

Lieta C-412/24

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu

Iesniegšanas datums:

2024. gada 10. jūnijs

Iesniedzējtiesa:

Cour de cassation (Francija)

Datums, kurā pieņemts iesniedzējtiesas nolēmums:

2024. gada 5. jūnijs

Kasācijas sūdzības iesniedzējas:

Fauré Le Page Maroquinier SAS

Fauré Le Page Paris SAS

Atbildētāja kasācijas instancē:

Goyard ST-Honoré SAS

[..]

Spriedums Nr. 322 FS-D

Kasācijas sūdzība Nr. D 22-11.499

[..]

COUR DE CASSATION, CHAMBRE COMMERCIALE, FINANCIÈRE ET
ÉCONOMIQUE [KASĀCIJAS TIESAS KOMERCLĪETU, FINANŠU UN
EKONOMIKAS LIETU PALĀTAS] 2024. GADA 5. JŪNIJA SPRIEDUMS

1°/ Sabiedrība *Fauré Le Page Maroquinier*, [..]

2°/ sabiedrība *Fauré Le Page Paris*, [..]

[..]

iesniedza [šo] kasācijas sūdzību [..] par spriedumu, ko *Cour d'appel de Paris* [Parīzes apelācijas tiesa] [..] pasludināja 2021. gada 23. novembrī strīdā starp tām un sabiedrību *Goyard ST-Honoré*, [..] atbildētāju kasācijas lietā.

Kasācijas sūdzības iesniedzējas savas kasācijas sūdzības pamatojumam izvirza divus kasācijas pamatus.

[..]

[..] [tiesvedība iesniedzējtiesā]

Chambre commerciale, financière et économique de la Cour de cassation [Kasācijas tiesas Komerclietu, finanšu un ekonomikas lietu palāta] [..] pasludināja šo spriedumu.

Fakti un tiesvedība

1. Saskaņā ar pārsūdzēto spriedumu [..], kas pasludināts atpakaļnodotajā lietā pēc kasācijas sūdzības ([..] 2018. gada 27. jūnijs, labots ar 2018. gada 10. oktobra spriedumu, apelācija Nr. 16-27.856) [..], sabiedrība *Maison Fauré Le Page*, kas nodarbojās ar ieroču, munīcijas un ādas aksesuāru iegādi un pārdošanu un darbojās Parīzē kopš 1716. gada, tika likvidēta, visu tās īpašumu 1992. gada 27. novembrī nododot tās vienīgajam akcionāram sabiedrībai *Saillard*.
2. 1989. gada 5. jūnijā sabiedrība *Saillard* iesniedza Francijas preču zīmes “Fauré Le Page” Nr. 134782 reģistrācijas pieteikumu, lai apzīmētu tostarp šādas preces: “aukstie ieroči; šaujamieroči un to daļas; munīcija un šāviņi; sprāgstvielas; šaušanas platformas; patronsomas; āda un ādas imitācijas; ceļasomas un čemodāni”. 2009. gada 29. oktobrī sabiedrība *Saillard* nodeva šo preču zīmi sabiedrībai *Fauré Le Page Paris*, kas iepriekšējā gada 14. oktobrī no jauna bija reģistrēta komercdarbības un sabiedrību reģistrā.
3. 2011. gada 17. jūnijā sabiedrība *Fauré Le Page Paris* iesniedza Francijas preču zīmju “Fauré Le Page Paris 1717” Nr. 3839809 un Nr. 3839811 reģistrācijas pieteikumus, lai apzīmētu 18. klasē tostarp ietilpstošas preces: “āda un ādas imitācijas; ceļasomas un čemodāni; bagāžas somas; rokassomas”.
4. 2012. gada 26. oktobrī sabiedrība *Goyard ST-Honoré*, kas ražo un tirgo ceļojumu un ādas izstrādājumus, iesūdzēja tiesā sabiedrību *Fauré Le Page Paris* un sabiedrību *Fauré Le Page maroquinier* (sabiedrības *Fauré Le Page*), pēdējo no tām kā preču zīmju “Fauré Le Page Paris 1717” izmantotāju, lai panāktu šo preču zīmju atcelšanu to maldinošā rakstura dēļ.
5. Ar 2016. gada 4. oktobra spriedumu *Cour d'appel de Paris* šo lūgumu noraidīja. Šis nolēmums tika atcelts kasācijas kārtībā un anulēts ar *Cour de cassation* [Kasācijas tiesas] komerclietu palātas 2018. gada 27. jūnija spriedumu. Izskatot atpakaļnodoto lietu pēc kasācijas sūdzības, *Cour d'appel de Paris* ar 2021. gada

