Wyrok Trybunału (druga izba) z dnia 20 grudnia 2017 r. (wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym złożony przez Juzgado de lo Mercantil nº 8 de Barcelona – Hiszpania) – Schweppes SA / Red Paralela SL, Red Paralela BCN SL, dawniej Carbòniques Montaner SL

(Sprawa C-291/16) ([1])

[Odesłanie prejudycjalne — Zbliżanie ustawodawstw — Znaki towarowe — Dyrektywa 2008/95 WE — Artykuł 7 ust. 1 — Wyczerpanie praw przyznanych przez znak towarowy — Równolegle chronione znaki towarowe — Przeniesienie praw do znaków towarowych w odniesieniu do części terytorium Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG) — Strategia handlowa wspierająca w sposób zamierzony wizerunek globalnego i jednolitego znaku towarowego po przeniesieniu prawa — Właściciele niezależni, jednak utrzymujący ścisłe relacje handlowe i gospodarcze]

(2018/C 072/17)

Język postępowania: hiszpański

Sąd odsyłający

Juzgado de lo Mercantil nº 8 de Barcelona

Strony w postępowaniu głównym

Strona skarżąca: Schweppes SA

Strona pozwana: Red Paralela SL, Red Paralela BCN SL, dawniej Carbòniques Montaner SL

Przy udziale: Orangina Schweppes Holding BV, Schweppes International Ltd, Exclusivas Ramírez SL

Sentencja

Artykuł 7 ust. 1 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2008/95/WE z dnia 22 października 2008 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych, rozpatrywany w świetle art. 36 TFUE, należy interpretować w ten sposób, że stoi on na przeszkodzie temu, aby właściciel krajowego znaku towarowego sprzeciwiał się przywozowi identycznych towarów oznaczonych tym samym znakiem towarowym pochodzących z innego państwa członkowskiego, w którym ten znak towarowy, który należał początkowo do tego samego właściciela, jest odtąd w posiadaniu osoby trzeciej, która nabyła prawa do niego w drodze przeniesienia, w sytuacji gdy po tym przeniesieniu

— *właściciel, sam lub koordynując swoją strategię dotyczącą znaku towarowego z tą osobą trzecią, nadal aktywnie i w sposób zamierzony wspiera jednolity i globalny wygląd lub wizerunek znaku towarowego, ustanawiając lub wzmacniając w ten sposób wprowadzenie danych odbiorców w błąd co do pochodzenia handlowego towarów oznaczonych tym znakiem towarowym,*

lub

— *istnieją powiązania gospodarcze między właścicielem a wspomnianą osobą trzecią, w tym rozumieniu, że koordynują oni swoje polityki handlowe lub dokonują uzgodnień w celu łącznego kontrolowania używania znaku towarowego, w związku z czym mają możliwość bezpośredniego lub pośredniego określenia towarów, które są oznaczone wspomnianym znakiem towarowym, a także kontrolowania ich jakości.*

([1]) Dz.U. C 305 z 22.8.2016.