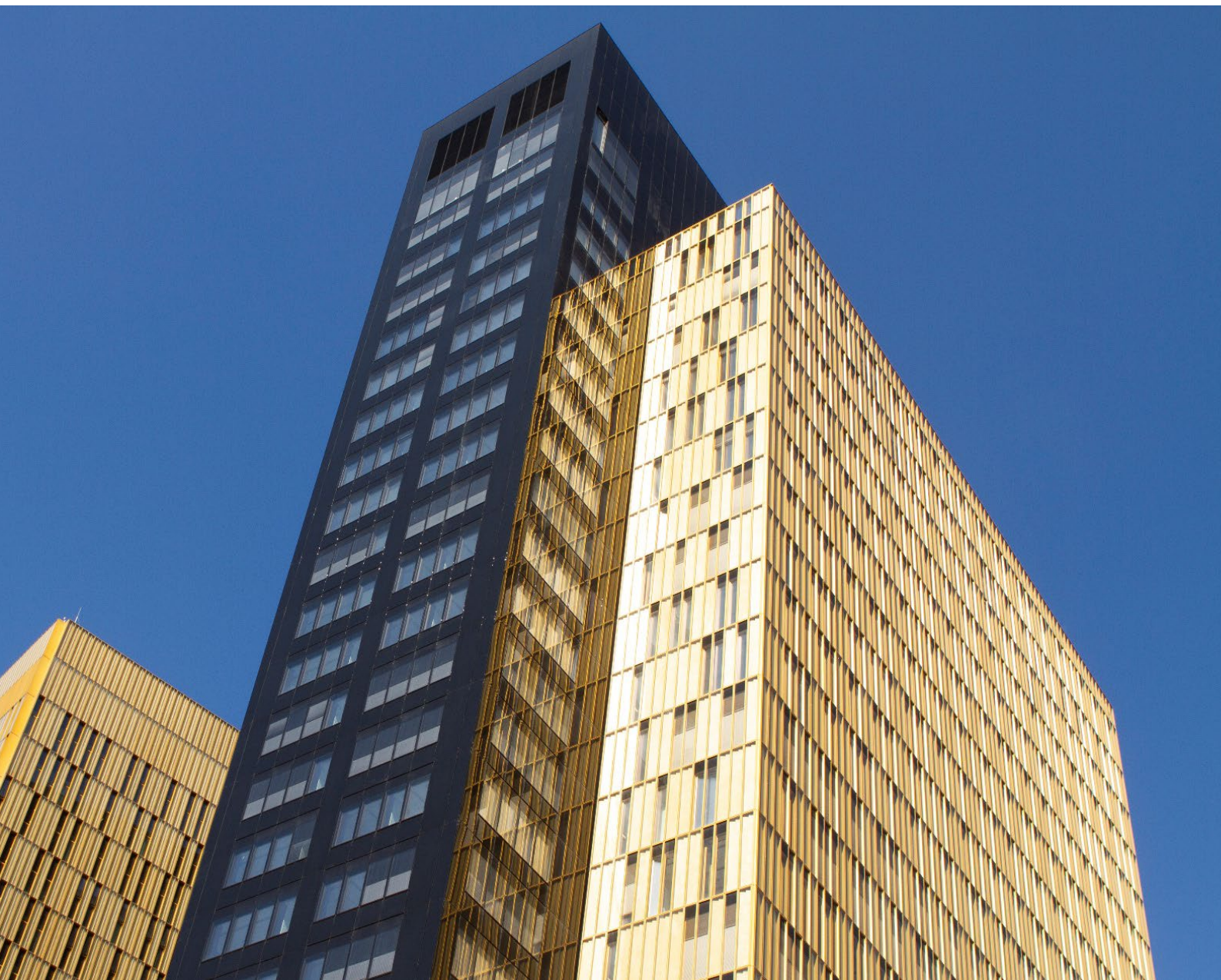




Tematisks pārskats

Preču zīmju tiesības

Satura rādītājs

PRIEKŠVārds	4
ATTIECĪGO TIESĪBU AKTU SARAKSTS	5
I. ABSOLŪTI REĢISTRĀCIJAS ATTEIKUMA PAMATI	7
1. Apzīmējuma grafiskais attēlojums	7
2. Preču zīmes, kam nav atšķirtspējas.....	11
3. Aprakstošas preču zīmes	23
4. Preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri kļuvuši par ierastiem.....	35
5. Apzīmējumi, ko veido vienīgi preces forma.....	37
6. Preču zīmes, kas ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem	41
7. Maldinošas preču zīmes.....	44
8. Pieteikuma iesniedzēja ļaunticība.....	48
9. Atšķirtspējas iegūšana izmantošanas rezultātā.....	51
II. RELATĪVI REĢISTRĀCIJAS ATTEIKUMA PAMATI	57
1. Sajaukšanas iespēja.....	57
2. Neregistrēta preču zīme, ko izmanto komercdarbībā.....	67
3. Preču zīme ar reputāciju.....	69
III. CITI MATERIĀLO TIESĪBU JAUTĀJUMI	74
1. Preču zīmes iedarbība.....	74
2. Faktiska izmantošana.....	82
3. Kolektīvā preču zīme.....	95
4. Sertifikācijas zīme.....	97

Priekšvārds

Preču zīme ir apzīmējums, ko izmanto tirdzniecībā, lai identificētu preces vai pakalpojumus. Ar Regulu (EK) Nr. 40/94¹ par Kopienas preču zīmi tika izveidota Kopienas preču zīmju sistēma, kas ļauj visām ieinteresētajām personām ar vienu procedūru iegūt preču zīmi, kurai ir vienāda aizsardzība un kura ir spēkā visā Eiropas Savienības teritorijā. Pašlaik šo sistēmu reglamentē Regula (ES) 2017/1001 par Eiropas Savienības preču zīmi². Turklāt preču zīmju aizsardzība valsts līmenī Savienības dalībvalstīs ir saskaņota ar Direktīvu (ES) 2015/2436, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm³, tādējādi atvieglojot preču zīmju reģistrāciju un pārvaldību visā Savienībā.

Preču zīmju tiesības jau daudzus gadus un joprojām ir nozīmīgs strīdu avots Eiropas Savienības tiesās. Piemēram, jānorāda, ka 2024. gadā Tiesa un Vispārējā tiesa pasludināja vairāk nekā 360 nolēmumus šajā jomā, kas it īpaši ir izskaidrojams ar to, ka, pirmkārt, Vispārējās tiesas kompetencē ir izskatīt prasības, kas celtas par Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) apelācijas padomju pieņemtajiem lēmumiem, un, otrkārt, Tiesa izskata apelācijas sūdzības par Vispārējās tiesas nolēmumiem šajā jomā, kā arī prejudiciālos jautājumus par Direktīvas (ES) 2015/2436 interpretāciju. Šis strīdu ļoti liels apjoms tādēļ pilnībā pamato to, ka instrumenti tiek darīti pieejami ne tikai Tiesai un Vispārējai tiesai, bet arī ikvienai ieinteresētai personai, sniedzot tām visaptverošu pārskatu par visatbilstošāko judikatūru šajā jomā. Tāds būtībā ir šis tematiskā pārskata mērķis.

No šāda viedokļa raugoties, šajā pārskatā ir ietverti 50 Tiesas un Vispārējās tiesas spriedumu kopsavilkumi, kas pasludināti līdz 2025. gada beigām un attiecas uz preču zīmju tiesībām. Šī tiesu prakses izlase ir izveidota, cieši sadarbojoties Eiropas Savienības Tiesai un Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijai (*WIPO*) 2023. gadā. Šajā kontekstā Pētniecības un dokumentācijas direkcijai tika lūgts atlasīt svarīgākos Tiesas un Vispārējās tiesas spriedumus intelektuālā īpašuma jomā, lai papildinātu *WIPO* datubāzi un tādējādi šīs organizācijas tīmekļa vietnē sabiedrībai pieejamu padarītu galveno tiesu praksi Savienības tiesībās šajā jomā. Šajā nolūkā veiktā izlase tika papildināta ar nozīmīgākajiem 2024. un 2025. gada spriedumiem šajā jomā.

¹ Padomes Regula (EK) Nr. 40/94 (1993. gada 20. decembris) par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.).

² Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.).

³ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva (ES) 2015/2436 (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2015, L 336, 1. lpp.).

Attiecīgo tiesību aktu saraksts

REGULAS

Padomes **Regula (EK) Nr. 40/94** (1993. gada 20. decembris) par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.).

Padomes **Regula (EK) Nr. 6/2002** (2001. gada 12. decembris) par Eiropas Savienības dizainparaugiem (OV 2002, L 3, 1. lpp.), redakcijā pirms Eiropas Parlamenta un Padomes 2024. gada 23. oktobra Regulas (ES) 2024/2822 (OV L 2024/2822) stāšanās spēkā.

Padomes **Regula (EK) Nr. 207/2009** (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.).

Eiropas Parlamenta un Padomes **Regula (ES) Nr. 528/2012** (2012. gada 22. maijs) par biocīdu piedāvāšanu tirgū un lietošanu (OV 2012, L 167, 1. lpp.).

Eiropas Parlamenta un Padomes **Regulas (ES) 2015/2424** (2015. gada 16. decembris), ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi, Komisijas Regulu (EK) Nr. 2868/95, ar ko īsteno Padomes Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi, un atceļ Komisijas Regulu (EK) Nr. 2869/95 par maksām, kas jāmaksā lekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (OV 2015, L 341, 21. lpp.).

Eiropas Parlamenta un Padomes **Regula (ES) 2017/1001** (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.).

Komisijas **Deleģētā regula (ES) 2018/625** (2018. gada 5. marts), ar ko papildina Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu 2017/1001 par Eiropas Savienības preču zīmi un atceļ Deleģēto regulu (ES) 2017/1430 (OV 2018, L 104, 1. lpp.).

DIREKTĪVAS

Padomes **Direktīva 84/450/EEK** (1984. gada 10. septembris) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu (OV L 250, 17. lpp.), kas grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvu 97/55/EK (OV L 290).

Padomes **Pirmā direktīva 89/104/EEK** (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.).

Eiropas Parlamenta un Padomes **Direktīva 2000/31/EK** (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (OV L 178, 1. lpp.).

Eiropas Parlamenta un Padomes **Direktīva 2008/95/EK** (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2008, L 299, 25. lpp.).

Eiropas Parlamenta un Padomes **Direktīva (ES) 2015/2436** (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (pārstrādāta redakcija) (OV 2015, L 336, 1 lpp.).

STARPTAUTISKĀS KONVENCIJAS

Pārskatītais un grozītais 1957. gada 15. jūnija **Nicas Nolīgums** par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām.

Parīzes Konvencija par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību, kas parakstīta Parīzē 1883. gada 20. martā, pēdējo reizi pārskatīta Stokholmā 1967. gada 14. jūlijā un grozīta 1979. gada 28. septembrī (*Recueil des traités des Nations unies*, 828. sējums, Nr. 11851, 305. lpp.).

I. Absolūti reģistrācijas atteikuma pamati

1. Apzīmējuma grafiskais attēlojums

Spriedums, 2003. gada 27. novembris, *Shield Mark* (C-283/01, [EU:C:2003:641](#))

Preču zīmes – Tiesību aktu tuvināšana – Direktīva 89/104/EEK – 2. pants – Apzīmējumi, kas var būt preču zīme – Apzīmējumi, ko var attēlot grafiski – Skaņu apzīmējumi – Nošu raksts – Rakstveida apraksts – Onomatopoēze

Shield Mark pieder četrpadsmit Beniluksa Preču zīmju birojā reģistrētas preču zīmes attiecībā uz dažādām precēm ⁴, no kurām vienpadsmit no tām sastāv no L. van Bēthovena skaņdarba “Für Elise” pirmajām deviņām notīm un pārējās trīs – gaiļa dziesmas onomatopoēzes veidā.

Reklāmas kampaņas, kas tika sāktas 1995. gadā, laikā *Kist*, komunikācijas konsultants, izmantoja melodiju, ko veidoja skaņdarba “Für Elise” pirmās deviņas notis, un pārdeva informātikas programmu, kuras atvēršanas brīdī bija dzirdama gaiļa dziesma. *Shield Mark* pret *Kist* cēla prasību par preču zīmes nelikumīgu izmantošanu un negodīgu konkurenci. Šī prasība tika daļēji apmierināta pirmajā instancē, ciktāl tā bija pamatota ar civiltiesisko atbildību. Savukārt minētā prasība tika noraidīta, ciktāl tā bija balstīta uz preču zīmju tiesībām, pamatojoties uz to, ka Beniluksa dalībvalstu valdību nodoms bija atteikt reģistrēt skaņas kā preču zīmes.

Izskatot *Shield Mark* iesniegto apelācijas sūdzību, iesniedzējtiesa iesniedza lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu par Direktīvas 89/104 par preču zīmēm ⁵ 2. panta interpretāciju un it īpaši par iespēju reģistrēt skaņu apzīmējumus kā preču zīmes.

Pirmkārt, Tiesa nosprieda, ka Direktīvas 89/104 2. pants jāinterpretē tādējādi, ka skaņas apzīmējumi ir jāreģistrē kā preču zīmes, ja tie var atšķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem un tos ir iespējams attēlot grafiski.

Otrkārt, tā uzskata, ka Direktīvas 89/104 2. pants jāinterpretē tādējādi, ka apzīmējums, kuru pašu par sevi nevar uztvert vizuāli, var būt preču zīme ar nosacījumu, ka to var attēlot grafiski, tostarp ar figūrām, līnijām vai zīmēm un ja šī attēlošana tiek veikta skaidri, precīzi, pašpietiekami, viegli pieejami, saprotami, noturīgi un objektīvi.

Attiecībā uz skaņas apzīmējumu – tas neatbilst šīm prasībām, ja apzīmējums ir grafiski attēlots, izmantojot rakstveida aprakstu, piemēram, norādi, ka apzīmējumu veido notis, kas veido pazīstamu mūzikas skaņdarbu, vai norādi, ka tas ir dzīvnieka kliegziens, vai

⁴ Runa ir par precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 16., 35., 41. un 42. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām.

⁵ Padomes Pirmā direktīva 89/104/EEK (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.).

vienkāršas onomatopoēzes veidā bez papildu precizējumiem, vai izmantojot mūzikas nošu secību bez papildu precizējumiem. Turpretī tas atbilst minētajām prasībām, ja apzīmējums ir attēlots, izmantojot nošu līnijas, kas sadalītas taktīs un uz kurām tostarp ir nošu atslēga, mūzikas notis un pauzes, kuru forma parāda relatīvo vērtību un, attiecīgā gadījumā, alterācijas zīmes.

Spriedums, 2005. gada 27. oktobris, Eden/ITSB (Nogatavojušos zemeņu smarža) (T-305/04, [EU:T:2005:380](#))

Kopienas preču zīme – Ar ožu uztverama preču zīme “Nogatavojušos zemeņu smarža” – Absolūts atteikuma pamats – Apzīmējums, ko nevar attēlot grafiski – Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta a) apakšpunkts

1999. gadā *Laboratoires France Parfum SA* lekšējā tirgus saskaņošanas birojam (ITSB) iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, lai reģistrētu ar ožu uztveramo apzīmējumu, kas nav vizuāli uztverams, kas ir aprakstīts ar vārdiem “nogatavojušos zemeņu smarža” un kam ir pievienots krāsains attēls.