23. novembra pārsūdzēto spriedumu atzina preču zīmju “Fauré Le Page Paris 1717” Nr. 3839809 un Nr. 3839811 spēkā neesamību to maldinošā rakstura dēļ.

- 6 Šajā spriedumā ir noteikts, ka formulējums “Paris 1717”, kas ietverts abās preču zīmēs “Fauré Le Page Paris 1717”, norāda uzņēmuma izveides vietu un laiku un it īpaši liek sabiedrībai ticēt darbības nepārtrauktībai kopš 1717. gada, kā arī agrākās *Maison Fauré Le Page* zinātības nodošanai sabiedrībai *Fauré Le Page Paris*, kas attiecīgās sabiedrības izpratnē ir preču, uz kurām izvietotas šīs preču zīmes, kvalitātes garantija. Spriedumā ir piebilsts, ka agrākā *Maison Fauré Le Page*, kas izveidota 1716. gadā, pārtrauca ieroču, munīcijas un aksesuāru pirkšanas un pārdošanas darbību 1992. gadā, līdz ar to sabiedrība *Fauré Le Page Paris*, kas izveidota 2009. gadā, nav turpinājusi agrākās *Maison Fauré Le Page* darbību. Visbeidzot spriedumā ir secināts, ka tādu luksusa ādas izstrādājumu kā sabiedrību *Fauré Le Page* tirgotie vidusmēra patērētājs ļoti senas zinātības izmantošanu uzskata par noteicošo elementu, pieņemot lēmumu par iegādi. No tā spriedumā ir secināts, ka šīs preču zīmes var radīt nopietnu maldināšanas risku patērētājam un tās ir jāatceļ.
- 7 Sabiedrības *Fauré Le Page* pret šo spriedumu iesniedza kasācijas sūdzību.

Pamatu pārbaude

Par pirmā pamata pirmo daļu

Pamata izklāsts

- 8 Sabiedrības *Fauré Le Page* ceļ iebildi pret spriedumu saistībā ar preču zīmju “Fauré Le Page Paris 1717” Nr. 3839809 un Nr. 3839811 atzīšanu par spēkā neesošām to maldinošā rakstura dēļ, jo “atcelta tiek preču zīme, kas var maldināt sabiedrību nevis saistībā ar tās īpašnieka statusu, bet gan ar apzīmēto preču vai pakalpojumu iezīmēm; jo, pasludinot – lai atzītu preču zīmes “Fauré Le Page 1717” par maldinošām –, ka sabiedrība *Fauré Le Page Paris*, kura nebija pārņēmusi 1717. gadā dibinātās *Maison Fauré Le Page* darbību, nevarēja sevi pasniegt kā tās mantinieci, nepierādot reālu maldināšanu vai pietiekami nopietnas maldināšanas risku nevis attiecībā uz uzņēmuma, kas ir strīdīgo preču zīmju īpašnieks, statusu, bet attiecībā uz šo preču zīmju apzīmētajām precēm, apelācijas tiesa pārkāpa Intelektuālā īpašuma kodeksa L. 711-3. panta c) punktu, kas interpretēts, ņemot vērā Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu”.

