

## Дело C-197/21

## Преюдициално запитване

## Дата на постъпване в Съда:

29 март 2021 г.

## Запитваща юрисдикция:

Korkein oikeus (Финландия)

## Дата на акта за преюдициално запитване:

9 март 2021 г.

## Ищци:

Soda-Club (CO2) SA

SodaStream International BV

## Отвeтник:

MySoda Oy

KORKEIN OIKEUS

ОПРЕДЕЛЕНИЕ дело №

S2019/620

## КАСАТОРИ

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

MySoda Oy

ОТВЕТНИЦИ ПО  
КАСАЦИОННАТА  
ЖАЛБА

MySoda Oy

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

## ПРЕДМЕТ

Спор относно нарушение на права върху марка

## РЕШЕНИЕ НА KORKKIN OIKEUS (ВЪРХОВЕН СЪД)

### Предмет на производството

- 1 Спорът се отнася до правото на предприятие за пълнене и търговия с бутилки за CO<sub>2</sub>, пуснати на пазара в държава членка от притежателя на марката или с негово съгласие, да премахва от бутилките етикет с марката на притежателя на марката и да го заменя със свой собствен етикет. Що се отнася до марките на Европейския съюз, става въпрос за тълкуването на член 13, параграф 2 от Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Европейския съюз, изменен с влезлия в сила на 23 март 2016 г. Регламент (ЕС) 2015/2424 на Европейския парламент и на Съвета [...] **[ориг. 2]** (наричан по-нататък „Регламент № 207/2009“, както и на член 15, параграф 2 от Регламент (ЕС) 2017/1001 на Европейския парламент и на Съвета от 14 юни 2017 година относно марката на Европейския съюз (наричан по-нататък „Регламент 2017/1001“). Що се отнася до националните марки, става въпрос за тълкуването на член 7, параграф 2 от Директива 2008/95/ЕО на Европейския парламент и на Съвета от 22 октомври 2008 година за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (наричана по-нататък „Директива 2008/95“), както и на член 15, параграф 2 от Директива (ЕС) 2015/2436 на Европейския парламент и на Съвета от 16 декември 2015 г. за сближаване на законодателствата на държавите членки относно марките (наричана по-нататък „Директива 2015/2436“).
- 2 Необходимо е чрез тълкуване да се установи дали по отношение на действията на предприятието за пълнене на и търговия с бутилки за CO<sub>2</sub> се прилагат т.нар. критерии Bristol-Myers Squibb (решение от 11 юли 1996 г., Bristol-Myers Squibb и др., съединени дела C-427/93, C-429/93 и C-436/93), които са развити в практиката на Съда във връзка с преценката на преопаковането на стоки, по-специално в случая на паралелен внос на лекарствени продукти. По-конкретно става въпрос за приложимостта на условието за необходимост, представляващо един от посочените по-горе критерии, тоест дали притежателят на марката може да предотврати търговията с бутилките, ако премахването на етикета на притежателя на марката и поставянето на нов етикет не са необходими, за да могат отново напълнените бутилки да бъдат пуснати на пазара в държавата членка. **[ориг. 3]**
- 3 В това отношение е необходимо чрез тълкуване най-напред да се установи дали се прилагат единни критерии за преценката на основателна причина на притежателя на марката да се противопостави на препродажбата на преопаковани продукти в държавата членка, независимо дали става въпрос за паралелен внос на придобити в друга държава членка продукти или за преопаковането на стоки, първоначално пуснати на пазара в същата държава членка. Освен това е необходимо чрез тълкуване да се установи дали

действията на предприятието за пълнене на бутилки с CO<sub>2</sub> трябва да се разглежда като включващо и поставянето на нов етикет преупаковане на даден продукт по смисъла на практиката на Съда.

- 4 Ако условието за необходимост се прилага, то на следващо място е необходимо чрез тълкуване да се установи какво значение следва да се придаде на предназначението на разглежданите продукти (бутилките с CO<sub>2</sub>), т.е. на обстоятелството, че те са предназначени да бъдат отново напълнени, за да се приеме, че този критерий е изпълнен. В това отношение няма яснота и по въпроса дали редовно извършваната от предприятието за бутилиране замяна на етикетите може да се счита за необходима, за да имат продуктите достъп до пазара, поради обстоятелството, че при една част от върнатите за повторно пълнене бутилки оригиналният етикет може да е повреден или още преди това да е бил заменен с етикета на друго предприятие за пълнене, различно от притежателя на марката, който първоначално е пуснал бутилката на пазара. **[ориг. 4]**

