

Zawiadomienie

3. W przypadku, gdy równoległy importer nie zawiadomił o zmianie opakowania produktu, zgodnie z piątym wymogiem określonym wyrokiem w sprawie Bristol-Myers Squibb p. Paranova, a tym samym naruszył prawa właściciela znaku(-ów) towarowego(-owych), czy z tego li tylko powodu:
- każda kolejna czynność przywozu owego produktu jest naruszeniem, czy też naruszenie trwa jedynie do momentu, kiedy właściciel dowiedział się o produkcie, a mający zastosowanie termin zawiadomienia upłynął bezskutecznie?
 - właściciel znaku towarowego jest uprawniony do dochodzenia swych roszczeń pieniężnych (to jest – naprawienia szkody i przekazanie wszystkich zysków odniesionych w wyniku naruszenia) z tytułu poniesionej szkody powstałej skutkiem działań importera, na tych samych zasadach jak gdyby towar został podrobiony?
 - zasądzenie odszkodowania pieniężnego na rzecz właściciela znaku towarowego, w przypadku naruszenia jego praw przez takie działania importera, podlega zasadzie proporcjonalności?
 - w przypadku odpowiedzi przeczącej, na jakich zasadach winna być oszacowana wartość odszkodowania, biorąc pod uwagę fakt, iż produkt został wprowadzony na rynek w obrębie Europejskiego Obszaru Gospodarczego przez samego właściciela lub za jego zgodą?

Wniosek o wydanie orzeczenia prejudycjalnego złożony mocą wyroku Rechtbank van Koophandel te Brussel z dnia 29 lipca 2004 r. w sprawie Lidl Belgium GmbH & Co KG przeciwko NV Etablissements Franz Colruyt

(Sprawa C-356/04)

(2004/C 273/23)

Dnia 18 sierpnia 2004 r. do sekretariatu Trybunału Sprawiedliwości Wspólnot Europejskich wpłynął wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony na podstawie wyroku Rechtbank van Koophandel te Brussel z dnia 29 lipca 2004 r. w sprawie Lidl Belgium GmbH & Co KG przeciwko NV Etablissements Franz Colruyt

Rechtbank van Koophandel te Brussel zwrócił się do Trybunału Sprawiedliwości o udzielenie odpowiedzi na następujące pytania:

- Czy wykładni art. 3a ust. 1 lit a) dyrektywy 84/450/EWG (wprowadzonej dyrektywą 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r. zmieniającą dyrektywę 84/450/EWG dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd w celu włączenia do niej reklamy porównawczej) należy dokonać w ten sposób, że porównanie ogólnego poziomu cen reklamującego z cenami konkurentów, w ramach którego dokonana jest ekstrapolacja na podstawie porównania cen przykładowych towarów, jest niedopuszczalne, ponieważ wywołuje w każdym przypadku wrażenie,

że ceny reklamującego są niższe w odniesieniu do całego zakresu towarów, podczas gdy dokonane porównanie odnosi się jedynie do ograniczonych przykładów towarów, chyba że reklama umożliwi ustalenie, które i ile z towarów reklamującego z jednej strony i konkurentów przedstawionych w porównaniu z drugiej zostało porównanych, a także umożliwi rozpoznanie, gdzie każdy z konkurentów przedstawionych w porównaniu został spozycjonowany w tym porównaniu oraz jakie są ich ceny w porównaniu z cenami reklamującego i innych konkurentów przedstawionych w porównaniu?

- Czy wykładni art. 3a ust. 1 lit. b) dyrektywy 84/450/EWG (wprowadzonej dyrektywą 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r. zmieniającą dyrektywę 84/450/EWG dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd w celu włączenia do niej reklamy porównawczej) należy dokonać w ten sposób, że reklama porównawcza jest dopuszczalna tylko wtedy, gdy porównanie dotyczy poszczególnych towarów i usług realizujących te same potrzeby lub mających te same cele z wyłączeniem przykładowych towarów, które generalnie, ale niekoniecznie w odniesieniu do wszystkich podgrup towarów, realizują te same potrzeby lub mają te same cele?
- Czy wykładni art. 3a ust. 1 lit. c) dyrektywy 84/450/EWG (wprowadzonej dyrektywą 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r. zmieniającą dyrektywę 84/450/EWG dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd w celu włączenia do niej reklamy porównawczej) należy dokonać w ten sposób, że reklama porównawcza, w której porównuje się ceny towarów lub ogólny poziom cen konkurentów, jest tylko wtedy obiektywna, jeśli wymienia ona porównywane towary i ceny reklamującego i wszystkich konkurentów, których dotyczy porównanie, oraz umożliwi poznanie cen stosowanych przez reklamującego i jego konkurentów, przy czym w tym przypadku wszystkie towary uwzględnione w porównaniu muszą zostać wymienione wyraźnie w odniesieniu do każdego z poszczególnych dostawców?
- Czy wykładni art. 3a ust. 1 lit. c) dyrektywy 84/450/EWG (wprowadzonej dyrektywą 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r. zmieniającą dyrektywę 84/450/EWG dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd w celu włączenia do niej reklamy porównawczej) należy dokonać w ten sposób, że jedna z cech wymienionych w reklamie porównawczej spełnia wymóg możliwości zweryfikowania w rozumieniu tego artykułu jedynie wtedy, gdy może ona zostać zweryfikowana pod względem jej prawdziwości przez adresatów reklamy lub też wystarczy, że może ona zostać zweryfikowana przez osoby trzecie, do których reklama nie została skierowana?
- Czy wykładni art. 3a ust. 1 lit. c) dyrektywy 84/450/EWG (wprowadzonej dyrektywą 97/55/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 6 października 1997 r. zmieniającą dyrektywę 84/450/EWG dotyczącą reklamy wprowadzającej w błąd w celu włączenia do niej reklamy porównawczej) należy dokonać w ten sposób, że cena towarów i ogólny poziom cen konkurentów jako takie stanowią cechę możliwą do zweryfikowania?