Tomēr pārbaudītājs noraidīja pieteikumu, pamatojoties uz to, ka, pirmkārt, reģistrācijai pieteikto ar ožu uztveramo apzīmējumu nevar attēlot grafiski un, otrkārt, tam nav atšķirtspējas attiecībā uz noteiktām reģistrācijai pieteiktajām precēm. *Laboratoire France Parfum SA* iesniedza apelācijas sūdzību Apelācijas pirmajā padomē, kas to noraidīja. Tā uzskatīja, ka reģistrācijai pieteikto apzīmējumu nevar attēlot grafiski Regulas Nr. 40/94 ⁶ 4. panta izpratnē un līdz ar to uz šo apzīmējumu attiecas minētās regulas 7. panta 1. punkta a) apakšpunktā paredzētais atteikuma pamats.

Izskatot prasību par ITSB Apelācijas padomes lēmumu, kuru Vispārējā tiesa noraida, minētā tiesa precizē, ka Regulas Nr. 40/94 4. pants jāinterpretē tādējādi, ka apzīmējums, kuru pašu par sevi nevar uztvert vizuāli, var būt preču zīme ar nosacījumu, ka to var attēlot grafiski, tostarp ar figūrām, līnijām vai zīmēm un ja šī attēlošana tiek veikta skaidri, precīzi, pašpietiekami, viegli pieejami, saprotami, noturīgi un objektīvi. Apzīmējuma grafiskajam attēlojumam ir jānodrošina, ka to var precīzi identificēt, lai garantētu preču zīmju reģistrācijas sistēmas labu darbību. Līdz ar to nevar ne mainīt, ne mīkstināt nosacījumus grafiskā attēlojuma derīguma atzīšanai, lai atvieglotu tādu apzīmējumu reģistrāciju, kuru ir sarežģītāk grafiski attēlot to rakstura dēļ.

Attiecībā uz apzīmējumiem, kurus uztver ar ožu, Vispārējā tiesa uzskata, ka nevar izslēgt, ka šādu apzīmējumu eventuāli var aprakstīt atbilstoši visiem Regulas Nr. 40/94 4. panta nosacījumiem.

⁶ Padomes Regula (EK) Nr. 40/94 (1993. gada 20. decembris) par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.).

Spriedums, 2007. gada 25. janvāris, Dyson (C-321/03, [EU:C:2007:51](#))

Preču zīmes – Tiesību aktu tuvināšana – Direktīva 89/104/EEK – 2. pants – Apzīmējuma, kas var būt preču zīme, jēdziens – Caurspīdīga uzkrājējvertne vai uzkrājējnodalījums, kas ir daļa no putekļu sūcēja ārējās virsmas

Kopš 1993. gada *Dyson LTD* ražo un tirgo putekļu sūcēju *Dual Cyclone* – bezmaisu putekļu sūcēju, kura netīrumi un putekļi tiek uzkrāti aparātā integrētā caurspīdīgas plastmasas korpusā. 1996. gadā sabiedrība *Notettry Ltd*, kas pieder *James Dyson*, iesniedza *Registrar of Trade Marks* (Preču zīmju reģistrācijas iestāde, Apvienotā Karaliste; turpmāk tekstā – “*Registrar*”) pieteikumu reģistrēt sešas preču zīmes attiecībā uz “tīrīšanas ierīcēm”⁷. Pieteikums tika atsaukts attiecībā uz četrām no preču zīmēm, taču tika saglabāts attiecībā uz divām pārējām preču zīmēm, kas aprakstītas šādi: “Preču zīme sastāv no caurspīdīgas uzkrājējvertnes vai uzkrājējnodalījuma, kas ir daļa no putekļu sūcēja ārējās virsmas, kā attēlots zīmējumā.”

Tomēr *Registrar* noraidīja minēto pieteikumu, un *Hearing officer* apstiprināja šo lēmumu. Tādēļ *Dyson* iesniedza apelācijas sūdzību *High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division* (Augstā tiesa (Anglija un Velsa), Kancelera kompetences lietu departaments, Apvienotā Karaliste), kas uzskatīja, ka abām attiecīgajām preču zīmēm nav atšķirtspējas un ka tās apraksta reģistrācijas pieteikumā norādīto preču īpašības. Savukārt tā vēlējās noskaidrot, vai reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā minētās preču zīmes bija ieguvušas atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Šādos apstākļos tā nolēma vērsties Tiesā ar lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu par Direktīvas 89/104 interpretāciju.

Tiesa uzskata, ka Direktīvas 89/104 2. pants jāinterpretē tādējādi, ka tāds preču zīmes reģistrācijas pieteikuma priekšmets, kas attiecas uz visām iespējamām caurspīdīgas uzkrājējvertnes vai uzkrājējnodalījuma formām, kas ir daļa no putekļu sūcēja ārējās virsmas, nav “apzīmējums” šīs tiesību normas izpratnē un līdz ar to nevar būt preču zīme minētās normas izpratnē.

Šāda reģistrācijas pieteikuma priekšmets, kas faktiski ir vienkārša attiecīgās preces īpašība, var aptvert daudzus dažādus aspektus un tāad tam ir nenoteikts raksturs. Ievērojot preču zīmju tiesībām raksturīgo ekskluzivitāti, īpašnieks preču zīmei, kas attiecas uz šādu nenoteikta rakstura priekšmetu, pretēji Direktīvas 2. pantam iegūtu nepamatotas konkurences priekšrocības, jo tam būtu tiesības likt šķēršļus savu konkurentu iespējai piedāvāt putekļu sūcējus, kuru ārējā virsmā ir jebkāda veida caurspīdīga uzkrājējvertne, neatkarīgi no tās formas.

⁷ Tas attiecas uz precēm, kas ietilpst 9. klasē Nicas klasifikācijas izpratnē.

Spriedums, 2018. gada 24. oktobris, *Pirelli Tyre/EUIPO – Yokohama Rubber* (“L” formas gropes attēlojums) (T-447/16, [EU:T:2018:709](#)).⁸

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Eiropas Savienības grafiska preču zīme, kurā ir attēlota “L” formas grope – Absolūts atteikuma pamats – Apzīmējums, ko veido vienīgi preces forma, kura vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai – Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkts – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkts (tagad Regulas Nr. 207/1001 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkts) – Regula (ES) 2015/2424 – Likuma piemērošana laikā – Preces forma – Apzīmējuma raksturs – Apzīmējuma būtisko iezīmju noteikšanai lietderīgo elementu ņemšana vērā – Vispārējās intereses, kas ir pamatā Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punktam

Kopš 2002. gada prasītāja, *Pirelli Tyre SpA*, ir Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes, kurā attēlota “L” formas grope, īpašniece attiecībā uz riepām⁹. 2012. gadā persona, kas iestājusies lietā, *The Yokohama Rubber Co. Ltd*, iesniedza pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu¹⁰, kuru Eiropas Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Anulēšanas nodaļa apmierināja, pamatojoties uz to, ka apstrīdēto apzīmējumu veido vienīgi attiecīgo preču forma, kas vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai.

Tomēr Anulēšanas nodaļas lēmumu atcēla *EUIPO* Apelācijas padome, kas, daļēji apmierinot prasītājas iesniegto apelācijas sūdzību, uzskatīja, ka minētā nodaļa ir kļūdaini atzinusi apstrīdēto preču zīmi par spēkā neesošu attiecībā uz precēm, uz kurām neattiecas pieteikums par spēkā neesības atzīšanu, un ka līdz ar to tās veiktā atcelšana pārsniedza šī pieteikuma tvērumu.

Savukārt, izskatot prasītājas celto prasību par Apelācijas padomes lēmumu, Vispārējā tiesa daļēji atceļ Apelācijas padomes lēmumu un pārbauda, vai apstrīdēto apzīmējumu veido vienīgi preces forma, kas vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai¹¹. Šajā nolūkā tā pārbauda apstrīdētā apzīmējuma raksturu un it īpaši tā grafisko attēlojumu.

Šajā ziņā Vispārējā tiesa atgādina, pirmkārt, ka, preču zīmes grafiskajam attēlojumam jābūt pašpietiekamam, viegli pieejamam un skaidram, lai apzīmējums vienmēr būtu precīzi un nemainīgi uztverams un lai būtu garantēts, ka minētā preču zīme kalpo par izcelsmes norādi. Otrkārt, prasība par grafisko attēlojumu paredzēta tādēļ, lai it īpaši definētu pašu preču zīmi un tādējādi noteiktu, kas tieši ir aizsardzības, ko reģistrētā preču zīme piešķir tās īpašniekam, priekšmets.

⁸ Abas apelācijas sūdzības par šo spriedumu tika noraidītas ar 2021. gada 3. jūnija spriedumu *Yokohama Rubber* un *EUIPO/Pirelli Tyre* (C-818/18 P un C-6/19 P, [EU:C:2021:431](#)).

⁹ Tas attiecas uz precēm, kas ietilpst 12. klasē Nicas klasifikācijas izpratnē.

¹⁰ Pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu, lasot to kopsakarā ar tās pašas regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu vai ar tās 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punktu.

¹¹ Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkta izpratnē.

2. Preču zīmes, kam nav atšķirtspējas

Sprīdums, 2003. gada 6. maijs, *Libertel* (C-104/01, [EU:C:2003:244](#))

Preču zīmes – Tiesību aktu tuvināšana – Direktīva 89/104/EEK – Apzīmējumi, kas var būt preču zīme – Atšķirtspēja – Krāsa kā tāda – Oranža krāsa

Libertel ir sabiedrība, kas veic uzņēmējdarbību Nīderlandē un kuras galvenā darbība ir mobilo telekomunikāciju pakalpojumu sniegšana.

Benelux-Merkenbureau (Beniluksa Preču zīmju birojs, turpmāk tekstā – “*BBM*”) ir iestāde, kurai ir kompetence preču zīmju jomā attiecībā uz Beļģijas Karalisti, Luksemburgas Lielhercogisti un Nīderlandes Karalisti. Kopš 1996. gada 1. janvāra *BBM* uzdevums ir pārbaudīt reģistrācijas pieteikumus attiecībā uz absolūtajiem atteikuma pamatiem.

1996. gada 27. augustā *Libertel* iesniedza *BBM* oranžu krāsu kā preču zīmi attiecībā uz noteiktām telekomunikāciju precēm un pakalpojumiem. Reģistrācijas pieteikuma veidlapas laukumā, kas paredzēts preču zīmes attēlam, bija taisnstūra forma oranžā krāsā, bet laukumā, kur paredzēts norādīt preču zīmes aprakstu, – uzraksts “oranžs” bez jebkāda krāsas koda norādes.

Ar 1997. gada 21. februāra vēstuli *BBM* informēja *Libertel*, ka tas uz laiku atsaka šī apzīmējuma reģistrāciju, jo tam nav nekādas atšķirtspējas grozītā Beniluksa Vienotā likuma par preču zīmēm (turpmāk tekstā – “*LBM*”) 6.a panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē¹². Attiecībā uz *Libertel* iebildumiem pret šo pagaidu atteikumu *BBM*, uzskatot, ka šis atteikums nav jāpārskata, ar 1997. gada 10. septembra vēstuli paziņoja savu galīgo atteikumu.

Saskaņā ar *LBM* 6.b pantu *Libertel* par šo atteikumu cēla prasību *Gerechtshof te 's-Gravenhage* (Hāgas apelācijas tiesa, Nīderlande), kas to noraidīja ar 1998. gada 4. jūnija spriedumu.

1998. gada 3. augustā *Libertel* iesniedza kasācijas sūdzību *Hoge Raad der Nederlanden* (Nīderlandes Augstākā tiesa), kas uzdeva Tiesai vairākus prejudiciālus jautājumus tostarp par Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta interpretāciju.

Tiesa vispirms atgādina, ka krāsa pati par sevi var būt preču zīme Direktīvas 89/104 2. panta izpratnē ar nosacījumu, ka tā ir apzīmējums, ko var attēlot grafiski un kas spēj nošķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. Tiesa uzskata, ka Direktīvas 2. un 3. pantā precizēto preču zīmes reģistrācijas šķēršļu skaits un detalizētais apraksts, kā arī plašās tiesību aizsardzības iespējas atteikuma gadījumā liecina par to, ka kompetentās iestādes veiktajai

¹² Beļģijas Karalistes, Luksemburgas Lielhercogistes un Nīderlandes Karalistes preču zīmju tiesības bija noregulētas kopējā likumā – Beniluksa vienotajā likumā par preču zīmēm (*Trb.* 1962, 58). Šis likums no 1996. gada 1. janvāra tika grozīts ar 1992. gada 2. decembra Protokolu, ar ko groza minēto likumu (*Trb.* 1993, 12), lai transponētu direktīvu šo trīs dalībvalstu tiesību sistēmās.

reģistrācijas pieteikuma pārbaudei nav jābūt minimālai. Lai izvairītos no tā, ka preču zīmes tiek reģistrētas nepamatoti, šai pārbaudei ir jābūt stingrai un pilnīgai. Tiesiskās drošības un labas pārvaldības iemeslu dēļ ir jānodrošina, lai preču zīmes, kuru izmantošana varētu tikt veiksmīgi apstrīdēta tiesā, netiktu reģistrētas.

Turpinājumā Tiesa norāda, ka, lai izvērtētu atšķirtspēju Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 3. punkta izpratnē, kas noteiktai krāsai var būt kā preču zīmei, ir jāņem vērā vispārējās intereses nepamatoti neierobežot krāsu pieejamību citiem uzņēmējiem, kuri piedāvā tāda veida preces un pakalpojumus, attiecībā uz ko lūgta reģistrācija. Krāsas kā tādas gadījumā atšķirtspējas esību pirms jebkādas izmantošanas Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē var iedomāties tikai izņēmuma apstākļos. Tomēr, pat ja krāsai kā tādai *ab initio* nav atšķirtspējas šajā izpratnē, tā to attiecībā uz pieprasītajām precēm un pakalpojumiem var iegūt izmantošanas rezultātā saskaņā ar šī panta 3. punktu. Šādu atšķirtspēju parasti var iegūt pēc tam, kad ir noticis normāls attiecīgās sabiedrības iepazīstināšanas process. Attiecībā uz krāsu kā tādu bez robežām telpā Tiesa uzskata, ka tai attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem var būt atšķirtspēja Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 3. punkta izpratnē, it īpaši ar nosacījumu, ka to var attēlot grafiski un ka šis attēlojums ir skaidrs, precīzs, pašpietiekams, viegli pieejams, saprotams, noturīgs un objektīvs. Šī pēdējā minētā prasība nevar tikt apmierināta, vienkārši uz papīra atspoguļojot attiecīgo krāsu, bet tā var tikt apmierināta, šo krāsu norādot ar starptautiski atzītu identifikācijas kodu.

Tiesa vēl precizē, ka krāsai kā tādai ir atšķirtspēja Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 3. punkta izpratnē, ar nosacījumu, ka, ņemot vērā konkrētās sabiedrības daļas uztveri, precī vai pakalpojumu, attiecībā uz kuru preču zīmes reģistrācija tiek lūgta, ar šo preču zīmi var identificēt kā tādu, kas nāk no noteikta uzņēmuma, un atšķirt šo precī vai pakalpojumu no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. Tiesa uzskata, ka tam, ka krāsas kā tādas reģistrācija par preču zīmi tiek lūgta attiecībā uz lielu skaitu preču vai pakalpojumu vai īpašu precī vai pakalpojumu, vai īpašu preču vai pakalpojumu grupu, ir nozīme, kopā ar citiem konkrētās lietas apstākļiem vērtējot gan to, vai krāsai, kuru lūgts reģistrēt, ir atšķirtspēja Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, gan to, vai tās reģistrācija atbilst vispārējām interesēm nepamatoti neierobežot krāsu pieejamību citiem uzņēmējiem, kuru piedāvāto preču un pakalpojumu veids atbilst precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz ko lūgta reģistrācija. Visbeidzot, Tiesa norāda, ka, lai izvērtētu, vai preču zīmei ir atšķirtspēja Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 3. punkta izpratnē, preču zīmju reģistrācijas jomā kompetentajai iestādei ir jāveic konkrēta pārbaude, ņemot vērā visus lietas apstākļus, it īpaši – preču zīmes izmantošanu.