### Релевантни факти

#### *Висящото дело*

- 5 Soda-Club (CO<sub>2</sub>) SA (наричано по-нататък заедно със SodaStream International B.V. „SodaStream“) е притежател на националните марки № 70211 „SODASTREAM“ и № 77984 „SODASTREAM“. Освен това Soda-Club (CO<sub>2</sub>) SA е притежател на марката на ЕС № 87957 „SODA-CLUB“. SodaStream International B.V. е притежател на марките на ЕС № 295923 „SODASTREAM“, № 1039965 „SODASTREAM“ и № 1246511 „SODASTREAM“. Посочените по-горе регистрирани марки „SODASTREAM“ и „SODA-CLUB“ обхващат както въглеродния диоксид, така и въпросните бутилки.
- 6 SodaStream продава във Финландия уреди за карбонизиране на напитки с марка „SodaStream“. Търговските опаковки на уредите съдържат по-специално алуминиева бутилка за CO<sub>2</sub> за многократно пълнене, върху която е гравирана марката „SODASTREAM“ или „SODA-CLUB“ на SodaStream. Освен това върху бутилката за CO<sub>2</sub> е поставен етикет с марката „SODASTREAM“ или с марката „SODA-CLUB“. SodaStream продава и отделно въпросните отново напълнени бутилки за CO<sub>2</sub>.
- 7 MySoda Oy продава във Финландия уреди за карбонизиране на напитки с марка „MySoda“ в опаковки, в които не се съдържа бутилка за CO<sub>2</sub>. Напълнени във Финландия бутилки за CO<sub>2</sub>, които са съвместими по-конкретно с неговите собствени уреди за карбонизиране, както и с уредите за карбонизиране на SodaStream **[ориг. 5]**, се купуват и пускат на пазара от MySoda Oy от юни 2016 г. Част от тези бутилки са описаните по-горе,

напълнени отново бутилки за CO<sub>2</sub>, първоначално пуснати на пазара от SodaStream.

- 8 След като получава от търговците върнатите от потребителите празни бутилки за CO<sub>2</sub> с произход от SodaStream, My Soda Oy най-напред премахва от тях етикета на SodaStream. След повторното напълване на бутилките това дружество поставя върху тях своя собствен етикет по такъв начин, че гравюрите върху бутилките, включително марката „SODASTREAM“ или „SODA-CLUB“, продължават да са видими.
- 9 MySoda Oy използва два различни етикета върху въпросните бутилки:
  - върху розов етикет видимо е изписано с едър шрифт логото „MySoda“ на ответника, както и текстът „[Ф]инландски въглероден диоксид, предназначен за уреди за карбонизиране“. Във връзка с изписаните с дребен шрифт данни за продукта е посочено дружеството, което е напълнило бутилката и чието настоящо фирмено наименование гласи „MySoda Oy“, както и уебсайтът на MySoda Oy за допълнителна информация.
  - върху бял етикет е изписана с едър шрифт на пет езика думата „въглероден диоксид“. Във връзка с изписаните с дребен шрифт данни за продукта е посочено дружеството, което е напълнило бутилката и чието настоящо фирмено наименование гласи „My [ориг. б] Soda Oy“, както и информацията, че това дружество няма никаква връзка с първоначалния доставчик на бутилката, съответно с предприятието или марката му, посочен/а върху бутилката. За допълнителна информация се препраща към уебсайта на MySoda Oy.
- 10 SodaStream не е дало съгласието си за описаните по-горе действия на MySoda Oy.
- 11 Във Финландия бутилките за CO<sub>2</sub> могат да се закупят на дребно както под формата на т.нар. стока от рафта, така и на информационните гишета и касите на магазини. Нито SodaStream, нито MySoda Oy не предлагат сами пряко чрез собствените си магазини бутилките си за CO<sub>2</sub> на потребителите.
- 12 С иска си SodaStream, на първо място, моли да се установи, че MySoda Oy е нарушило правата върху посочените по-горе марки на SodaStream във Финландия, тъй като ги е използвало без разрешение в икономическата си дейност, като е пускало на пазара и продавало такива обозначени с тези марки напълнени отново бутилки за CO<sub>2</sub>,
  - (i) върху които освен това без съгласието на SodaStream е била поставена марката на MySoda Oy и върху които поставените оригинални етикети са били заменени с нови етикети, или
  - (ii) върху които поставените оригинални етикети са били заменени с нови етикети.