Tiesas atbilde

- 9 Šis pamats izvirza jautājumu par apelācijas tiesas sprieduma atbilstību [...] Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību

aktus attiecībā uz preču zīmēm, 3. panta 1. punkta g) apakšpunktam, kura normas pašlaik ir iekļautas Direktīvas (ES) 2015/2436 (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 20. panta b) punktā.

10 [...] [tiesvedība]

Piemērojamo tiesību normu atgādinājums

- 11 Atbilstoši *Code de la propriété intellectuelle* [Intelektuālā īpašuma kodeksa] L. 711-3. panta c) punktam, redakcijā, kas piemērojama šai lietai, kā preču zīmi vai preču zīmes elementu nevar pieņemt tādu apzīmējumu, kas ar savu raksturu var maldināt sabiedrību, piemēram, par preču vai pakalpojumu īpašībām, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi.
- 12 Ar šo tiesību normu tika nodrošināta secīga Direktīvas 89/104/EEK (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta, Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris) 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta un pēc tam Direktīvas (ES) 2015/2436 20. panta b) punkta normu, kas būtībā ir identiskas, transpozīcija.
- 13 Savā 2006. gada 30. marta spriedumā *Emanuel* (C-259/04) interpretējot Direktīvu 89/104/EEK (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, Eiropas Savienības Tiesa, atgādinājusi, ka Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā noteiktie reģistrācijas atteikuma gadījumi paredz, ka patērētājam var būt faktiska maldīšanās iespēja vai pietiekami nopietna maldīšanās iespēja, nosprieda, ka, pat ja vidusmēra patērētājs varētu tikt ietekmēts savā iepirkšanās procesā, jo iedomājas, ka fiziskā persona, kuras vārds ir reģistrēts kā preču zīme, ir piedalījies ar šo preču zīmi apzīmētās preces radīšanā, šis apstāklis pats par sevi nevar maldināt sabiedrību par minētās preces raksturu, kvalitāti vai izcelsmi (47.–49. punkts).

Iemesli, kas pamato prejudiciālu jautājumu uzdošanu

- 14 *Cour d'appel de Paris* nosprieda, ka preču zīmes “Fauré Le Page Paris 1717” ir maldinošas.
- 15 Šajā nolēmumā ir atzīts, ka ir maldinoša ar apzīmējumu, attiecībā uz kuru iesniegts preču zīmes reģistrācijas pieteikums, sniegtā nepatiesā informācija par uzņēmumu, jo preču un pakalpojumu, saistībā ar kuriem reģistrēta šī preču zīme, vidusmēra patērētājs no tās secina, ka tām piemīt īpaša kvalitāte vai prestižs.
- 16 Šāda interpretācija šķiet saderīga ar Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris) 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā sniegto piemēra veida sarakstu.
- 17 Arī aptauja, ko sabiedrība *Goyard ST-Honoré* iesniedza debatēs apelācijas tiesā, pierāda, ka uzņēmuma agrākā izcelsme, uz ko norāda preču zīme, ietekmē šo

preču patērētāja lēmumu par iegādi, it īpaši luksusa ādas izstrādājumu ekonomikas nozarē, līdz ar to uzņēmuma vecums ir patērētājam nozīmīgs fakts un šī informācija ietekmē viņa lēmumu par iegādi. Tātad norāde par uzņēmuma vecumu ir klientu piesaistes faktors un līdz ar to sniedz konkurences priekšrocības.