Spriedums, 2003. gada 3. jūlijs, Best Buy Concepts/ITSB ("BEST BUY") (T-122/01, [EU:T:2003:183](#))

Kopienas preču zīme – Grafiska preču zīme, kas ietver vārdisku elementu "BEST BUY" – Absolūts atteikuma pamats – Atšķirtspēja – Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts

1999. gada 7. maijā prasītāja, pamatojoties uz Regulu (EK) Nr. 40/94, iesniedza ITSB Kopienas grafiskas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu. Reģistrācijai pieteiktā preču zīme bija veidota kā etiķete dzeltenā (fons) un melnā (burti, kontūra, aplis) krāsā, kurā iekļauts vārdiskais apzīmējums "BEST BUY" un elements "®". Pakalpojumi, attiecībā uz kuriem pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 35., 37. un 42. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām.

Ar 1999. gada 19. novembra lēmumu pārbaudītājs noraidīja reģistrācijas pieteikumu saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 38. pantu, pamatojoties uz to, ka uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi attiecas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunkts.

1999. gada 22. decembrī prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 59. pantu, iesniedza ITSB apelācijas sūdzību par pārbaudītāja lēmumu.

Ar 2001. gada 21. marta lēmumu ITSB Apelācijas padome noraidīja apelācijas sūdzību. Būtībā tā uzskatīja, ka attiecīgajam apzīmējumam nav atšķirtspējas, ka tas ir aprakstošs un ka tādēļ uz to attiecas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkta tiesību normas.

Izskatot prasību par minēto Apelācijas padomes lēmumu, kuru Vispārējā tiesa noraida, minētā tiesa nospiež, ka grafiskai preču zīmei, ko veido krāsainas etiķetes forma, kas ietver vārdisku apzīmējumu "BEST BUY" un elementu "®", kuru lūgts reģistrēt attiecībā uz uzņēmumu vadības konsultāciju pakalpojumiem (Nicas nolīguma 35. klase), aprīkojuma uzstādīšanu un uzturēšanu (37. klase), kā arī tehnisku konsultāciju un palīdzības sniegšanu specializēto veikalu izveidei (42. klase), nav atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Minēto vārdisko apzīmējumu, ko veido angļu valodas vispārpieņemtie vārdi, kuri acīmredzami norāda uz izdevīgu attiecību starp pieteikumā norādīto pakalpojumu cenu un to tirgus vērtību, konkrētā sabiedrības daļa nekavējoties uztver drīzāk kā vienkāršu reklāmas formulu vai saukli, nevis kā norādi uz pakalpojumu komerciālo izcelsmi. Tāpat krāsainas cenu etiķetes parasti izmanto tirdzniecībā attiecībā uz visu veidu precēm un pakalpojumiem, un ar "®" veida elementu esību līdzās citiem elementiem nepietiek, lai preču zīmei, aplūkojot to kopumā, piešķirtu atšķirtspēju. Līdz ar to reģistrācijai pieteikto preču zīmi kopumā veido tikai elementi, kuriem, aplūkojot tos atsevišķi, saistībā ar attiecīgo pakalpojumu tirdzniecību nav atšķirtspējas, nepastāvot mijiedarbībai starp šiem dažādajiem elementiem, kas varētu piešķirt atšķirtspēju kopumā.

Spriedums, 2010. gada 21. janvāris, Audi/ITSB (C-398/08 P, [EU:C:2010:29](#))

Apelācija – Kopienas preču zīme – Regula (EK) Nr. 40/94 – 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts un 63. pants – Vārdiska preču zīme “Vorsprung durch Technik” – Preču zīmes, ko veido reklāmas saukļi – Atšķirtspēja – Preču zīmes reģistrācijas pieteikums lielam skaitam preču un pakalpojumu – Konkrētās sabiedrības daļas – Vispārējs vērtējums un pamatojums – Jauni dokumenti

2003. gada 30. janvārī *Audi*, pamatojoties uz Regulu Nr. 40/94, lūdza ITSB kā Kopienas preču zīmi reģistrēt vārdisko preču zīmi “Vorsprung durch Technik”. Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 9., 12., 14., 16., 18., 25., 28., 35.–43. un 45. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

2004. gada 7. janvārī pārbaudītājs savā paziņojumā par atteikuma pamatiem uzskatīja, ka attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 12., 14., 25., 28., no 37. līdz 40. un 42. klasē un ir saistīti ar tehniku, izteikums “Vorsprung durch Technik” (progress ar tehnoloģijas palīdzību) esot objektīva norāde, kuru konkrētais patērētājs uztver kā aprakstošu reklāmu. Tādējādi attiecībā uz minētajām precēm un pakalpojumiem reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei neesot atšķirtspējas. Tomēr saistībā ar precēm, kas ietilpst 12. klasē, tas norādīja, ka minētās preču zīmes reģistrāciju varot pieļaut, jo attiecībā uz automobiļiem un to piederumiem šī preču zīme esot ieguvusi atšķirtspēju. Šajā sakarā tas norāda uz Kopienas vārdisko preču zīmi “Vorsprung durch Technik”, kura 2001. gada 27. aprīlī ar numuru 621086 tika reģistrēta attiecībā uz minētajām 12. klasē ietilpstošajām precēm.

Ar 2004. gada 24. februāra vēstuli *Audi* pārbaudītāja minētajā paziņojumā norādītos iemeslus apstrīdēja, it īpaši norādot, ka Kopienas preču zīme Nr. 621086 esot tikusi reģistrēta nevis tāpēc, ka tā ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, bet gan tāpēc, ka tai esot bijusi raksturīgā atšķirtspēja. Otrajā paziņojumā par atteikuma pamatiem, kas ir datēts ar 2004. gada 30. jūniju, pārbaudītājs paskaidroja, ka minētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma izskatīšanas brīdī viņš netīšām netika paziņojis *Audi*, ka minētā preču zīme tikusi reģistrēta, vienīgi pamatojoties uz tās iegūto atšķirtspēju. Tomēr, tā kā minētais pieteikums ir datēts ar 1997. gadu, tagad tiek prasīts, lai *Audi* iesniegtu pierādījumus, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz visām aptvertajām precēm un pakalpojumiem, ieskaitot tos, kas ietilpst 12. klasē.

Ar 2005. gada 12. janvāra lēmumu pārbaudītājs, atkārtojot savā 2004. gada 7. janvāra paziņojumā par atteikuma pamatiem norādītos iemeslus, daļēji noraidīja minētās preču zīmes reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 12., 14., 25., 28., no 37. līdz 40. un 42. klasē. Šajā jaunajā lēmumā par atteikumu tas arī konstatēja, ka attiecībā uz precēm, kas ietilpst 12. klasē, neesot tikuši iesniegti nekādi atšķirtspējas iegūšanas pierādījumi.

Ar apstrīdēto lēmumu Apelācijas otrā padome *Audi* iesniegto apelācijas sūdzību apmierināja attiecībā uz precēm, kas ietilpst 12. klasē, jo agrākais lēmums par preču

zīmes Nr. 621086 reģistrāciju pierādot, ka attiecībā uz transporta līdzekļiem un pārvietošanās līdzekļiem pa sauszemi reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju. Attiecībā uz pārējo, tas ir, citām precēm un pakalpojumiem, par kuriem pārbaudītājam radušies iebildumi, apelācijas sūdzība tika noraidīta.

Šajā sakarā Apelācijas padome uzskatīja, ka attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuri ir saistīti ar tehniku, pārbaudītāja veiktā nošķiršana esot šaubīga. Tā uzskatīja, ka "gandrīz visas preces un pakalpojumi attiecas uz tehniku, pat ja tas tā ir tikai nelielā mērā. Svarīga loma teknikai esot arī apgērba nozarē. Šādu preču ražotājam, kura tehnika ir progresīva, salīdzinot ar konkurējošiem uzņēmumiem, esot liela priekšrocība. Sauklis "Vorsprung durch Technik" sniedzot objektīvu ziņojumu, ka tehniskais pārākums ļauj ražot un sniegt labākas preces un pakalpojumus. Vārdu kombinācijai, kura aprobežojas ar šo banālo objektīvo ziņojumu, principā neesot atšķirtspējas. Ņemot vērā, ka, izņemot 12. klasē ietilpstošās preces, prasītāja neesot iesniegusi nekādu pierādījumu par saukļa "Vorsprung durch Technik" kā preču zīmes iesakņošanas sabiedrībā, reģistrācijas pieteikums tiktāl, ciktāl tas attiecas uz citās klasēs ietilpstošajām precēm un pakalpojumiem, esot jānoraida".

Ar pārsūdzēto spriedumu Vispārējā tiesa noraidīja prasību, ko *Audi* cēla par apstrīdēto lēmumu.

Izskatot lietu pēc *Audi* iesniegtās apelācijas sūdzības, Tiesa apmierināja apelācijas sūdzību, kas iesniegta par pārsūdzēto spriedumu.

Šajā sakarā tā uzskata, pirmkārt, ka ar to vien, ka konkrētā sabiedrības daļa preču zīmi uztver kā reklāmas formulu un ka, ņemot vērā tās cildinošo raksturu, to principā varētu pārņemt izmantošanai citi uzņēmumi, nepietiek, lai secinātu, ka šai preču zīmei nav atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Vārdiskas preču zīmes cildinošā konotācija nenoliedz, ka preču zīme tomēr varētu būt piemērota, lai patērētājiem garantētu ar to aptverto preču vai pakalpojumu izcelsmi. Tātad konkrētā sabiedrības daļa šādu preču zīmi var vienlaicīgi uztvert kā reklāmas formulu un preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes norādi. No minētā izriet, ka tiktāl, ciktāl šī sabiedrība preču zīmi uztver kā šīs izcelsmes norādi, tas, ka tā vienlaicīgi vai pat pirmām kārtām tiek uztverta kā reklāmas formula, tās atšķirtspēju neietekmē.

Otrkārt, Tiesa uzskata, ka nevar prasīt, lai reklāmas sauklim būtu "iztēles elements" vai pat "konceptuāls spriegums, kas radītu pārsteiguma un atpazīstamības rezultātu", lai tam būtu minimāla atšķirtspēja, ko pieprasa Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts.

Attiecībā uz iespēju, ka preču zīmei var būt vairākas nozīmes, ka tā var veidot vārdu spēli vai var tikt uztverta kā iztēles radīta, pārsteidzoša un negaidīta un šādā veidā var palikt atmiņā, – lai gan, lai konstatētu reklāmas saukļa atšķirtspēju, šādu īpašību esība nav obligāts nosacījums, tomēr to esība šim sauklim principā var piešķirt atšķirtspēju.

Treškārt, Tiesa norāda, ka preču zīmes, ko veido apzīmējumi vai norādes, kuras turklāt izmanto kā reklāmas saukļus, kvalitātes norādes vai izteikumus, kas pamudina iegādāties ar šīm preču zīmēm apzīmētās preces vai pakalpojumus, lielākā vai mazākā mērā jau pēc definīcijas sniedz objektīvu ziņojumu. Vienīgi šī iemesla dēļ šādas preču zīmes nav tādas, kurām nav atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

Gadījumā, ja šādas preču zīmes nav aprakstošas minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, tās var paust objektīvu ziņojumu, pat ja tas ir vienkāršs, un tomēr būt piemērotas, lai patērētājam norādītu uz attiecīgo preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi. Tas tā varētu būt it īpaši tad, ja šīs preču zīmes nevis tikai ietver vienkāršu reklāmas ziņojumu, bet gan tām ir zināma oriģinalitāte vai izteiksmīgums, tās prasa veikt minimālas pūles interpretācijai vai konkrētajā sabiedrības daļā izraisa kognitīvu procesu.

Visbeidzot un ceturtkārt, Tiesa uzsver, ka reklāmas sauklis “Vorsprung durch Technik”, kura reģistrācija pieteikta attiecībā uz “transporta līdzekļiem; pārvietošanās līdzekļiem pa sauszemi, gaisu vai ūdeni”, kuri ietilpst 12. klasē atbilstoši Nicas nolīgumam, kā arī precēm un pakalpojumiem, kuri ietilpst 9., 14., 16., 18., 25., 28., no 35. līdz 43. un 45. klasē, nav tāds, kuram nav atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

Pat ja pieņemtu, ka sauklis “Vorsprung durch Technik” pauž objektīvu ziņojumu, ka tehniskais pārākums ļauj ražot un sniegt labākas preces un pakalpojumus, šis apstāklis nedod pamatu secināt, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nav nekādas raksturīgās atšķirtspējas. Lai cik vienkāršs nebūtu šāds ziņojums, to nevar kvalificēt kā tādā mērā parastu, lai uzreiz un bez jebkādas turpmākas analīzes izslēgtu, ka minētā preču zīme ir piemērota, lai patērētājam norādītu uz attiecīgo preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi.

No minētā saukļa šis ziņojums acīmredzamā veidā neizriet. Vārdu secība “Vorsprung durch Technik”, kas nozīmē “progress ar tehnoloģijas palīdzību”, pirmajā skatījumā liek nojaust tikai cēlonisko sakaru, un tādēļ tai ir vajadzīgas zināmas interpretācijas pūles no sabiedrības puses. Turklāt šis sauklis liecina par zināmu oriģinalitāti un izteiksmīgumu, kas to padara viegli iegaumējamu. Visbeidzot, tā kā runa ir par saukli ar reputāciju, kuru reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs vairākus gadus izmanto, nevar noliegt, ka apstākļi, ka konkrētā sabiedrības daļa ir pieradusi noteikt saikni starp šo saukli un iesniedzēja ražotajiem automobiļiem, šai sabiedrībai arī atvieglo apzīmēto preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes identificēšanu.

Spriedums, 2020. gada 25. novembris, Brasserie St Avoild/EUIPO (Tumšas pudeles forma) (T-862/19, [EU:T:2020:561](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Starptautiska reģistrācija, ko attiecina uz Eiropas Savienību – Trīsdimensiju apzīmējums – Tumšas pudeles forma – Absolūts atteikuma pamats – Atšķirtspējas neesība – Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts

Brasserie St Avoild attiecināja uz Eiropas Savienību trīsdimensiju apzīmējuma starptautisko reģistrāciju. Apzīmējumu veido tumšas pudeles, kas aizdarīta ar kronķorķi, trīsdimensiju attēls. Pudeles korpusa apakšdaļa ir aptīta ar baltu etiķeti nevienmērīgi, izņemot izvirsījumu ar smailu galu augšup, kuram nav saskares ar šo pudeles korpusa daļu. Pieteikums par preču zīmes aizsardzību attiecas uz dzērieniem. *EUIPO* atteica starptautiskās reģistrācijas aizsardzību, pamatojoties uz to, ka apzīmējumam neesot atšķirtspējas Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē ¹³.

Vispārējā tiesa, kas izskata prasību atcelt *EUIPO* lēmumu, prasību noraida. Tā precizē nozarē pastāvošo normu un ieražu definīciju, izvērtējot trīsdimensiju preču zīmju, ko veido preces forma, atšķirtspēju.