SodaStream иска освен това да бъдат преустановени действията, които следват да се считат за нарушение, и предявява основани на нарушението на правата върху марките [ориг. 7] претенции за възнаграждение и обезщетение.

*Междинното решение на Markkinaoikeus (Съд по икономически дела) от 5 септември 2019 г.*

- 13 С междинно решение Markkinaoikeus (Съд по икономически дела) се произнася по установителното искане и искането за преустановяване на нарушението, предявени от SodaStream. Съдът уважава тези искания в частта, в която MySoda Oy, както е посочено по-горе, е използвало розови етикети, като отхвърля исканията в частта относно белите етикети.
- 14 Посоченият съд приема, че е изчерпано изключителното право, предоставено от марките на SodaStream по отношение на бутилките с CO<sub>2</sub>, първоначално пуснати от това дружество на пазара, е изчерпано. Следователно по делото трябва да се установи дали SodaStream е имало основателна причина по смисъла на разпоредбите, които следва да се приложат по делото, да се противопостави на действията на MySoda Oy.
- 15 При преценката си Markkinaoikeus (съд по икономически дела) не прилага критериите Bristol-Myers Squibb, на които се позовава SodaStream, с мотива, че в настоящия случай не става въпрос за паралелен внос, а за действия на територията на една и съща държава членка. Вместо това този съд основава решението си на решението на Съда по дело C-46/10, Viking Gas, ECLI:EU:C:2011:485. [ориг. 8]
- 16 Според този съд не е било доказано, че действията на MySoda Oy променят или влошават бутилките за CO<sub>2</sub> или тяхното съдържание по такъв начин, че в резултат от тези действия поради свързаните с тях рискове за безопасността се накърнява репутацията на SodaStream или на това дружество се причиняват вреди, които представляват основателна причина да се противопостави на действията на MySoda Oy.
- 17 Според Markkinaoikeus (Съд по икономически дела) като е използвало бели етикети, MySoda Oy не е създадо погрешно впечатление и за съществуваща между него и SodaStream икономическа връзка.
- 18 Този съд обаче приема, че използването на розовия етикет е могло да създаде у средния потребител, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен, впечатлението, че между SodaStream и MySoda Oy съществува някакъв вид икономическа връзка. Според този съд с оглед на обстоятелствата по продажбите етикетът с доминантно разположеното лого на MySoda Oy може да създаде у потребителя, който разглежда бутилката с CO<sub>2</sub>, впечатлението, че бутилката е с произход от MySoda Oy. В това

отношение SodaStream имало основателна причина да се противопостави на действията на MySoda Oy. **[ориг. 9]**

*Обжалването пред Korkein oikeus*

- 19 SodaStream и MySoda Oy обжалват междинното решение на Markkinaoikeus. Korkein oikeus допуска жалбите, подадени от двете страни. С оглед на подадените жалби, въпросът, който следва да се разгледа в производството пред Korkein oikeus, е дали SodaStream има основателна причина да се противопоставя на действията на MySoda Oy.
- 20 SodaStream поддържа по същество, че премахването на етикета, носещ марката му и указващ произхода на бутилката за CO<sub>2</sub> и замяната му с етикета на MySoda Oy сами по себе си представляват основателна причина да се противопостави на действията на MySoda Oy. Според SodaStream става въпрос за преетикетиране на продукт, като то само по себе си принципно застрашавало функцията на марката като доказателство за произход, поради което спрямо това преетикетиране трябвало да се прилагат отнасящите се до преупаковането критерии Bristol-Myers Squibb, разработени в практиката на Съда, или поне условието за необходимост. SodaStream счита, че има право да се противопостави на действията, тъй като замяната на етикета не била необходима, за да могат отново напълнените бутилки за CO<sub>2</sub> да бъдат пуснати на пазара. Било възможно информацията за предприятието за пълнене на бутилката да се предостави по начин, който в по-малка степен нарушавал правата на притежателя на марка, например чрез поставянето на стикер върху бутилката. Освен това SodaStream изтъква като основателна причина произтичащото от действията на MySoda Oy погрешно впечатление за съществуването на икономическа връзка между него и MySoda Oy. **[ориг. 10]**
- 21 Според MySoda Oy критериите Bristol-Myers Squibb не се прилагат в положение, което се отнася до търговията в една държава членка, а замяната на етикета върху отново напълнената бутилка за CO<sub>2</sub> не трябва да се приравнява на преупаковането на продаван за първи път на потребител оригинален продукт в контекста на паралелен внос. Замяната на етикета не застрашавала функцията на марката като доказателство за произход на бутилката, тъй като съответните потребители разбирали, че върху етикета били указани само произходът на намиращия се в бутилката въглероден диоксид и предприятието за пълнене на бутилката, а намиращата се върху бутилката гравюра указвала произхода на бутилката. MySoda Oy счита, че при всички случаи замяната на етикета е необходима, за да бъде пусната отново напълнената бутилка на пазара, тъй като предоставянето на информацията за предприятието за пълнене на бутилката върху поставен върху бутилката стикер може да доведе до объркване у потребители и търговци относно предприятието, което за последен път е напълнило бутилката и за лицето, което носи отговорност за тази бутилка. Освен това за търговците било от основно значение върху бутилката да се намира само