- 18 No sprieduma galīgajiem secinājumiem izriet, ka, iesniedzot preču zīmes “Fauré Le Page”, kas ietver datumu 1717, reģistrācijas pieteikumu, sabiedrības *Fauré Le Page* nepatiesi pasniedz sevi kā agrākās *Maison Fauré Le Page* “mantinieces”.
- 19 Šajā ziņā ir atgādināts, ka ar *Cour de cassation* iepriekšējo spriedumu šajā lietā *Cour d'appel de Paris* tika pārņemts tieši tas, ka tā atzinusi šo “mantinieka” statusu, nekonstatējot, ka sabiedrība *Fauré Le Page Paris* būtu turpinājusi vai pārņēmusi sabiedrības *Saillard* darbību vai ka tā būtu šīs pēdējās tiesību pārņēmēja, un neprecizējot, kādā veidā 1989. gadā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes “Fauré Le Page” nodošana vien piešķir šai sabiedrībai tiesības sabiedrībā atsaukties uz *Maison Fauré Le Page* vecumu.
- 20 *Cour de cassation* uzskata, ka preču zīmes maldinošais raksturs neizriet vienīgi no maldinoša ziņojuma par preces vai pakalpojuma iezīmēm vai dažām no šīm iezīmēm, bet tas var attiekties arī uz paša uzņēmuma, preču zīmes īpašnieka, statusu un it īpaši uz tā vecumu, jo patērētājs var no preču zīmes šādi sniegtās nepatiesās informācijas secināt, ka precei, kas ar to apzīmēta, piemīt zināma kvalitāte vai zināms prestižs, un kvalitāte un prestižs var ietekmēt viņa lēmumu iegādāties šo preci.
- 21 Tāpat ir atgādināts, ka 2009. gada 23. aprīļa spriedumā *Copad* (C-59/08) Eiropas Savienības Tiesa attiecībā uz preču kvalitātes pārkāpumu, ko licenciātam var pārņemt preču zīmes īpašnieks, ir atzinusi, ka prestiža preču kvalitāte izriet ne vien no to materiālajām īpašībām, bet arī no to prestiža šarma un tēla, kas tām piešķir greznības iespaidu (24.–26. punkts). Tādēļ var uzdot jautājumu, vai vismaz luksusa preču nozarē, ja preču zīme vai kāds no tās elementiem piešķir precēm, ko tā apzīmē, prestižu tēlu, kas ietekmē šo preču patērētāju lēmumus par iegādi, preču zīme nav jāatceļ, ja šis elements ir nepatiess.
- 22 Sabiedrības *Fauré Le Page* savukārt apgalvo, ka, lai preču zīmi atzītu par maldinošu, tai ir jābūt tādai, kas maldina patērētāju nevis par uzņēmumu, bet par preču un pakalpojumu, kas norādīti reģistrācijas pieteikumā, raksturu un iezīmēm.
- 23 Tās apgalvo, ka spriedums *Emanuel* ir jāsaprot tieši šādi.
- 24 Tās piebilst, ka, piemērojot Regulas (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta normas, kas būtībā ir identiskas Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris) 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta normām, Eiropas Savienības Vispārējā tiesa [...] spriež, ka absolūta atteikuma pamata, kas balstīts uz preču zīmes maldinošo raksturu, vērtējums var tikt veikts vienīgi par attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, ka šā pamata izmantošana prasa ar preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu iespējamo iezīmju pietiekami konkrētu aprakstu un ka vienīgi tad, ja attiecīgais patērētājs

tiek mudināts domāt, ka precēm un pakalpojumiem piemīt noteiktas iezīmes, kuru tām patiesībā nav, viņš tiktu maldināts ar preču zīmi ([..] spriedumi, 2018. gada 29. novembris, *Khadi and Village Industries Commission/EUIPO – BNP Best Natural Products* (“Khadi Ayurveda”), T-683/17, 53. punkts; 2022. gada 29. jūnijs, *Hijos de Moisés Rodríguez González/EUIPO – Īrija un Ornuia* (“La Irlandesa 1943”), T-306/20, 56. un 57. punkts, un, 2023. gada 29. novembris, *Myforest Foods/EUIPO* (“MYBACON”), T-107/23, 29. un 30. punkts).

