täitja andmed. Kui CO<sub>2</sub>-ballooni etiketi vahetamist hinnata Bristol-Myers Squibb-kriteeriumide alusel, siis ei ole senise kohtupraktika alusel selge, kas ja mil määral saab vajalikkuse tingimuse täidetuse hindamisel [lk 17] arvesse võtta kõnealuste kaupade kasutusotstarvet. Kõnealused CO<sub>2</sub>-balloonid on ette nähtud korduvaks täitmiseks ja müügiks, mistõttu võivad nendele kinnitatud originaaletiketid kahjustada saada. Tõlgendusest sõltub see, kas kaubamärgiomaniku poolt ballooni kinnitatud etiketi kahjustada saamine või ballooni mahatulek ja tõsiasi, et mõni muu ballooni täitja võis originaaletiketi juba varem enda etiketiga asendada, saab olla asjaolu, mis lubab etiketi vahetamist või selle asendamist ballooni täitja etiketiga pidada taastäidetud ballooni turulelaskmiseks vajalikuks.

### *Eelotsuse küsimused*

- 33 Olles andnud pooltele võimaluse esitada eelotsusetaotluse sisu kohta oma seisukohad, otsustas Korkein oikeus (Soome kõrgeim kohus) edasise menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmised eelotsuse küsimused:

**1. Kas Euroopa Kohtu praktikas, mis käsitleb ümberpakendamist ja uue etiketi kinnitamist paralleelimpordi korral, välja töötatud niinimetatud Bristol-Myers Squibb-kriteeriumid ja eelkõige niinimetatud vajalikkuse tingimus on kohaldatavad ka siis, kui edasimüügiks samas liikmesriigis pakendatakse [lk 18] ümber või varustatakse uue etiketiga selline kaup, mille on liikmesriigis turule lasknud kaubamärgiomanik või mis on seal turule lastud tema loal?**

**2. Kas juhul, kui kaubamärgiomanik on süsihappegaasi sisaldavat ballooni turule lastes tähistanud selle ballooni oma kaubamärgiga, mis on kantud ballooni etiketile ja graveeritud ballooni kaelale, on eespool nimetatud Bristol-Myers Squibb-kriteeriumid ja eelkõige niinimetatud vajalikkuse tingimus kohaldatavad ka siis, kui kolmas isik täidab ballooni edasimüügi eesmärgil uuesti süsihappegaasiga, eemaldab sellelt ballooni originaaletiketi ja asendab selle enda tähist sisaldava etiketiga, samal ajal kui ballooni turule lasknud isiku kaubamärk, mis on graveeritud ballooni kaelale, on jätkuvalt nähtav?**

**3. Kas eespool kirjeldatud olukorras võib asuda seisukohale, et kaubamärgi sisaldava etiketi eemaldamine ja asendamine ohustab põhimõtteliselt kaubamärgi kui ballooni päritolutähise ülesannet, või omab ümberpakendamise ja uue etiketi pealekandmise tingimuste kohaldatavust silmas pidades tähtsust asjaolu, et**

- lähtuda tuleb sellest, et sihtrühm jõuab järeldusele, et etikett viitab üksnes süsihappegaasi päritolule (ja tähistab seega ballooni täitjat), või
- lähtuda tuleb sellest, et sihtrühm jõuab järeldusele, et etikett viitab vähemasti osaliselt ka ballooni päritolule? [lk 19]

**4. Kas juhul, kui CO<sub>2</sub>-balloonidelt etiketi eemaldamist ja uuega asendamist hinnatakse vajalikkuse tingimuse alusel, võib olukord, kus kaubamärgiomaniku poolt turule lastud balloonidele kinnitatud etiketid on juhuslikult kahjustada saanud või lahti tulnud või kus need on asendanud mõni varasem balloonitäitja, olla [lk 20] asjaolu, millest tulenevalt on etikettide järjepidev asendamine balloonitäitja etiketiga taastäidetud balloonide turulelaskmiseks vajalik?**

[...]

TÖÖDOKUMENT