един-единствен баркод. Замяната на етикета била необходима и поради това че оригиналният етикет върху част от бутилките, пуснати на пазара от SodaStream, можело да е повреден или да се отлепил. MySoda Oy твърди, че действията му били в съответствие с практика, постоянно прилагана във Финландия в рамките на сектора, в съответствие с която действало и SodaStream. Според MySoda Oy е възможно етикетите на предходни предприятия за пълнене, които то премахнало от отново напълнените бутилки, да са и етикети на други предприятия или оператори, различни от **[ориг. 11]** предприятието, което първоначално било пуснало бутилките на пазара и било притежател на гравираната марка.

## Приложими разпоредби

### *Правото на Съюза*

- 22 Съгласно член 13 от Регламент № 207/2009 и член 15, параграф 1 от Регламент 2017/1001 марката на ЕС не дава право на притежателя да забрани използването ѝ за стоки, които са били пуснати на пазара в Европейското икономическо пространство под тази марка от притежателя или с негово съгласие. Съгласно параграф 2 параграф 1 не се прилага, когато съществуват законни основания за притежателя да се противопостави на по-нататъшното търгуване на стоките, по-специално когато състоянието на стоките е променено или влошено след тяхното пускане на пазара.
- 23 Съгласно член 7 от Директива 2008/95/ЕО и съответствания му по съдържание член 15, параграф 1 от Директива 2015/2436 марката не дава право на притежателя да забрани използването ѝ във връзка със стоки, които са пуснати на пазара в Общността с тази марка от самия притежател или с негово съгласие. Съгласно параграф 2 параграф 1 не се прилага, когато притежателят има основателни причини да се противопостави на последващи продажби на стоките, особено когато тяхното състояние е променено **[ориг. 12]** или влошено след пускането им на пазара.

### *Национални разпоредби*

- 24 Съгласно член 9, параграф 1 от приложимия по отношение на национални марки Тавамерккилаки (Закон за марките) притежателят на марка не може да забрани използването ѝ за стоки, които са били пуснати на пазара в Европейското икономическо пространство с тази марка от притежателя или с негово съгласие. Съгласно параграф 2 от този член, без да се засяга параграф 1, притежателят на марка може да забрани използването ѝ за стоки когато има основателна причина да се противопостави на последващо предлагане или пускане на пазара на стоките. Притежателят на марка може да забрани използването ѝ по-специално когато състоянието на стоките е променено или влошено след пускането им на пазара. Националната

разпоредба се основава на член 7 от Директива 2008/95/Е, съответно на член 15 от Директива (ЕС) 2015/2436.

- 25 С оглед на периода, през който е извършено твърдяното нарушение на права, по делото следва да се приложи и действащият до 31 август 2016 г. член 10а от Закона за марките, изменен със Закон № 1715/1995, както и действащият до 30 април 2019 г. член 8 от Закона за марките, изменен със Закон № 616/2016, който по съдържание съответства на посочената по-горе разпоредба от действащия Закон за марките. **[ориг. 13]**

*Необходимост от преюдициалното запитване*

- 26 Korkein oikeus е сезиран със спор относно нарушение на права върху марка, за постановяването на мотивирано решение по който е необходимо тълкуване на разпоредбите на регламенти № 207/2009 и 2017/1001, както и на директиви 2008/95/ЕО и 2015/2436 относно изчерпването на права, предоставени от дадена марка. В правото на Съюза липсва подробна правна уредба на условията, при които притежателят на марка има основателна причина да се противопостави на по-нататъшното търгуване с пуснати на пазара стоки. Практиката на Съда относно такава основателна причина също не предоставя ясен отговор на поставените в рамките на този спор въпроси.