- 25 Tāpat jānorāda, ka, izdarot no šiem principiem secinājumus attiecībā uz preču zīmi “Longwy Paris Maîtres artisans depuis 1798”, ko pieteikusi 2000. gadā izveidota sabiedrība, lai apzīmētu tostarp “bižutērijas un juvelierizstrādājumus; bižutērijas izstrādājumus no pusdārgmetāliem un pusdārgakmeņiem; bižutērijas un juvelierizstrādājumus ar dekoratīviem akmeņiem; bižutērijas un juvelierizstrādājumus ar dārgmetālu sakausējumiem”, Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja Anulēšanas nodaļa (2019. gada 27. novembra lēmums Nr. 19646 C) noraidīja pieteikuma par šīs preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu, atzīstot, ka tas, ka īpašniekam ir amata meistara tituls kopš 1798. gada, proti, viņa uzņēmums dibināts 1798. gadā, nepiešķir nekādas īpašas iezīmes precēm un pakalpojumiem un līdz ar to nerada nekādas īpašas gaidas patērētājiem, kas nozīmētu reālas maldināšanas esamību. Šajā lēmumā ir piebilsts, ka preču zīmi var uztvert lielākais kā cildinošu un, ciktāl atsauce uz šo datumu nav pretrunā ar veidu, kādā izveidots apstrīdētais preču un pakalpojumu saraksts, to var uzskatīt par pieņemamu.
- 26 Sabiedrības *Fauré Le Page* no tā secina, ka, tā kā preču zīmes “Fauré Le Page Paris 1717” neapraksta nevienu konkrētu ar reģistrāciju aptverto ādas izstrādājumu iezīmi, preču zīmes, kuras augstākais sniedz vispārīgu ideju par kvalitāti, nevar uzskatīt par maldinošām Direktīvas 2008/95/EK 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē.
- 27 Ģenerālvokāte uzskata, ka ir jāvērsas Eiropas Savienības Tiesā ar prejudiciālu jautājumu. Viņa norāda, ka [Vispārējās tiesas] izvēlētais risinājums rada jautājumus par ietekmi, kādu var radīt preču zīmes atsauce uz uzņēmuma vecumu. Šajā ziņā viņa min pētījumu par preču zīmes sniegtās vēsts par uzņēmuma vecumu uztveri, no kura izriet, ka dažās nozarēs vecums piešķir preču un pakalpojumu sniedzējam konkurences priekšrocību un pievienoto vērtību preču zīmei, kas var atsaukties uz šādu vecumu, pateicoties zinātībai un kvalitātei, ko attiecīgo preču vai pakalpojumu patērētājs sagaida no uzņēmuma turpinātības.
- 28 Šķiet, ka Tiesai nav bijis iespējas apstiprināt Eiropas Savienības Vispārējās tiesas judikatūru, saskaņā ar kuru spēkā neesamības pamats, kas balstīts uz preču zīmes maldinošo raksturu, prasa pietiekami konkrētu ar preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu potenciālo iezīmju aprakstu un vienīgi tad, ja minētais patērētājs tiktu mudināts domāt, ka precēm un pakalpojumiem piemīt noteiktas iezīmes, kuru tām patiesībā nav, viņš tiktu maldināts ar preču zīmi.