Vispirms Vispārējā tiesa atgādina, ka, tā kā šķidriem produktiem, lai tos varētu tirgot, noteikti jābūt iepakotiem, vidusmēra patērētājs iepakojumam vispirms piedēvēs vienīgi šo funkciju. Atšķirtspēja ir tikai tādai preču zīmei, kas būtiski atšķiras no attiecīgajā nozarē pastāvošajām normām vai ieražām. Tādējādi, ja trīsdimensiju preču zīmi veido tās preces forma, attiecībā uz kuru to lūdz reģistrēt, vai šīs preces iesaiņojuma forma, ar to vien, ka šī forma ir šāda veida preču vai to iepakojuma parastās formas variants, nepietiek, lai pierādītu, ka minētajai preču zīmei ir atšķirtspēja.

Turpinājumā Vispārējā tiesa konstatē, ka *EUIPO* ir pierādījis, ka dzērienu nozarē pastāvošās normas un ieražas raksturo liela etiķešu formu un to izvietojuma veidu uz pudelēm dažādība. Vispārējā tiesa precizē, ka, pat pieņemot, ka aplūkoto preču etiķetes vairumā gadījumu ir taisnstūra un ir pilnībā piestiprinātas pudeles cilindriskā korpusa vienai daļai, nozarē pastāvošās normas un ieražas nevar reducēt līdz vienai – statistiski visizplatītākajai formai, bet tās aptver visas formas, ko patērētājs ir ieradis redzēt tirgū.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa uzsver, ka attiecīgā etiķete ir tikai jau pastāvošo formu iespējams variants. Tā būtiski neatšķiras no nozarē pastāvošajām normām vai ieražām. Līdz ar to Vispārējā tiesa nospriež, ka strīdīgais apzīmējums nevar apzīmēt attiecīgo preču izcelsmi. Tādēļ tam nepiemīt vajadzīgā minimālā atšķirtspēja.

¹³ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.).

Spriedums, 2021. gada 7. jūlijs, *Ardagh Metal Beverage Holdings/EUIPO* (Skaņu kombinācija, atverot gāzēta dzēriena skārdeni) (T-668/19, [EU:T:2021:420](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Eiropas Savienības preču zīmes, kuru veido skaņu kombinācija, atverot gāzēta dzēriena skārdeni, reģistrācijas pieteikums – Absolūts atteikuma pamats – Atšķirtspējas neesība – Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts – Regulas 2017/1001 95. panta 1. punkts

Ardagh Metal Beverage Holdings GmbH & Co. KG iesniedza *EUIPO* pieteikumu par skaņu apzīmējuma kā Eiropas Savienības preču zīmes reģistrāciju. Šis apzīmējums, kas ir iesniegts audiodatnes formā, atgādina skaņu, kura rodas, atverot dzērienu skārdeni, un kurai seko aptuveni vienu sekundi ilgs klusums un aptuveni deviņu sekunžu ilga dzirkstīšana. Reģistrācija tika pieteikta attiecībā uz dažādiem dzērieniem, kā arī metāla konteineriem transportēšanai un uzglabāšanai.

EUIPO noraidīja šo reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz to, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nav atšķirtspējas.

Vispārējā tiesa spriedumā noraida *Ardagh Metal Beverage Holdings* prasību un pirmo reizi lemj par audio formātā iesniegtas skaņu preču zīmes reģistrāciju. Tā sniedz precizējumus attiecībā uz skaņu preču zīmju atšķirtspējas vērtējuma kritērijiem un par to, kā patērētāji vispār uztver šādas preču zīmes.

Vispirms Vispārējā tiesa atgādina, ka skaņu preču zīmju atšķirtspējas ¹⁴ vērtējuma kritēriji neatšķiras no tiem, kas piemērojami citām preču zīmju kategorijām, un ka skaņu apzīmējumam ir jāpiemīt zināmam izteiksmīgumam, kas attiecīgajam patērētājam ļautu to uztvert kā preču zīmi, nevis kā funkcionāla rakstura elementu vai norādi bez piemītošām raksturiezīmēm ¹⁵. Tādējādi attiecīgo preču vai pakalpojumu patērētājam ir jāspēj, tikai uztverot preču zīmi, kad tā nav kombinēta ar tādiem citiem elementiem kā, piemēram, vārdiski vai grafiski elementi vai pat cita preču zīme, sasaistīt šo preču zīmi ar minēto preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi.

Turpinājumā, ciktāl *EUIPO* pēc analogijas ir piemērojis judikatūru ¹⁶, saskaņā ar kuru tikai tādai preču zīmei, kas būtiski atšķiras no attiecīgajā nozarē pieņemtā vai ierastā, netrūkst atšķirtspējas, Vispārējā tiesa uzsver, ka šī judikatūra ir tikusi attīstīta attiecībā uz trīsdimensiju preču zīmēm, kuras veido pašas preces forma vai tās iepakojums, lai gan pastāv attiecīgajā nozarē pieņemtais vai ierastais saistībā ar šo formu. Proti, tādā gadījumā attiecīgais patērētājs, kurš ir pieradis redzēt vienu vai vairākas nozarē pieņemtajam vai ierastajam atbilstošas formas, neuztvers trīsdimensiju preču zīmi kā preču komerciālās izcelsmes norādi, ja to veidojošā forma ir identiska vai līdzīga ierastajai formai vai formām. Vispārējā tiesa piebilst, ka šajā judikatūrā nav izveidoti

¹⁴ Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

¹⁵ Spriedums, 2016. gada 13. septembris, *Globo Comunicações e Participações/EUIPO* (Skaņu preču zīme) (T-408/15, [EU:T:2016:468](#), 41. un 45. punkts).

¹⁶ Skat. it īpaši spriedumu, 2004. gada 7. oktobris, *Mag Instrument/ITSB* (C-136/02 P, [EU:C:2004:592](#), 31. punkts).

jauni preču zīmes atšķirtspējas vērtējuma kritēriji, bet tajā ir vienīgi precizēts, ka, piemērojot šos kritērijus, vidusmēra patērētāja uztvere attiecībā uz trīsdimensiju preču zīmi ne vienmēr ir tāda pati, kāda tā ir attiecībā uz vārdisku, grafisku vai skaņu preču zīmi, ko veido apzīmējums, kas nav atkarīgs no preču, kuras tas aptver, ārējā izskata vai formas. Līdz ar to Vispārējā tiesa nospriež, ka minētā judikatūra attiecībā uz trīsdimensiju preču zīmēm principā nevar tikt piemērota skaņu preču zīmēm. Tomēr, lai gan *EUIPO* kļūdaini ir piemērojis šo judikatūru, Vispārējā tiesa konstatē, ka šī kļūda nevar padarīt par spēkā neesošu apstrīdētajā lēmumā, kas ir balstīts arī uz citu pamatojumu, izklāstīto argumentāciju.

Attiecībā uz šo citu pamatu, apgalvojot, ka konkrētā sabiedrības daļa reģistrācijai pieteikto preču zīmi uztver kā attiecīgo preču funkcionālu elementu, Vispārējā tiesa, pirmkārt, norāda, ka skārdenes atvēršanas laikā radusies skaņa, ņemot vērā attiecīgo preču veidu, patiešām tiks uzskatīta tikai par tehnisku un funkcionālu elementu. Proti, skārdenes vai pudeles atvēršana ir noteikts tehnisks risinājums saistībā ar rīkošanos ar dzērieniem to patēriņa nolūkā, tātad tāda skaņa netiks uztverta kā šo preču komerciālās izcelsmes norāde. Otrkārt, konkrētā sabiedrības daļa burbuļu dzirkstīšanas skaņu uzreiz saistīs ar dzērieniem. Turklāt Vispārējā tiesa norāda, ka skaņu elementiem un aptuveni vienu sekundi ilgām klusumam, aplūkotiem kopumā, nav nekādu raksturiezīmju, kas ļautu uzskatīt, ka šī sabiedrības daļa tos varētu uztvert kā norādi uz preču komerciālo izcelsmi. Šie elementi nav pietiekami izteiksmīgi, lai atšķirtos no līdzīgām skaņām dzērienu jomā. Līdz ar to Vispārējā tiesa apstiprina *EUIPO* secinājumus attiecībā uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas neesību.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa noraida *EUIPO* konstatējumu, saskaņā ar kuru ir neierasti tikai ar skaņas palīdzību norādīt preču komerciālo izcelsmi dzērienu un to iepakojumu tirgos, tādēļ ka šīs preces ir “klusas” līdz to patērēšanas brīdim. Proti, Vispārējā tiesa norāda, ka lielākā daļa preču ir “klusas” pašas par sevi un rada skaņu tikai to patērēšanas brīdī. Tātad tas vien, ka skaņa var izpausties tikai preces patērēšanas brīdī, nenožīmē, ka skaņu izmantošana, lai konkrētajā tirgū norādītu preces komerciālo izcelsmi, būtu arī neierasta. Vispārējā tiesa tomēr paskaidro, ka iespējamā *EUIPO* kļūda šajā ziņā nav pamats apstrīdētā lēmuma atcelšanai, jo tai neesot bijusi izšķiroša ietekme uz šī lēmuma rezolutīvo daļu.

Spriedums, 2024. gada 13. novembris, Administration of the State Border Guard Service of Ukraine/EUIPO (“RUSSIAN WARSHIP, GO FK YOURSELF”) (T-82/24, [EU:T:2024:821](#))**

*Eiropas Savienības preču zīme – Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes “RUSSIAN WARSHIP, GO F**K YOURSELF” reģistrācijas pieteikums – Absolūts atteikuma pamats – Atšķirtspējas neesība – Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts – Politisks sauklis – Vienlīdzīga attieksme – Labas pārvaldības princips – Regulas 2017/1001 71. panta 1. punkts*

Šajā spriedumā Vispārējā tiesa pirmo reizi pievēršas jautājumam par iespēju reģistrēt “politisku saukli” kā preču zīmi.

Ukrainas robežsardze, kas ir prasītāja, *Administration of the State Border Guard Service of Ukraine*, juridiskā priekštece, iesniedza *EUIPO* grafiska apzīmējuma “RUSSIAN WARSHIP, GO F**K YOURSELF” kā Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem ¹⁷. Pārbaudītājs pilnībā noraidīja šo reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta f) apakšpunktu, saskaņā ar kuru preču zīmes, kuras ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem, neregistrē. Prasītāja *EUIPO* iesniedza apelācijas sūdzību par pārbaudītāja lēmumu. Apelācijas padome ar apstrīdēto lēmumu ¹⁸ noraidīja apelācijas sūdzību, jo reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nav atšķirtspējas attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem un tādēļ tās reģistrācija ir jāatsaka saskaņā ar Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

Vispārējā tiesa norāda, ka prasītāja nepamatoti apgalvo, ka Apelācijas padome, reģistrācijai pieteikto preču zīmi kvalificējot kā “politisku saukli”, ir pieļāvusi kļūdu.

Faktiski reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē iekļautā frāze uzreiz pēc tās pirmās izmantošanas tika plaši izmantota, lai piesaistītu atbalstu Ukrainai un arī ļoti ātri kļuva par Ukrainas cīņas pret Krievijas Federācijas agresiju simbolu. Tādējādi šī frāze atkārtoti un ar mērķi paust un sekmēt atbalstu Ukrainai tika izmantota politiskā kontekstā. Šāda situācija precīzi atbilst izteikuma “politisks sauklis” definīcijai, uz ko pati prasītāja atsaukusies savā prasības pieteikumā, proti, politiskā vai sociālā kontekstā izmantots izteikums, kas atkārtoti kādu ideju vai mērķi, lai pārliecinātu sabiedrību vai kādu tās mērķgrupu.

Reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietvertā frāze tika ļoti intensīvi izmantota nekomerciālā kontekstā, un konkrētajai sabiedrības daļai tā noteikti ļoti asociēties ar šo kontekstu. Reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietvertā frāze ļoti ātri kļuva par Ukrainas cīņas pret Krievijas agresiju simbolu, kas saistīts ar kādu Ukrainas armijas karavīru un tādējādi – ar Ukrainu. Ņemot vērā to, cik plaši šo notikumu atspoguļoja mediji, šī frāze tiks saistīta ar šo neseno vēsturisko momentu, kas Savienības vidusmēra patērētājam ir labi zināms.

Šajā ziņā Vispārējā tiesa uzskata, ka Apelācijas padome nav pieļāvusi tiesību kļūdu, uzskatot, ka vispārējais princips, saskaņā ar kuru konkrētā sabiedrības daļa pievērš maz uzmanības apzīmējumam, kas tai uzreiz nesniedz norādi par attiecīgo preču un pakalpojumu izcelsmi, ņemot vērā, ka tā to nedz uztver, nedz atceras kā preču zīmi, piemērojams arī attiecībā uz apzīmējumiem, kuru galvenais vēstījums ir politiska rakstura.

Taču, ņemot vērā preču zīmes pamatfunkciju, proti, identificēt ar to aptvertās preces vai pakalpojuma izcelsmi, apzīmējums nespēj pildīt šo funkciju, ja vidusmēra patērētājs,

¹⁷ Konkrētāk, reģistrācijai pieteiktā preču zīme aptver preces un pakalpojumus, kas Nicas nolīguma izpratnē ietilpst 9., 14., 16., 18., 25., 28. un 41. klasē.

¹⁸ *EUIPO* Apelācijas pirmās padomes 2023. gada 1. decembra lēmums lietā R 438/2023-1.

sastopoties ar to, uztver vienīgi politisku vēstījumu, nevis preces vai pakalpojuma izcelsmes norādi.

Attiecībā uz pienākumu norādīt pamatojumu Vispārējā tiesa atgādina: ja tas pats atteikuma pamats ir sniegts attiecībā uz vienu preču vai pakalpojumu kategoriju vai grupu, kompetentā iestāde var aprobežoties ar vispārēju vērtējumu attiecībā uz visām attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem. Judikatūrā, protams, ir precizēts, ka šāda iespēja attiecas tikai uz tām precēm un pakalpojumiem, kuriem savā starpā ir pietiekami tieša un konkrēta saikne tādā mērā, ka tie veido preču vai pakalpojumu kategoriju vai grupu, kas ir pietiekami viendabīga. Tomēr tā norādīja – lai izvērtētu, vai starp precēm un pakalpojumiem ir pietiekami tieša un konkrēta saikne un vai tos var iedalīt pietiekama viendabīguma kategorijās vai grupās, jāņem vērā šīs rīcības mērķis – ļaut un atvieglot *in concreto* izvērtēt jautājumu par to, vai preču zīmi, uz kuru attiecas reģistrācijas pieteikums, skar kāds no absolūtajiem atteikuma pamatiem. Tādējādi attiecīgo preču un pakalpojumu sadalīšana vienā vai vairākās grupās vai kategorijās tostarp ir jāveic, pamatojoties uz tiem kopīgajām īpašībām, kurām ir nozīme saistībā ar analīzi par iespēju vai neiespējamību izvirzīt noteiktu absolūto atteikuma pamatu attiecībā uz preču zīmi, kuru lūgts reģistrēt saistībā ar šīm precēm un pakalpojumiem. No tā izriet, ka šāds vērtējums jāveic *in concreto* saistībā ar katra reģistrācijas pieteikuma pārbaudi un attiecīgajā gadījumā saistībā ar katru no dažādajiem eventuāli piemērojamajiem absolūtajiem atteikuma pamatiem.

Šajā lietā Apelācijas padome apstrīdētajā lēmumā uzskatīja, ka konkrētā sabiedrības daļa neuztveršot reģistrācijai pieteikto preču zīmi kā komerciālās izcelsmes norādi. Turklāt tā precizēja, ka reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietvertā frāze vispirms tikšot interpretēta kā politisks vēstījums un ka attiecībā uz visām precēm vai pakalpojumiem, ko aptver šī preču zīme, šī uztvere būšot identiska. No tā izriet, ka Apelācijas padome uzskatīja, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces un pakalpojumi veido pietiekami viendabīgu grupu, ņemot vērā absolūto atteikuma pamatu, kas tās ieskatā ir piemērojams attiecībā uz minētās preču zīmes reģistrāciju.