*Контекст, в който са поставени първият, вторият и третият въпрос*

- 27 Съгласно постоянната практика на Съда преопаковането на паралелно внесени лекарствени продукти, което включва и поставянето на нов етикет, поради естеството си създава най-малкото действителни рискове за гарантирането на произхода на марката и по този начин засяга специфичния ѝ предмет (решение от 23 април 2002 г., Boehringer Ingelheim и др., C-143/00, т. 29 и 30, решение от 26 април 2007 г., Boehringer Ingelheim и др., C-348/04, т. 28—30). От постоянната съдебна практика следва, че притежателят на марката може да забрани търгуването с преопаковани продукти, ако търговецът не може да докаже, че действията отговарят на т.нар. критерии Bristol-Myers Squibb (решение от 26 април 2007 г., Boehringer Ingelheim и др., C-348/04, ECLI:EU:C:2007:249, т. 52 и 53). **[ориг. 14]** Следователно притежателят на марката може да забрани преопаковането на даден продукт, освен ако преопаковането е необходимо, за да позволи пускането на пазара на паралелно внесените продукти, и от друга страна, ако са запазени законните интереси на притежателя на марката (вж. например решение от 23 април 2002 г., Boehringer Ingelheim и др., C-143/00, ECLI:EU:C:2002:246, т. 34).
- 28 Съдът е предоставил насоки за преценката дали е налице основателна причина в хипотезата, в която предприятие за пълнене на газови бутилки, които са били пуснати на пазара в същата държава членка, е поставило върху бутилките собствените си етикети (решение от 14 юли 2011 г., Viking Gas, C-46/10, ECLI:EU:C:2011:485). В решението си Съдът отбелязва, че



може да е налице основателна причина за противопоставяне на действията на предприятието за бутилиране по-конкретно когато използването на знака се извършва по начин, с който се създава впечатление, че съществува икономическа връзка между притежателя на марката и предприятието за пълнене (т. 37 от съдебното решение). В тази връзка обаче Съдът не се позовава на практиката си относно препаковането или на критериите Bristol-Myers Squibb.

- 29 С оглед на досегашната практика на Съда липсва яснота по въпроса дали условието за необходимост се прилага към препаковането на продукти, които са били пуснати на пазара в същата държава членка. Посоченото по-горе решение по дело Viking Gas се различава от разглежданото понастоящем дело, по-специално поради обстоятелството, че първото дело се отнася до случай, в който марките [ориг. 15], които са били поставени върху газовите бутилки от притежателя на марката, пуснал първоначално газовите бутилки на пазара, не са били премахнати или закрити. Съдът счита, че това обстоятелство е от значение, доколкото явно изключва възможността посоченото етикетиране да променя състоянието на бутилките, прикривайки техния произход (т. 41 от решението). В разглежданото понастоящем дело предприятието за пълнене на бутилките за CO<sub>2</sub> обаче е премахнало етикета, върху който е означена марката, и го е заменил със свой собствен етикет. Както оригиналният етикет, така и етикетът на предприятието за бутилиране са покривали най-голямата част от повърхността на бутилката, като само горната част от бутилката и гърлото на бутилката са били свободни, където, наред с останалото е била гравирана марката на предприятието, първоначално пуснало бутилката на пазара.
- 30 Няма яснота и по въпроса дали премахването на етикета на притежателя на марката и поставянето на нов етикет върху продукта, какъвто е случаят в главното производство, следва да се разглеждат като включващо поставянето на нов етикет препаковане по смисъла на посочената по-горе практика на Съда. Необходимо е чрез тълкуване да се установи какво значение има в това отношение предназначението на въпросния продукт, тоест на бутилката за CO<sub>2</sub>, както и обстоятелството, че предлаганият от търговеца продукт се състои както от бутилката с произход от притежателя на марката, така и от въглеродния диоксид с произход от бутилиращото предприятие. Ако се приеме, че съответните потребители считат, че етикетът указва единствено произхода на въглеродния диоксид, макар че притежателят на марката първоначално [ориг. 16] е поставил етикета с означената марка върху бутилката за CO<sub>2</sub> при пускането ѝ на пазара и като доказателство за произхода на бутилката, не е ясно дали това обстоятелство може да е от определящо значение в това отношение.