- 29 Lai arī iepriekš minēto Vispārējās tiesas spriedumu *Emanuel* var interpretēt, kā to dara prasītājas, tādējādi, ka tāda preču zīme, kas maldina patērētāju par uzņēmuma, kurš ražo ar preču zīmi aptvertās preces, iezīmēm, tomēr tas ir pasludināts īpašā gadījumā, kad preču zīmi veido tās radītāja vārds, līdz ar to apsvērumi, kas saistīti ar šo kontekstu, var izskaidrot izvēlēto risinājumu.
- 30 Šajā lietā no tiesas, kas izskatīja lietu pēc būtības, galīgajiem apsvērumiem izriet, ka preču zīmes “Fauré Le Page Paris 1717” tiek uztvertas kā tādas, kas to īpašniekam nepatiesi piedēvē vairāku gadsimtu senu pieredzi darbā ar ādas izstrādājumiem un ka šādi izplatītā kļūdainā informācija var ietekmēt preču, kas aptvertas ar kādu no šīm preču zīmēm, patērētāju lēmumu par iegādi, jo luksusa ādas izstrādājumu patērētāji piešķir nozīmi uzņēmuma, kas tos tirgo, vēsturei un vecumam.
- 31 Tādēļ šā strīda risinājums ir atkarīgs no tā, vai ar šo secinājumu pietiek, lai atzītu minēto preču zīmju maldinošo raksturu Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris) 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē.
- 32 Šajā ziņā vispirms ir jānosaka, vai ar to, ka preču zīme sniedz kļūdainu informāciju par tās īpašnieku un šī informācija var ietekmēt preču un pakalpojumu, ko aptver šī preču zīme, vidusmēra patērētāju, pietiek, lai secinātu tās maldinošo raksturu, vai arī izraisītajai maldināšanai ir jābūt saistītai ar minēto preču un pakalpojumu iezīmēm.
- 33 Pēc tam, pieņemot, ka preču zīme ir maldinoša tikai tad, ja tā attiecas uz preču un pakalpojumu, ko aptver šī preču zīme, iezīmēm, vai tās maldinošā rakstura konstatējums nozīmē, ka preču zīme veido pietiekami konkrētu ar preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu potenciālo iezīmju aprakstu?
- 34 Visbeidzot, ja uz šo jautājumu tiek atbildēts apstiprinoši, jājautā, vai – it īpaši luksusa preču jomā, kurā ar preču zīmi saistītā vēsture ir preču, kuras šī preču zīme apzīmē, pievilcības nozīmīgs elements – tas, ka preču zīme piešķir tās īpašniekam nozīmīgu vecumu un līdz ar to pārbaudītu zinātību preču, kuras aptver šī preču zīme, izgatavošanā, veido pietiekami konkrētu ar preču zīmi aptverto preču potenciālo iezīmju aprakstu, kuru tām patiesībā nav.

Prejudiciālie jautājumi

- 35 Tādēļ rodas jautājumi [atkārtoti rezolutīvajā daļā] [..]

[..]

AR ŠĀDU PAMATOJUMU Tiesa:

[..]

UZDOD Eiropas Savienības Tiesai šādus jautājumus:

1) Vai Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 3. panta 1. punkta g) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka izdomāta datuma minēšana preču zīmē, ar kuru tiek sniegta nepatiesa informācija par preču ražotāja vecumu, nopietnību un zinātību un līdz ar to par minēto preču nemateriālajām iezīmēm, ļauj atzīt, ka pastāv patērētāja reāla maldināšana vai pietiekami nopietns maldināšanas risks?

2) Noraidošas atbildes gadījumā uz pirmo jautājumu, vai šis pants ir jāinterpretē tādējādi:

a) ka preču zīmi var uzskatīt par maldinošu, ja pastāv risks, ka ar to apzīmēto preču un pakalpojumu patērētājs ticētu, ka šīs preču zīmes īpašniekam piemīt gadsimtiem sena pieredze šo preču ražošanā, kas piešķir tām prestižu tēlu, lai gan patiesībā tā nav?

b) ka, lai varētu atzīt patērētāja reālas maldināšanas vai pietiekami nopietna maldināšanas riska pastāvēšanu, no kura atkarīgs preču zīmes maldinošā rakstura konstatējums, preču zīmei ir jāveido pietiekami konkrēts ar preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu, attiecībā uz kuriem tā reģistrēta, potenciālo iezīmju apraksts, lai attiecīgais patērētājs tiktu mudināts domāt, ka precēm un pakalpojumiem piemīt noteiktas iezīmes, kuru tām patiesībā nav?

[..]