Ņemot vērā, ka Apelācijas padome pamatoti uzskatīja, ka konkrētā sabiedrības daļa reģistrācijai pieteikto preču zīmi uztvers nevis kā komerciālās izcelsmes norādi, bet gan kā politisku vēstījumu, kas veicina atbalstu Ukrainas cīņai pret Krievijas Federācijas militāro agresiju, tā pamatoti varēja sagrupēt visas ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces un pakalpojumus vienā kategorijā, lai gan tām piemīt atšķirīgas raksturīgās īpašības.

Tātad, ņemot vērā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes savdabīgumu un to, ka konkrētā sabiedrības daļa attiecībā uz visām reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm un pakalpojumiem to uztver identiski, Vispārējā tiesa nospriež, ka Apelācijas padome nav pieļāvusi kļūdu vērtējumā, uzskatot, ka minētās preces un pakalpojumi ir daļa no vienas grupas, uz kuru tādā pašā veidā attiecas atteikuma pamats, uz kuru tā balstījusies, un ka tā pamatoti secinājusi, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nav atšķirtspējas Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

Spriedums, 2025. gada 10. septembris, BVG/EUIPO (Melodijas skaņa) (T-288/24, [EU:T:2025:847](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Eiropas Savienības preču zīmes, ko veido melodijas skaņa, reģistrācijas pieteikums – Absolūts atteikuma pamats – Atšķirtspēja – Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts

Spriedumā Vispārējā tiesa atceļ *EUIPO*¹⁹ Apelācijas padomes lēmumu, pamatojoties uz to, ka pēdējā minētā nav pareizi izvērtējusi reģistrācijai pieteiktās Eiropas Savienības preču zīmes atšķirtspēju attiecībā uz skaņas apzīmējumu, ko veido melodijas skaņa, ņemot vērā Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

Prasītāja, *Berliner Verkehrsbetriebe (BVB)*, lūdza reģistrēt preču zīmi, ko veido melodijas skaņa, attiecībā uz noteiktiem transporta pakalpojumiem²⁰. Pēc tam, kad pārbaudītāja noraidīja šo pieteikumu, prasītāja iesniedza apelācijas sūdzību *EUIPO*.

Apelācijas padome konstatēja reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas neesību. Tā kā minētā preču zīme ir divu sekunžu skaņas apzīmējums, ko veido vienkārša četru dažādu uztveramu skaņu secība, tā ir tik īsa un banāla, ka patērētāji nespēs to atpazīt kā ar to apzīmēto pakalpojumu komerciālās izcelsmes norādi. Tā tiks uztverta vienkārši kā funkcionāls skaņas elements, kura mērķis ir piesaistīt klausītāja uzmanību.

Prasītāja par šo noraidošo lēmumu cēla prasību Vispārējā tiesā.

Vispārējā tiesa norāda, ka vairāki elementi ļauj uzskatīt, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes īpašības ilguma un izteiksmes ziņā drīzāk ļauj konstatēt atšķirtspējas esību, nevis tās neesību Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta un ar to saistītās judikatūras izpratnē.

Proti, pirmkārt, runājot par attiecīgās ekonomikas nozares ieražām, ir vispārzināms, ka transporta nozarē iesaistītie uzņēmumi arvien vairāk izmanto “džinglus”, proti, īsus skaņas motīvus, lai veidotu sabiedrībai atpazīstamu skaņu identitāti, kas ir līdzvērtīga preču zīmes vizuālajai identitātei, attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuri ar to saistīti. Šādi džingli ļauj piesaistīt klausītāju uzmanību vidē, kas dažkārt var būt trokšņaina, proti, lidostu zālēs vai dzelzceļa un autoceļu staciju pietātnēs, un ļauj arī sniegt vai pievienot vēstījumus, kuri paredzēti mērķauditorijai reklāmas nolūkā vai sakarā ar saistītajiem pakalpojumiem.

Otrkārt, melodijas skaņa, kas veido reģistrācijai pieteikto preču zīmi, nav tieši saistīta ar pakalpojumiem un nešķiet, ka to noteiktu tehniski vai funkcionāli apsvērumi. Turklāt nav pierādīts, ka šī skaņa jau būtu pazīstama sabiedrībai, tāpēc varētu prezumēt, ka tas ir oriģināldarbs. Šajā kontekstā var uzskatīt, ka melodijas skaņa drīzāk ir domāta kā džingls, proti, kā īsa, izteismīga skaņu virkne, kas, visticamāk, ir viegli iegaumējama.

¹⁹ *EUIPO* Apelācijas piektās padomes 2024. gada 2. aprīļa lēmums lietā R 2220/2023 5.

²⁰ Šie pakalpojumi ietilpst 39. klasē Nicas nolīguma izpratnē un atbilst šādam aprakstam: “Transports; pasažieru pārvadājumi; iesaiņojums un iesaiņošanas pakalpojumi; uzglabāšana; transporta organizēšana tūrismā”.

Turklāt šādu vērtējumu apstiprina lēmumpieņemšanas prakse un pamatnostādnes, kas *EU IPO* tiek izmantotas skaņu preču zīmju jomā un kas var būt atsaucis avots.

Ņemot vērā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes īpašības ilguma, izmantotās melodijas un uztveramo skaņu ziņā, kā arī dažādās agrāk sniegtās *EU IPO* norādes attiecībā uz šo īpašību nozīmi reģistrācijai pieteiktās skaņas preču zīmes atšķirtspējas vērtējumā, Apelācijas padomes vērtējums šķiet kļūdains, ņemot vērā gan attiecīgās nozares ieražas, gan elementus, kas raksturo reģistrācijai pieteikto preču zīmi. Ne reģistrācijai pieteiktās preču zīmes ilgums, ne tās apgalvotā vienkāršība vai banalitāte, kas pati par sevi neliedz atpazīt atbilstošo melodiju, nav šķēršļi, kas paši par sevi ir pietiekami, lai pamatotu jebkādas atšķirtspējas neesību.

Treškārt, Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu, uzskatot, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei ir tikai funkcionāla loma un ka transportlīdzekļos ir ierasts pirms paziņojumiem pa skaļruni atskaņot īsu skaņu virkni, lai pievērstu pasažieru uzmanību. Pat pieņemot, ka būtu jāparedz viena no reģistrācijai pieteiktās preču zīmes potenciālajām izmantošanas iespējām, proti, atsaukties uz tās izmantošanu stacijā, lai reklamētu saistīto transporta pakalpojumu, šāda izmantošana, pat ja tai ir funkcionāla loma, nekādi neliedz reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei īstenot tās funkciju norādīt minētā pakalpojuma komerciālo izcelsmi.

Ceturtkārt, attiecībā uz citiem ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem pakalpojumiem, kas tieši attiecas nevis uz transportu, bet gan uz saistītiem aspektiem, Vispārējā tiesa uzskata, ka no Apelācijas padomes apsvērumiem ir grūti saprast, no vienas puses, ar kādiem šo pakalpojumu aspektiem var būt saistīta šo preču zīmi veidojošā melodijas skaņa un, no otras puses, kā fakts, ka pieteiktā skaņas zīme var tikt izmantota šo pakalpojumu reklāmā, ir pretrunā tās kā preču zīmes reģistrācijai.

Ņemot vērā šos apsvērumus, Vispārējā tiesa secina, ka Apelācijas padome nav pareizi izvērtējusi reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspēju.

3. Aprakstošas preču zīmes

Sprīdums (plēnums), 2003. gada 23. oktobris, *ITSB/Wrigley* (C-191/01 P, [EU:C:2003:579](#))

Apelācija – Kopienas preču zīme – Regula (EK) Nr. 40/94 – Absolūts reģistrācijas atteikuma pamats – Atšķirtspēja – Preču zīmes, kas sastāv tikai no aprakstošiem apzīmējumiem vai norādēm – Formulējums “Doublemint”

1996. gadā *Wm Wrigley Jr. Company* (turpmāk tekstā – “*Wrigley*”) lūdza *ITSB* reģistrēt formulējumu “*Doublemint*” kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz košļājamajām gumijām.

Tā kā *ITSB* pārbaudītājs šo pieteikumu noraidīja, *Wrigley* iesniedza apelācijas sūdzību Apelācijas padomē. Tomēr tā to noraidīja, pamatojoties uz to, ka vārds “*Doublemint*”, kas

izriet no divu angļu vārdu kombinācijas, nepievienojot iztēles vai izdomātus elementus, ir aprakstošs attiecībā uz noteiktām košļājamās gumijas īpašībām, proti, to sastāvu, kas satur piparmētru un piparmētras garšu, un līdz ar to saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu to nevar reģistrēt kā Kopienas preču zīmi.

Prasība, ko *Wrigley* cēla par šo pēdējo minēto lēmumu Vispārējā tiesā, tika apmierināta. Vispārējā tiesa secināja, ka vārdu “Doublemint”, kas ir saistīts ar košļājamajām gumijām un ir neviennozīmīgs un ierosinošs, var dažādi interpretēt, un ka tas neļauj konkrētajai sabiedrības daļai nekavējoties un bez jebkādām pārdomām noskaidrot kādu attiecīgo preču īpašību. Tā kā šis vārds, pēc Vispārējās tiesas domām, nav tikai aprakstošs, tas nevar būt reģistrācijas atteikuma priekšmets.

Ar šo spriedumu Tiesa apmierina ITSB iesniegto apelācijas sūdzību par Vispārējās tiesas spriedumu un atceļ Vispārējās tiesas spriedumu.

Vispirms tā atgādina, ka Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā ir noteikts, ka neregistrē “preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kura tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības”.

Turpinājumā Tiesa uzskata, ka, lai ITSB noraidītu reģistrācijas pieteikumu, nav nepieciešams, lai apzīmējumi vai norādes, kas veido šajā pantā minētās preču zīmes, patiešām tiktu lietotas reģistrācijas pieteikuma brīdī nolūkā aprakstīt tādas preces vai pakalpojumus kā tie, par kuriem iesniegts reģistrācijas pieteikums, vai šo preču vai pakalpojumu īpašības. Kā tas norādīts pašā šīs tiesību normas formulējumā, pietiek, ka apzīmējumus un norādes var lietot šādam mērķim. Tādēļ ir jāatsaka vārdiskā apzīmējuma reģistrācija, piemērojot minēto tiesību normu, ja vismaz vienā no potenciālajām nozīmēm tas apzīmē attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašību.

Visbeidzot, Tiesa precizē, ka, ja 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu interpretētu tādējādi, ka tas liedz reģistrēt preču zīmes, kas ir “vienīgi aprakstošas” attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, saistībā ar kuriem ir pieteikta reģistrācija, vai to īpašībām, tas nozīmētu, ka ir jāpiemēro kritērijs, kurš nav noteikts šajā tiesību normā un kurā nav ievērots tās tvērums.

Spriedums, 2005. gada 12. janvāris, Deutsche Post EURO EXPRESS/ITSB (“EUROPREMIUM”) (T-334/03, [EU:T:2005:4](#)) ²¹

Kopienas preču zīme – Vārdisks apzīmējums “EUROPREMIUM” – Absolūts atteikuma pamats – Aprakstošs raksturs – Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts

²¹ Apelācijas sūdzība par šo spriedumu svītvoja no reģistra ar Tiesas priekšsēdētāja 2005. gada 14. decembra rīkojumu ITSB/*Deutsche Post EURO EXPRESS* (C-121/05 P, [EU:C:2005:767](#)).

Deutsche Post EURO EXPRESS GmbH iesniedza ITSB pieteikumu par vārdiska apzīmējuma “EUROPREMIUM” kā Kopienas preču zīmes reģistrāciju. Tā kā šis pieteikums tika noraidīts, *Deutsche Post EURO EXPRESS* iesniedza apelācijas sūdzību par pārbaudītāja lēmumu.

ITSB Apelācijas padome noraidīja apelācijas sūdzību, jo patērētāji preču zīmi “EUROPREMIUM” var uztvert kā norādi, ka precēm un pakalpojumiem, kas veido preču zīmes pieteikuma priekšmetu, ir izcila kvalitāte un ka to izcelsme ir Eiropā.

Savukārt, izskatot *Deutsche Post EURO EXPRESS* celto prasību par šo pēdējo minēto lēmumu, kuru Vispārējā tiesa atcēla, minētajai tiesai ir jāizvērtē reģistrācijai pieteiktā apzīmējuma aprakstošais raksturs ²².

Pirmkārt, Vispārējā tiesa uzskata, ka Kopienas preču zīmes reģistrācija, kas sastāv no apzīmējumiem vai norādēm, kuras turklāt izmanto kā reklāmas saukļus, norādes par kvalitāti vai izteicienus, kas mudina iegādāties preces vai pakalpojumus, uz ko attiecas šī preču zīme, ir iespējama, ja to izmanto ar nosacījumu, ka attiecīgo preču zīmi uzreiz var uztvert kā komerciālās izcelsmes apzīmējumu pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem, lai konkrētā sabiedrības daļa spētu nekļūdīgi atšķirt preču zīmes īpašnieka preces un pakalpojumus no precēm un pakalpojumiem ar citu komerciālu izcelsmi.

Šādas preču zīmes piemērotība tikt uztvertai par preču un pakalpojumu komerciālās izcelsmes norādi ir jāizvērtē saistībā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

Savukārt, lai preču zīmei piemērotu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, tai ir konkrēti, skaidri un objektīvi jānorāda uz attiecīgo preču vai pakalpojumu būtiskajām īpašībām.

Otrkārt, Vispārējā tiesa konstatē, ka nav pierādīts, ka vārdiskais apzīmējums “EUROPREMIUM”, kuru ir lūgts reģistrēt kā Kopienas preču zīmi, īpaši attiecībā uz precēm, kas izgatavotas no dažādiem materiāliem un paredzētas iesaiņošanai, uzglabāšanai vai pārvadāšanai, reklāmas vai vadības pakalpojumi vai palīdzība tirdzniecības jautājumos un transporta un glabāšanas pakalpojumi, kas ietilpst 16., 20., 35. un 39. klasē Nicas nolīguma izpratnē un ko vidusmēra angļu patērētājs var saprast kā norādi uz ļoti kvalitatīvām Eiropas izcelsmes precēm un pakalpojumiem, var kalpot, lai Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta nozīmē tieši apzīmētu minētās preces un pakalpojumus.

No vienas puses, attiecīgo apzīmējumu neveido sastāvdaļas, kas aprakstītu minētās preces un pakalpojumus, jo priedēklis “euro” ne tieši, ne arī minot kādu no būtiskām īpašībām nenorāda uz tiem un vārds “premium” ir tikai slavinošs termins, kura mērķis ir minēt īpašību, ko pieteikuma iesniedzējs vēlas pats attiecināt uz savām precēm, tomēr

²² Regulas 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

neinformējot patērētājus par piedāvāto preču vai pakalpojumu īpašām un objektīvām īpašībām.

No otras puses, nav atzīts, ka termins "europremium" kopumā ir vai var būt sugas vārds vai parasts nosaukums, ar ko identificēt vai raksturot attiecīgās preces vai pakalpojumus.

Spriedums, 2011. gada 10. marts, Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB (C-51/10 P, [EU:C:2011:139](#))

Apelācija – Kopienas preču zīme – Apzīmējums, kas sastāv tikai no cipariem – Pieteikums reģistrēt apzīmējumu "1000" kā preču zīmi attiecībā uz brošūrām, periodiskajiem izdevumiem un žurnāliem – Minētā apzīmējuma šķietami aprakstošais raksturs – Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas kritēriji – ITSB pienākums ņemt vērā savu agrāko lēmumu pieņemšanas praksi

Agencja Wydawnicza Technopol sp. z o.o. (turpmāk tekstā – "Technopol") iesniedza ITSB pieteikumu reģistrēt apzīmējumu "1000" kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz brošūrām, periodiskajiem izdevumiem un žurnāliem. Tomēr šis pieteikums tika noraidīts, pamatojoties uz to, ka apzīmējumam "1000" nav atšķirtspējas un tas ir attiecīgo preču satura vai citu īpašību aprakstoša norāde.