*Контекст, в който е поставен четвъртият въпрос*

- 31 В практиката на Съда се застъпва становището, че лицето, което извършва преетикетиране, трябва да използва средства, които позволяват

осъществяването на паралелната търговия, като в най-малка степен засяга специфичния предмет на правото върху марка. Така, когато указанията върху оригиналните етикети отговарят на действащите в държавата членка по местоназначение правила относно етикетирването, но е необходимо да се посочат допълнителни сведения за тях, не е необходимо да се премахват и поставят повторно или да се сменят оригиналните етикети, тъй като може да е достатъчно върху разглежданите бутилки да се постави просто самозалепващ се етикет с допълнителните сведения. (решение от 11 ноември 1997 г., *Loendersloot*, C-349/95, ECLI:EU:C:1997:530, т. 46). В съдебната практика се застъпва и становището, че, условието за необходимост обаче не е изпълнено, ако замената на марката се обосновава единствено с търсенето на икономическо предимство от страна на паралелния вносител (решение от 12 октомври 1999 г., *Upjohn*, C-379/97, ECLI:EU:C:1999:494, т. 44).

- 32 При предлагането на отново напълнени бутилки за CO<sub>2</sub> на потребителите задължително трябва да се предоставя информация за предприятието за пълнене на бутилките. Доколкото замената на етикета върху бутилката за CO<sub>2</sub> се преценява въз основа на критериите *Bristol-Myers Squibb*, с оглед на досегашната съдебна практика няма яснота по въпроса дали и доколко при преценката дали е изпълнено условието за необходимост [ориг. 17]. може да се вземе предвид предназначението на разглежданите в настоящия случай продукти. Разглежданите бутилки за CO<sub>2</sub> са предназначени за многократно пълнене и продажба, като това обстоятелство може да влоши състоянието на поставените върху тях оригинални етикети. Необходимо е чрез тълкуване да се установи дали повреждането на етикета, поставен върху бутилката от притежателя на марка, или отлепянето му от бутилката, съответно фактът, че още преди това друго предприятие за пълнене на бутилки може да е заменило оригиналния етикет със свой собствен, представлява обстоятелство, с оглед на което замената на етикета, включително и с етикет на предприятието за пълнене на бутилки, може да се счита за необходима за пускането на повторно напълнените бутилки на пазара.

### *Преюдициални въпроси*

- 33 След като предостави възможност на страните да вземат отношение по съдържанието на преюдициалното запитване, *Korkein oikeus* реши да спре производството по делото и да постави на Съда на Европейския съюз следните преюдициални въпроси:

**1. Прилагат ли се т.нар. критерии *Bristol-Myers Squibb*, разработени в практиката на Съда относно преупаковането и преетикетирането в случаи на паралелен внос, и по-специално т.нар. условие за необходимост и в случай на преупаковане [ориг. 18] или преетикетиране на продукти, пуснати на пазара в държава членка от притежателя на марката или с негово съгласие, с цел препродажба в същата държава членка?**

2. Когато при пускането на съдържащата въглероден диоксид бутилка на пазара притежателят на марката е поставил върху тази бутилка марката си, която е както обозначена върху етикета на бутилката, така и гравирана върху гърлото на бутилката, прилагат ли се посочените по-горе критерии Bristol-Myers Squibb, и по-специално т.нар. условие за необходимост и в случая, когато трето лице с цел препродажба отново пълни бутилката с въглероден диоксид, премахва от бутилката оригиналния етикет и го заменя с етикет, върху който фигурира собственият му знак, като същевременно марката на лицето, пуснало бутилката на пазара, продължава да е видима върху гравюрата, разположена на гърлото на бутилката?

3. Може ли в описаното по-горе положение да се застъпва становището, че премахването и замяната на съдържащия марката етикет по принцип застрашава функцията на марката като доказателство за произхода на бутилката, или с оглед на приложимостта на условията за преупаковане и преетикетиране е от значение обстоятелството, че

– следва да се приеме, че съответните потребители считат, че етикетът указва единствено произхода на въглеродния диоксид (и следователно — предприятието за пълнене на бутилката), или

– следва да се приеме, че съответните потребители считат, че етикетът поне отчасти указва и произхода на бутилката? [ориг. 19]

4. Доколкото премахването и замяната на етикета на бутилките за CO<sub>2</sub> следва да се преценява с оглед на условието за необходимост, може ли случайно повреждане или отлепяне на етикетите, поставени на бутилките, пуснати на пазара от притежателя на марката, или премахването и замяната им от преходно предприятие за пълнене на бутилки да представлява [ориг. 20] обстоятелство, поради което редовната замяна на етикетите с етикет на предприятието за пълнене на бутилки да трябва да се счита за необходима за пускането на отново напълнените бутилки на пазара?

[...]