Apelācijas sūdzību, ko Technopol iesniedza par pārbaudītāja lēmumu, ITSB Apelācijas padome noraidīja, uzskatot, ka apzīmējums "1000" var kalpot, lai apzīmētu Technopol publikācijas, un ka katrā ziņā minētais apzīmējums nav atšķirtspējīgs, jo patērētājs to uztver kā slavinājumu minētajām publikācijām, nevis kā izcelsmes norādi.

Pēc tam Technopol cēla prasību Vispārējā tiesā, kas arī tika noraidīta. Tiesai, izskatot apelācijas sūdzību par Vispārējās tiesas spriedumu un to noraidot, bija iespēja pievērsties kritērijiem, kas attiecas uz absolūtā reģistrācijas atteikuma pamata piemērošanu saistībā ar apzīmējuma aprakstošo raksturu.

Pirmām kārtām, katrs no Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7. panta 1. punktā paredzētajiem reģistrācijas atteikuma pamatiem ir jāinterpretē, ņemot vērā tā pamatā esošās vispārējās intereses. Vispārējās intereses, kas ir minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā, ir – nodrošināt, ka apzīmējumus, kas ir aprakstoši attiecībā uz vienu vai vairākām to preču vai pakalpojumu īpašībām, attiecībā uz kuriem pieteikta apzīmējuma kā preču zīmes reģistrācija, var brīvi izmantot visi saimnieciskās darbības subjekti, kas piedāvā šādas preces vai pakalpojumus.

Lai nodrošinātu pilnīgu šīs brīvās izmantošanas mērķa īstenošanu, kura dēļ ITSB atsaka reģistrāciju, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, nav nepieciešams, lai attiecīgo apzīmējumu reģistrācijas pieteikuma brīdī patiešām izmantotu aprakstoši. Pietiek ar to, ka šo apzīmējumu var izmantot šādiem mērķiem. Tāpat šī atteikuma pamata piemērošana nav atkarīga no tā, vai pastāv konkrēta, aktuāla vai vērā ņemama pieejamības prasība, un tādēļ nav vērts noskaidrot to konkurentu

skaitu, kuriem varētu būt interese izmantot attiecīgo apzīmējumu. Turklāt nav svarīgi, ka pastāv citi apzīmējumi, kas ir ierastāki nekā aplūkojamais apzīmējums, lai apzīmētu tās pašas reģistrācijas pieteikumā minēto preču vai pakalpojumu īpašības. No iepriekš minētā izriet, ka minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošana neprasa, lai attiecīgais apzīmējums atbilstu ierastajam apzīmēšanas veidam.

Otrām kārtām, aprakstošajiem apzīmējumiem, kas minēti Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā, arī nav atšķirtspējas šīs regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Taču apzīmējumam var nebūt atšķirtspējas minētā 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē citu iemeslu, nevis tā iespējamā aprakstošā rakstura dēļ. Tādējādi pastāv noteikta attiecīgo 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas jomu pārklāšanās, un pirmā no šīm tiesību normām tomēr atšķiras no otrās, ciktāl tā aptver visus apstākļus, kuros ar apzīmējumiem nav iespējams nošķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem.

Šajos apstākļos, lai pareizi piemērotu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punktu, ir svarīgi parūpēties, lai šajā 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētā atteikuma pamata piemērošana būtu pienācīgi ierobežota, attiecinot to tikai uz gadījumiem, kas patiešām paredzēti ar šo atteikuma pamatu.

Trešām kārtām, Tiesa norāda, ka gadījumi, uz kuriem faktiski attiecas Regulas Nr. 40/94 zīmi 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais atteikuma pamats, ir gadījumi, kad apzīmējums, kuru lūgts reģistrēt kā preču zīmi, var apzīmēt preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem iesniegts pieteikums, "īpašību". Faktiski, minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā izmantojot vārdus "veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības", likumdevējs ir, pirmkārt, norādījis, ka veids, kvalitāte, daudzums, paredzētais nolūks, vērtība, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfiskā izcelsme un laiks visi ir jāuzskata par preču vai pakalpojumu īpašībām, un, otrkārt, precizējis, ka šis uzskaitījums nav izsmeļošs un var tāpat ietvert ikvienu citu preču vai pakalpojumu īpašību.

Tas, ka likumdevējs ir izvēlējis vārdu "īpašība", uzsver, ka apzīmējumi, uz ko attiecas minētā tiesību norma, nav apzīmējumi, kurus izmanto, lai apzīmētu preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem lūgta reģistrācija, īpatnību, kas ir viegli atpazīstama starp ieinteresētajām personām. Tādējādi atteikt apzīmējuma reģistrāciju, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, var vienīgi tad, ja ir saprātīgi paredzams, ka ieinteresētās personas to atpazīs kā aprakstu vienai no minētajām īpašībām.

Šiem precizējumiem ir īpaša nozīme attiecībā uz apzīmējumiem, ko veido tikai cipari. Faktiski, tā kā šādi apzīmējumi parasti tiek pielīdzināti skaitļiem, tos komercdarbībā var izmantot, lai apzīmētu daudzumu. Tomēr, lai varētu atteikt apzīmējuma, ko veido tikai cipari, reģistrāciju, pamatojoties uz 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, jo tas apzīmē

daudzumu, ir saprātīgi jāparedz, ka no ieinteresēto personu viedokļa daudzums, ko norāda šie cipari, raksturo preces vai pakalpojumus, attiecībā uz kuriem lūgta reģistrācija.

Ceturtām kārtām un visbeidzot, Tiesa atgādina, ka Regulas Nr. 40/94 12. panta b) punktā paredzētais noteikums izšķirošā veidā neietekmē interpretāciju noteikumam, kas paredzēts šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā. Minētās regulas 12. pants attiecas uz Kopienas preču zīmes spēka ierobežojumu, savukārt šīs regulas 7. pants attiecas uz pamatiem atteikumam reģistrēt apzīmējumus kā preču zīmes.

Apstāklis, ka minētais 12. panta b) punkts nodrošina, ka visi saimnieciskās darbības subjekti var brīvi izmantot norādes, kas attiecas uz preču vai pakalpojumu īpašībām, nekādā veidā neierobežo minētā 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta tvērumu. Gluži pretēji, minētais apstāklis nepārprotami parāda interesi, lai 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētais atteikuma pamats, kas turklāt ir absolūts, tiktu efektīvi piemērots visiem apzīmējumiem, kas var apzīmēt preču vai pakalpojumu, attiecībā uz ko lūgts tos reģistrēt kā preču zīmi, īpašību.

Spriedums, 2018. gada 25. oktobris, Devin/EUIPO – Haskovo (“DEVIN”) (T-122/17, [EU:T:2018:719](#)) ²³

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “DEVIN” – Absolūts atteikuma pamats – Aprakstošs raksturs – Ģeogrāfisks nosaukums – Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts)

2014. gada 11. jūlijā *Haskovo Chamber of Commerce and Industry (HCCI, Haskovas Tirdzniecības un rūpniecības palāta, Bulgārija)* iesniedza pieteikumu par Savienības vārdiskas preču zīmes “DEVIN”, kas pieder *Devin AD* un ko *EUIPO* reģistrējis 2011. gadā attiecībā uz precēm, kuras ietilpst 32. klasē Nicas nolīguma izpratnē un kuras ir bezalkoholiskie dzērieni, tostarp minerālūdens, spēkā neesības atzīšanu.

EUIPO Anulēšanas nodaļa apmierināja pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu, kas pamatots ar Regulas Nr. 207/2009 ²⁴ 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, un atzina attiecīgo preču zīmi par pilnībā spēkā neesošu, uzskatot, ka preču zīmi veido apzīmējums, kas var kalpot, lai apzīmētu preces ģeogrāfisko izcelsmi ²⁵. *EUIPO* Apelācijas padome noraidīja *Devin AD* iesniegto apelācijas sūdzību par šo lēmumu, pamatojoties uz to, ka Bulgārijas pilsēta Devina bija pazīstama plašai sabiedrībai Bulgārijā un ievērojamai patērētāju daļai tādās kaimiņvalstīs kā Grieķija un Rumānija, it īpaši kā slavens kūrorts, un ka šīs pilsētas nosaukums ieinteresēto personu vidū ir saistīts ar 32. klasē ietilpstošajām precēm, it īpaši minerālūdeņiem.

²³ Apelācijas sūdzība par šo spriedumu tika noraidīta ar 2019. gada 11. jūlija rīkojumu *Haskovo/Devin* (C-800/18 P, [EU:C:2019:606](#)).

²⁴ Padomes Regula (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.).

²⁵ Regulas 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

Spriedumā Vispārējā tiesa atceļ *EU IPO* Apelācijas padomes lēmumu un sniedz precizējumus par apzīmējuma, ko veido ģeogrāfisks nosaukums, aprakstošā rakstura vērtējumu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

Konkrēti attiecībā uz apzīmējumiem vai norādēm, kurus var izmantot, lai apzīmētu to preču kategoriju ģeogrāfisko izcelsmi vai galamērķi vai to pakalpojumu kategoriju sniegšanas vietu, attiecībā uz kuriem ir iesniegts Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikums, it īpaši ģeogrāfiskajiem nosaukumiem, Vispārējā tiesa atgādina, ka pastāv vispārēja interese aizsargāt to pieejamību, ņemot vērā to spēju ne tikai norādīt iespējamo attiecīgo preču vai pakalpojumu kategoriju kvalitāti un citas īpašības, bet arī dažādi ietekmēt patērētāju izvēli, piemēram, piesaistot preces vai pakalpojumus vietai, kas var izraisīt pozitīvas sajūtas.

Šajā ziņā, pirmkārt, kā preču zīmes neregistrē ģeogrāfiskus nosaukumus, ja tie apzīmē noteiktas ģeogrāfiskas vietas, kam jau ir zināma reputācija vai kas ir pazīstamas saistībā ar attiecīgo preču vai pakalpojumu kategoriju un ko tādēļ ieinteresētās personas saista ar šo kategoriju, un, otrkārt, neregistrē ģeogrāfiskos nosaukumus, ko var izmantot uzņēmumi un kas arī ir jāatstāj pieejami šiem uzņēmumiem kā attiecīgās preču vai pakalpojumu kategorijas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes.

Tomēr Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts principā neliedz reģistrēt ģeogrāfiskos nosaukumus, kas nav pazīstami ieinteresēto personu vidū vai vismaz nav pazīstami kā ģeogrāfiskas vietas apzīmējums, vai arī nosaukumus, saistībā ar kuriem apzīmētās vietas īpašību dēļ nav sagaidāms, ka ieinteresēto personu vidū varētu tikt uzskatīts, ka šī vieta ir attiecīgās preču vai pakalpojumu kategorijas izcelsmes vieta vai ka tā tur būtu radusies.

Turklāt attiecībā uz šāda apzīmējuma aprakstošā rakstura vērtējumu Vispārējā tiesa konstatē, ka *EU IPO* ir jāpierāda, ka ģeogrāfiskais nosaukums ir zināms ieinteresētajām personām kā vietas apzīmējums. Turklāt attiecīgajam nosaukumam pašlaik no ieinteresēto personu skatpunkta ir jābūt saiknei ar attiecīgo preču vai pakalpojumu kategoriju vai ir jābūt tā, ka var tikt saprātīgi paredzēts, ka šāds nosaukums no šīs sabiedrības skatpunkta varētu norādīt šīs preču vai pakalpojumu kategorijas ģeogrāfisko izcelsmi. Veicot šo vērtējumu, jo īpaši ir jāņem vērā tas, cik lielā mērā ieinteresēto personu vidū tiek atpazīts attiecīgais ģeogrāfiskais nosaukums, kā arī tā apzīmētās vietas un attiecīgo preču kategorijas vai pakalpojumu īpašības.

Šajā gadījumā Vispārējā tiesa nospriež, ka vārdiskā preču zīme "DEVIN" nav aprakstoša attiecībā uz ģeogrāfisko izcelsmi no Bulgārijas kaimiņvalstu, proti, Grieķijas un Rumānijas, ne arī no visu citu Savienības dalībvalstu, izņemot vienīgi Bulgāriju, vidusmēra patērētāju skatpunkta.

Lai gan ģeogrāfiskais nosaukums Devina ir zināms ieinteresētajām personām Bulgārijā, citu Savienības dalībvalstu ieinteresētajām personām ģeogrāfiskais nosaukums Devina lielākoties nav zināms vai vismaz nav zināms kā ģeogrāfiskas vietas apzīmējums.

Tas vien, ka Devinas pilsētu atrod interneta meklētājprogrammas, nav pietiekami, lai pierādītu, ka runa ir par vietu, kuru zina būtiska daļa no Grieķijas un Rumānijas konkrētās sabiedrības daļas. "Tūrisma profila esība internetā" pati par sevi nevarot būt pietiekama, lai pierādītu, ka konkrētā ārvalstu sabiedrības daļa zina par mazu pilsētu. Minerālūdens un dzērienu vidusmēra patērētājam Savienībā nav augsta līmeņa specializācijas ģeogrāfijā vai tūrismā. Apelācijas padome, nepamatoti fokusējoties uz ārvalstu tūristiem, it īpaši grieķiem un rumāņiem, kas apmeklē Bulgāriju vai Devinu, nav ņēmusi vērā visu konkrēto sabiedrības daļu, kuru veido Savienības, tostarp Grieķijas un Rumānijas, vidusmēra patērētāji, taču ir kļūdaini fokusējusies uz konkrētās sabiedrības daļas minimālu vai niecīgu daļu, proti, ārvalstu tūristiem, kas apmeklē Bulgāriju vai Devinu, kas katrā ziņā ir nenozīmīga un šai sakarā nevar būt pietiekami reprezentatīva judikatūras izpratnē. Tādējādi Apelācijas padome ir piemērojusi nepareizu testu, kas ir izraisījis to, ka ir veikts kļūdainš faktu vērtējums par to, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver vārdu "devin".

Attiecībā uz ģeogrāfiskā nosaukuma Devina pieejamību ir jāuzskata, ka vārda "Devin" aprakstošā izmantošana ir atļauta, lai veicinātu pilsētu kā tūrisma galamērķi. Regulā Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi pašā ekskluzīvo tiesību, kas piešķirtas ar šādu preču zīmi, definīcijā ir paredzēti aizsardzības līdzekļi, lai aizsargātu trešo personu intereses. Devinas pilsētas nosaukums paliek pieejams trešām personām ne tikai aprakstošai izmantošanai, tādai kā šīs pilsētas tūrisma popularizēšana, bet arī kā atšķirtspējīgs apzīmējums "pietiekama iemesla" gadījumā un nepastāvot sajaukšanas iespējai, kas izslēdz Regulas Nr. 207/2009 8. un 9. panta piemērošanu. Vispārējā interese saglabāt tāda ģeogrāfiskā nosaukuma kā Devinas karsto avotu kūrortpilsētas nosaukuma pieejamību tādējādi var tikt aizsargāta ar atļaujām šādu nosaukumu aprakstošai izmantošanai un aizsardzības līdzekļiem, ar kuriem tiek ierobežotas apstrīdētās preču zīmes īpašnieka ekskluzīvās tiesības, un nav nepieciešams atzīt šo preču zīmi par spēkā neesošu.

Spridums, 2019. gada 7. maijs, Fissler/EUIPO ("vita") (T-423/18, [EU:T:2019:291](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Eiropas Savienības vārdiskās preču zīmes "vita" reģistrācijas pieteikums – Absolūti atteikuma pamati – Atšķirtspējas neesība – Aprakstošs raksturs – Jēdziens "īpašība" – Krāsas nosaukums – Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts

Ar 2019. gada 7. maijā pasludināto spriedumu *Fissler/EUIPO* ("vita") (T-423/18) Vispārējā tiesa atcēla *EUIPO* lēmumu, ar kuru atteikta vārdiskās preču zīmes "vita" kā Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācija attiecībā uz tādām precēm kā virtuves kombaini, elektriskie vārīšanas katli un mājssaimniecības piederumi. Šajā lietā *EUIPO* bija atteicis minētās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz precēm, kas ietilpst 7., 11. un 21. klasē (tostarp elektriskie virtuves kombaini, elektriskie augstspiediena vārīšanas katli un mājssaimniecības piederumi), pamatojoties uz to, ka šī preču zīme ir aprakstoša un tai nepiemīt atšķirtspēja (Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts). Tas

it īpaši uzskatīja, ka pieteiktā preču zīme ir termins zviedru valodā ("vita" ir vārda "vit", kas zviedru valodā nozīmē "balts", noteiktā un daudzskaitļa forma) un konkrētā sabiedrības daļa ir zviedru valodā runājošā Eiropas Savienības sabiedrība. EUIPO būtībā balstīja pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu uz diviem pamatiem. Pirmkārt, attiecīgās preces esot pieejamas baltā krāsā, diezgan parastā veidā, lai gan tā nav izplatītākā krāsa. Otrkārt, šīs preces bieži tiek sauktas par "vitvaror" ("baltās preces") zviedru valodā.

Runājot par vairāk vai mazāk parastu baltās krāsas izmantošanu attiecīgo preču ražošanai, Vispārējai tiesai bija jānosaka, vai šādu izmantošanu var kvalificēt kā šo preču "īpašību" judikatūras izpratnē. Vispārējā tiesa atgādināja, ka apzīmējuma reģistrāciju var atteikt tā aprakstošā rakstura dēļ (balstoties uz Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu), vienīgi tad, ja ir saprātīgi paredzams, ka ieinteresētās personas to patiešām atpazīs kā aprakstu kādai no minētajām īpašībām. Turklāt, lai gan nav nozīmes tam, vai šāda īpašība ir pamatīpašība vai papildīpašība komerciālā ziņā, īpašībai minētā panta izpratnē tomēr ir jābūt "objektīvai īpašībai, kas izriet no preces [vai pakalpojuma] rakstura", kā arī "raksturīgai un pastāvīgai" attiecībā uz šo precī vai pakalpojumu.

Šajā lietā Vispārējā tiesa secināja, ka balta krāsa nav uzskatāma par attiecīgo preču (piemēram, virtuves kombaini, elektriskie katli un mājstāvēšanas piederumi) "raksturīgu" īpašību, kas "izriet no [šo preču] rakstura", bet ir tikai nejaušs un gadījuma rakstura aspekts, kas attiecīgā gadījumā var piemist tikai daļai no šīm precēm un kam katrā ziņā nav tiešas un tūlītējas saistības ar to raksturu. Proti, šādas preces ir pieejamas daudzās krāsās, tostarp – bez jebkāda pārsvara – arī baltā krāsā. Tas vien, ka attiecīgās preces vairāk vai mazāk ierasti un citu krāsu starpā ir pieejamas arī baltā krāsā, nav apstrīdēts, bet izrādās, ka tas nav iedarbīgs, jo judikatūras izpratnē nav "saprātīgi" izdarīt pieņēmumu, ka tikai šī apstākļa dēļ konkrētā sabiedrības daļa balto krāsu faktiski atzīs par šīm precēm raksturīgas un no to rakstura izrietošas īpašības aprakstu. Tādējādi vārds "vita" nav aprakstošs attiecībā uz konkrēto preču īpašībām un līdz ar to neietilpst Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā minētā atteikuma pamata piemērošanas jomā.

Turklāt Vispārējā tiesa atgādināja, ka Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta, ar kuru ir liegts reģistrēt preču zīmes bez atšķirtspējas, pamatā esošās vispārējās intereses ir patērētāju aizsardzība, ļaujot patērētājam bez sajaukšanas iespējas atšķirt ar preču zīmi aptverto preču vai pakalpojumu izcelsmi atbilstoši tās būtiskai izcelsmes norādes funkcijai, savukārt 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, kas liedz reģistrēt aprakstošu preču zīmi, pamatā esošās vispārējās intereses koncentrējas uz konkurentu aizsardzību pret risku, ka viens operators varētu monopolizēt norādes, kas apraksta attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašības. Tādējādi tas, ka preču zīme nav aprakstoša, kā tas ir šajā lietā, tomēr nenozīmē, ka tai ir atšķirtspēja.

Uzskatot, ka konkrētā sabiedrības daļa uztvers pieteikto preču zīmi nevis kā vienkāršu objektīvu ziņojumu, saskaņā ar kuru minētās preces ir pieejamas baltā krāsā, bet drīzāk

kā norādi uz to izcelsmi, Vispārējā tiesa būtībā secināja, ka minētajai preču zīmei piemīt atšķirtspēja.

Ņemot vērā visu iepriekš minēto, Vispārējā tiesa apmierināja abus prasības pamatus un atcēla *EUIPO* lēmumu.

Spriedums, 2025. gada 16. jūlijs, Iceland Foods/EUIPO – Íslandsstofa (Promote Iceland) u.c. (“ICELAND”) (T-105/23, [EU:T:2025:729](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “ICELAND” – Absolūts spēkā neesības pamats – Aprakstošs raksturs – Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts)

Spriedumos Vispārējā tiesa lemj par divu apzīmējumu, kuros ir ietverts Eiropas valsts nosaukums (“ICELAND”), aprakstošo raksturu un noraida prasības, kas celtas par *EUIPO* Paplašinātās apelācijas padomes lēmumiem, tāpēc ka šie apzīmējumi apraksta preču un pakalpojumu, uz kuriem tie attiecas, ģeogrāfisko izcelsmi vai to īpašības.

Prasītāja *Iceland Foods Ltd* attiecīgi 2002. gada 19. aprīlī un 2013. gada 12. februārī iesniedza *EUIPO* pieteikumus par vārdiska apzīmējuma “ICELAND” un grafiska apzīmējuma “Iceland” reģistrāciju attiecībā uz vairākām precēm un pakalpojumiem. Pēc tam *EUIPO* Anulēšanas nodaļā tika iesniegti divi pieteikumi par attiecīgo preču zīmju spēkā neesības atzīšanu attiecībā uz dažām ar šīm preču zīmēm aptvertajām precēm un pakalpojumiem ²⁶. Anulēšanas nodaļa apmierināja pieteikumus par spēkā neesības atzīšanu attiecībā uz visām attiecīgajām precēm un pakalpojumiem.

Prasītāja par katru Anulēšanas nodaļas lēmumu iesniedza apelācijas sūdzību. Ar 2022. gada 15. decembra lēmumiem Paplašinātā apelācijas padome noraidīja šīs apelācijas sūdzības (turpmāk tekstā – “apstrīdētie lēmumi”). Paplašinātā apelācijas padome norādīja, ka konkrētā sabiedrības daļa, proti, plaša angļu valodā runājošā Eiropas Savienības sabiedrība, apstrīdētās preču zīmes uztver kā norādi uz to, ka ar tām aptverto preču un pakalpojumu izcelsmes valsts ir Islande, un ka tās ir uzskatāmas par aprakstošām ²⁷. Konstatējusi, ka pietiek ar to, ka ir piemērojams viens no absolūtajiem atteikuma pamatiem, lai apzīmējumus nevarētu reģistrēt kā Eiropas Savienības preču zīmi, Paplašinātā apelācijas padome secināja: katrā ziņā, ja apstrīdētās preču zīmes būtu

²⁶ Preces un pakalpojumi ietilpst 7., 11., 16., 29.–32. un 35. klasē un 29., 30. un 35. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

²⁷ Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta, kas kļuva par Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, kurš savukārt aizstāts ar Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, izpratnē.

jāizvērtē arī no to atšķirtspējas ²⁸ skatpunkta, neizbēgami tiktu uzskatīts, ka tām tādas nav ²⁹.

Tāpēc prasītāja cēla prasību Vispārējā tiesā par katru no apstrīdētajiem lēmumiem ³⁰.

Vispārējā tiesa vispirms atgādina, ka ir izslēgta divu veidu ģeogrāfisko nosaukumu reģistrācija. Pirmais ir ģeogrāfisko nosaukumu kā preču zīmju reģistrācija, ja tie apzīmē noteiktas ģeogrāfiskas vietas, kuras jau ir zināmas vai kuras ir pazīstamas saistībā ar attiecīgo preču vai pakalpojumu kategoriju un kuras tādējādi ieinteresēto personu uztverē ir saistītas ar šo kategoriju. Otrais ir tādu ģeogrāfisko nosaukumu reģistrācija, kurus var izmantot uzņēmumi un kuri arī tiem ir jāatstāj pieejami kā attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes.

Turklāt Vispārējā tiesa konstatē – lai izvērtētu apstrīdēto preču zīmju aprakstošo raksturu, ir jāņem vērā visi atbilstošie faktori, tādi kā zināšanas par Islandi un tās iezīmēm un saikne starp preču un pakalpojumu kategorijām un apstrīdētajām preču zīmēm.

Šajā ziņā jānorāda, ka apstrīdētās preču zīmes apzīmē tādas Eiropā esošas valsts nosaukumu, ko patiešām veido salīdzinoši mazapdzīvota teritorija, taču tai ir lielāka platība nekā dažām Savienības un Eiropas Ekonomikas zonas (EEZ) dalībvalstīm.

Tādējādi Vispārējā tiesa norāda, ka vārdu “Iceland” zina būtiska konkrētās sabiedrības daļa, ko veido plaša angliki runājošā Savienības sabiedrība.

Turklāt Vispārējā tiesa apstiprina, ka pierādījumi, uz kuriem balstījies Paplašinātā apelācijas padome, pierāda, ka, pirmkārt, Islande ir videi draudzīga valsts, it īpaši daudzo ģeotermālās un hidroenerģijas elektrostaciju dēļ, otrkārt, Islande ir tūristu galamērķis un, treškārt, Islande piedāvā plašu preču un pakalpojumu klāstu, vienlaikus uzturot nozīmīgas tirdzniecības attiecības ar EEZ valstīm.

Vispārējā tiesa arī norāda, ka ir jāņem vērā apstākļu kopums, kas pastāv attiecīgās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā, tostarp ņemot vērā uz nākotni vērstu pieeju, un nav jāaprobežojas tikai ar jautājumu par Islandes “reputāciju”, kas konkrētajai sabiedrības daļai ir bijusi vai kas tai nākotnē varētu būt saistībā ar precēm un pakalpojumiem, kuri aptverti ar apstrīdētajām preču zīmēm. Turklāt Islandes dažādās iezīmes ir svarīgas, lai noteiktu, cik lielā mērā attiecīgo preču vai pakalpojumu ģeogrāfiskajai izcelsmei no ieinteresēto personu viedokļa var būt nozīme, izvērtējot attiecīgo preču vai pakalpojumu kvalitāti vai citas īpašības. Šo pašu iemeslu dēļ Vispārējā

²⁸ Iepriekš minētās Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta, kas kļuva par Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, kurš savukārt aizstāts ar Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, izpratnē.

²⁹ Pieteikuma par spēkā neesības atzīšanu iesniedzēju apgalvojumu, ka attiecīgās preču zīmes ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai (Regulas Nr. 40/94 51. panta 1. punkta a) apakšpunkta (kļuvis par Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu, kas savukārt kļuvis par Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta a) apakšpunktu) un Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta f) apakšpunkta (kļuvis par Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta f) apakšpunktu, kas savukārt kļuvis par Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta f) apakšpunktu) tiesību normu izpratnē), Paplašinātā apelācijas padome noraidīja kā nepieņemamu tā novēlotas iesniegšanas dēļ. Tādējādi šo jautājumu nav izskatījusi ne Apelācijas padome, ne vēlāk Vispārējā tiesa.

³⁰ Lietas, 2025. gada 16. jūlijs, *Iceland Foods/EUIPO – Íslandsstofa (Promote Iceland)* u.c. (“ICELAND”) (T-105/23) par vārdisko preču zīmi “ICELAND” un *Iceland Foods/EUIPO – Icelandic Trademark (“Iceland”)* (T-106/23) par grafišķo preču zīmi “Iceland”.

tiesa nospriež, ka Paplašinātā apelācijas padome pamatoti ir ņēmusi vērā ekonomisko labklājību, tostarp iekšzemes kopprodukta, kvalificēta darbaspēka vai dažādu nozaru klātbūtnes vērtējumu, jo šie kritēriji varētu ļaut noteikt, vai Islande varētu kļūt zināma vai pazīstama kā attiecīgo preču un pakalpojumu ģeogrāfiskās izcelsmes vieta.

Turpinājumā attiecībā uz precēm, kuras ietver augu un dzīvnieku izcelsmes pārtikas produktus un cilvēku patēriņam paredzētus šķidrumus, Vispārējā tiesa uzskata, ka apstrīdētajām preču zīmēm ir aprakstošs raksturs attiecībā uz šīm precēm. Tātad apstrīdēto preču zīmju reģistrācijas datumā Islande ražoja un eksportēja šādas preces un varēja ražot citas preces, līdz ar to, ja kāda no šīm precēm tiek tirgota ar kādu no apstrīdētajām preču zīmēm, tās var tikt uztvertas kā tādas, kuru izcelsme ir šī valsts. Turklāt, pieņemot, ka pašreizējais pārtikas produktu eksports no Islandes kopumā nav relatīvi nozīmīga tās eksporta daļa, Vispārējā tiesa uzskata, ka šis apgalvojums neļauj apšaubīt aprakstošo saikni starp preču zīmi un aptvertajām precēm, jo tajā nav ņemts vērā perspektīvs skatījums par saikni, kas saprātīgi var tikt veidota starp apstrīdēto preču zīmi un aptvertajām precēm.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa konstatē, ka Paplašinātā apelācijas padome ir veikusi detalizētu apstrīdēto preču zīmju aprakstošā rakstura analīzi, ņemot vērā visas attiecīgās preces un pakalpojumus. Turklāt attiecībā uz grafisko preču zīmi "Iceland"³¹ tā papildus norāda, ka ne apstrīdētās preču zīmes tipogrāfiskais noformējums, ne krāsa nepiešķir tai neierastu vai uzkrītošu efektu. Proti, minētās preču zīmes vārdiskais elements ir attēlots standarta balto burtu šriftā bez jebkādām tipogrāfiskām īpatnībām. Lai gan, protams, tas ir izvietots uz sarkana, oranža un dzeltena taisnstūra fona, kura dzeltenā un oranžā krāsa rada nedaudz izbalējušu iespaidu, krāsainais fons, jo īpaši oranžā un dzeltenā krāsa, pēc būtības ir ierasts reklāmā vai uz iepakojuma, tāpēc patērētājs to uzskata par dekoratīvu elementu. Šādos apstākļos attiecīgās apstrīdētās preču zīmes grafiskie elementi kalpo tikai šīs preču zīmes vārdiskā elementa izcelšanai un nekādā veidā nemaina šī elementa pausto aprakstošo saturu.

Attiecībā uz Regulas Nr. 40/94³² 12. panta b) punktu par preču zīmes ietekmes ierobežošanu, kas ļautu izmantot nosaukumu "Iceland" tikai Islandes komercsabiedrībām, Vispārējā tiesa atgādina, ka šīs tiesību normas mērķis it īpaši ir risināt problēmas, kas rodas, ja ir reģistrēta preču zīme, kas pilnībā vai daļēji veido kādu ģeogrāfisku nosaukumu, un tā nepiešķir trešām personām tiesības izmantot šādu nosaukumu kā preču zīmi, bet tikai nodrošina, ka tās var to izmantot aprakstošā veidā, t.i., kā norādi uz ģeogrāfisko izcelsmi, ar nosacījumu, ka tā izmantošana atbilst godīgai rūpnieciskai vai komerciālai praksei. Turklāt apstāklis, ka Regulas Nr. 40/94 12. panta b) punkts nodrošina, ka visi saimnieciskās darbības subjekti var brīvi izmantot norādes, kas attiecas uz preču vai pakalpojumu īpašībām, neļauj nodrošināt šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā esošo vispārējo interešu aizsardzību. Gluži pretēji,

³¹ 2025. gada 16. jūlija spriedums *Iceland Foods/EUIPO – Icelandic Trademark ("Iceland")* (T-106/23, [EU:T:2025:730](#)).

³² Kļuvis par Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punktu, kas savukārt kļuvis par Regulas 2017/1001 14. panta b) punktu.

minētais apstāklis norāda uz interesi, lai Regulas Nr. 40/94 51. panta 1. punkta a) apakšpunktā, lasot to kopsakarā ar minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, paredzētais absolūtais spēkā neesības pamats faktiski tiktu piemērots visiem apzīmējumiem, kas var apzīmēt to preču vai pakalpojumu īpašības, attiecībā uz kuriem preču zīme ir reģistrēta.

4. Preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri kļuvuši par ierastiem

Spriedums, 2006. gada 16. marts, Telefon & Buch/ITSB – Herold Business Data (“WEISSE SEITEN”) (T-322/03, [EU:T:2006:87](#))

Kopienas preču zīme – Prasības pieņemamība – Neparedzēti apstākļi – Pieteikums par spēkā neesības atzīšanu – Regulas (EK) Nr. 40/94 51. panta 1. punkta a) apakšpunkts – Vārdiska preču zīme “WEISSE SEITEN” – Absolūti atteikuma pamati – Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunkts

Telefon & Buch Verlagsgesellschaft mbH iesniedza ITSB pieteikumu reģistrēt vārdkopu “WEISSE SEITEN” attiecībā uz dažādām precēm³³. Herold Business Data GmbH & Co. KG, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) un g) apakšpunktu, lūdza atzīt šo reģistrāciju par spēkā neesošu. Anulēšanas nodaļa daļēji apmierināja šo pieteikumu. Apelācijas padome savukārt atzina preču zīmi par spēkā neesošu, pamatojoties uz to, ka attiecībā uz precēm, kas ietilpst 9. un 16. klasē, to veido vienīgi apzīmējumi vai norādes, kas ir kļuvušas ierastas ikdienas valodā vai godīgas un pastāvīgas tirdzniecības praksē. Turklāt tā uzskatīja, ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts ir piemērojams arī attiecībā uz visām attiecīgajām precēm un pakalpojumiem.

Izskatot prasību par minēto lēmumu, kuru Vispārējā tiesa noraida, minētā tiesa vispirms uzsver, ka preču zīmes ierastumu var izvērtēt tikai tad, ja, no vienas puses, salīdzina ar preču zīmi apzīmētās preces un pakalpojumus, pat ja attiecīgā preču zīme tieši uz tiem neatsaucas, un, no otras puses, aplūkojot, kā šo preču zīmi uztver tās mērķa sabiedrības daļa. Turpinājumā attiecībā uz pēdējo minēto tā precizē, ka ir jāņem vērā prezumpcija par to, ko sagaida attiecīgā produkta veida vidusmēra patērētājs, kurš tiek uzskatīts par samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu. Visbeidzot, tā norāda, ka ar tādu preču zīmi veidojošiem apzīmējumiem vai norādēm, kuri kļuvuši ierasti sarunvalodā vai tirdzniecības *bona fide* un iedibinātajā praksē preču vai pakalpojumu apzīmēšanai, uz ko šī preču zīme attiecas, nav iespējams atšķirt kāda uzņēmuma preces vai pakalpojumus

³³ Runa bija par precēm, kas ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem un tādēļ minētie apzīmējumi vai norādes neīsteno minētās preču zīmes būtisko funkciju.

Nemot vērā šos apsvērumus, Vispārējā tiesa uzskata, ka šajā gadījumā vārdkopu "WEISSE SEITEN" nevarēja reģistrēt kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz precēm, kas Nicas nolīguma izpratnē ietilpst 9. un 16. klasē, jo pastāv Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta d) apakšpunktā paredzētais absolūtais atteikuma pamats, jo ir pierādīts, ka vācu valodā runājošam vidusmēra patērētājam preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī vārdkopa "weiße Seiten" bija kļuvusi par sugas vārdu privātpersonu tālrunu katalogiem, kas izdoti ne tikai papīra formā, bet arī elektroniski.

Spriedums, 2018. gada 18. maijs, Mendes/EUIPO – Actial Farmaceutica ("VSL#3") (T-419/17, [EU:T:2018:282](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Atcelšanas process – Eiropas Savienības vārdiska preču zīme "VSL#3" – Preču zīme, kas kļuvusi par sugas vārdu tirdzniecībā precei vai pakalpojumam, attiecībā uz ko tā reģistrēta – Preču zīme, kas var maldināt sabiedrību – Regulas (EK) Nr. 207/2009 51. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 58. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts)

Actial Farmaceutica Srl bija Eiropas Savienības vārdiskas preču zīmes "VSL#3" īpašniece attiecībā uz farmaceitiskajiem produktiem. *Mendes s.u.r.l.* iesniedza pieteikumu par šīs preču zīmes atcelšanu, apgalvojot, pirmkārt, ka personas, kas iestājusies lietā, darbības vai bezdarbības dēļ tā ir kļuvusi par sugas vārdu attiecīgo preču tirdzniecībā un, otrkārt, ka tā maldina sabiedrību tās izmantošanas dēļ. *EUIPO* Anulēšanas nodaļa šo pieteikumu noraidīja. Apelācijas padome noraidīja arī apelācijas sūdzību par šo lēmumu.

Vispārējā tiesa, izskatot prasību par minēto lēmumu un to noraidot, pirmām kārtām, norāda, ka no piemērojamās Tiesas judikatūras, kas pēc analogijas ir piemērojama Regulas Nr. 207/2009 51. panta 1. punkta b) apakšpunktam, izriet, ka šajā pantā ir paredzēta situācija, kad preču zīme vairs nespēj pildīt savu izcelsmes norādes funkciju. Starp dažādām preču zīmes funkcijām izcelsmes norādes funkcijai ir būtiska loma, jo tā ļauj noteikt ar šo preču zīmi apzīmētās preces vai pakalpojuma piederību noteiktam uzņēmumam un tādējādi nošķirt šo preci vai šo pakalpojumu no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem. Minētais uzņēmums ir tas, kura kontrolē prece vai pakalpojums tiek tirgots. Eiropas Savienības likumdevējs ir apstiprinājis preču zīmes izcelsmes norādes funkciju, Regulas Nr. 207/2009 4. pantā nosakot, ka apzīmējumi, ko var attēlot grafiski, var būt preču zīmes tikai ar nosacījumu, ka tie spēj nošķirt viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem.

Tādējādi, lai arī Regulas Nr. 207/2009 7. pantā ir uzskaitītas situācijas, kurās preču zīme *ab initio* nespēj pildīt savu izcelsmes norādes funkciju, šīs pašas regulas 51. panta 1. punkta b) apakšpunkts attiecas uz situāciju, kurā preču zīmes izmantošana ir kļuvusi tik plaši izplatīta, ka apzīmējums, kurš šo preču zīmi veido, drīzāk apzīmē to preču vai pakalpojumu kategoriju, veidu vai raksturu, attiecībā uz kuriem tas ir reģistrēts, nevis

konkrētu preču vai pakalpojumu piederību noteiktam uzņēmumam. Preču zīme, kas kļuvusi par sugas vārdu precēm, līdz ar to ir zaudējusi savu atšķirtspēju, kā rezultātā tā vairs nepilda šo funkciju. Tāad preču zīmes īpašnieka tiesības, kas viņam piešķirtas atbilstoši Regulas (EK) Nr. 207/2009 9. pantam, var tikt atceltas, ciktāl, pirmkārt, šī preču zīme ir kļuvusi par sugas vārdu tirdzniecībā precei vai pakalpojumam, attiecībā uz ko tā ir reģistrēta, un, otrkārt, šīs izmaiņas ir radījušas minētā īpašnieka darbība vai bezdarbība. Šie nosacījumi ir kumulatīvi.

Otrām kārtām, Vispārējā tiesa atgādina judikatūru, saskaņā ar kuru gadījumā, ja reģistrētas preču zīmes preces tirgošanā patērētājiem vai galalietotājiem ir iesaistīti starpnieki, ieinteresētās aprindas, kuru viedokli ir jāņem vērā izvērtējot jautājumu, vai minētā preču zīme tirdzniecībā ir kļuvusi par attiecīgās preces sugas vārdu, veido visi patērētāji vai galalietotāji un atkarībā no attiecīgās preces tirgus raksturojuma visi šīs preces tirgošanā iesaistītie profesionāļi. Proti, preču zīme ir neatņemama saziņas procesa starp pārdevējiem un pircējiem sastāvdaļa. Šim saziņas procesam tikai tad ir paredzētie panākumi un preču zīme tikai tad izpilda funkciju, kas attaisno tās pastāvēšanu, ja abas puses, kas piedalās saziņas procesā, saprot preču zīmi kā tādu, proti, apzinās tās izcelsmes norādes funkciju. Ja viena no abām grupām preču zīmi uztver kā sugas vārdu, nav iespējama tās informācijas nodošana, kas būtu jāsniedz ar preču zīmi. Tomēr preču zīme, neraugoties uz pircēja neinformētību par preču zīmes raksturu, var turpināt pildīt tās izcelsmes norādes funkciju tad, ja starpniekam attiecībā uz pircēju ir būtiska ietekme uz viņa lēmumu veikt pirkumu un tādējādi starpnieka zināšanas par preces zīmes izcelsmes norādes funkciju ir iemesls veiksmīgam saziņas procesam. Tas tā ir gadījumā, ja attiecīgajā tirgū starpnieka sniegta konsultācija, kas būtiski ietekmē lēmumu veikt pirkumu, ir ierasta parādība vai starpnieks pat pats pieņem lēmumu veikt pirkumu patērētāja vietā, kā tas, piemēram, ir farmaceitu un ārstu gadījumā attiecībā uz medikamentiem, kam ir nepieciešama ārsta recepte.

Tādējādi, lai arī ieinteresētās aprindas galvenokārt ietver patērētājus un galalietotājus, preču zīmes ierastā rakstura vērtējumā ir jāņem vērā arī starpnieki. No šīs judikatūras izriet, ka ieinteresētās aprindas, kuru viedoklis ir jāņem vērā, izvērtējot jautājumu, vai tirdzniecībā apstrīdētā preču zīme ir kļuvusi par attiecīgās ar to tirgotās preces sugas vārdu, ir jānosaka, ņemot vērā minētās preces tirgum raksturīgās īpašības.

5. Apzīmējumi, ko veido vienīgi preces forma

Spriedums (virspalāta), 2010. gada 14. septembris, Lego Juris/ITSB (C-48/09 P, [EU:C:2010:516](#))

Apelācija – Regula (EK) Nr. 40/94 – Kopienas preču zīme – Preces formas piemērotība tās kā preču zīmes reģistrācijai – Trīsdimensiju apzīmējuma, ko veido "Lego" klucīša augšējā virsma un divas sānu malas, reģistrācija – Minētās reģistrācijas atzīšana par spēkā neesošu, pamatojoties uz uzņēmuma, kas tirgo tādas pašas formas un izmēru spēļu klucīšus, pieteikumu – Minētās regulas

7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkts – Apzīmējums, ko veido vienīgi preces forma, kura vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai

Kirkbi A/S, sabiedrība, kuras tiesību pārņēmēja ir *Lego Juris A/S*, kā Eiropas Savienības preču zīmi reģistrēja trīsdimensiju apzīmējumu, ko veido sarkans *Lego* klucītis. *Mega Brands Inc.* iesniedza pieteikumu par šīs reģistrācijas spēkā neesības atzīšanu, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta a) apakšpunkta e), ii) un iii) punktu un f) apakšpunktu, un ITSB Anulēšanas nodaļa apmierināja šo pieteikumu. Šo lēmumu vispirms apstiprināja ITSB Paplašinātā apelācijas padome un pēc tam Vispārējā tiesa ³⁴, jo apstrīdēto preču zīmi veido vienīgi preces forma, kas vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai.

Tiesa, izskatot apelācijas sūdzību, kuru tā noraida, precizē absolūta atteikuma pamata, kas attiecas uz apzīmējumiem, kurus veido vienīgi preces forma, vērtējuma apjomu un kritērijus ³⁵.

Pirmām kārtām, Tiesa norāda, ka nosacījums par to, ka minētais atteikuma pamats ir piemērojams ikvienam apzīmējumam, kas sastāv “tikai un vienīgi” no preču formas, kura vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai, ir izpildīts, ja visas būtiskās formas īpašības atbilst tehniskai funkcijai un nebūtisku īpašību, kurām nav tehniskas funkcijas, esībai šajā sakarā nav nozīmes. Šī interpretācija atspoguļo ideju, ka viena vai dažu mazāk nozīmīgu elementu esība trīsdimensiju apzīmējumā, kurā visus būtiskos elementus nosaka ar šo apzīmējumu īstenotais tehniskais risinājums, neietekmē secinājumu, ka minēto apzīmējumu veido tikai preces forma, kura vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai. Turklāt, tā kā šī interpretācija netieši nozīmē, ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punktā paredzētais atteikuma pamats ir piemērojams tikai tad, ja visas apzīmējuma būtiskās īpašības ir funkcionālas, minētā interpretācija nodrošina, ka, pamatojoties uz šo tiesību normu, šāda apzīmējuma kā preču zīmes reģistrāciju nevar atteikt tad, ja attiecīgās preces formā ir iekļauts tāds svarīgs nefunkcionāls elements kā ornamentāls vai iztēles radīts elements, kuram minētajā formā ir būtiska loma.

Otrām kārtām, Tiesa precizē, ka nosacījums, saskaņā ar kuru preces formu var atteikt reģistrēt kā preču zīmi tikai tad, ja tā ir “nepieciešama” paredzētā tehniskā rezultāta iegūšanai, nenozīmē, ka attiecīgajai formai ir jābūt vienīgajai, kas ļauj sasniegt šo rezultātu. Ir taisnība, ka dažos gadījumos to pašu tehnisko rezultātu var sasniegt ar dažādiem risinājumiem. Tātad var pastāvēt alternatīvas citu izmēru vai cita dizaina formas, kas ļauj sasniegt to pašu tehnisko rezultātu. Tomēr no šī apstākļa paša par sevi neizriet, ka attiecīgās formas kā preču zīmes reģistrācija varētu neskart šajā formā ietvertā tehniskā risinājuma pieejamību citiem saimnieciskās darbības subjektiem. Šajā ziņā saskaņā ar minētās regulas 9. panta 1. punktu vienīgi preces funkcionālas formas kā preču zīmes reģistrācija var šīs preču zīmes īpašniekam dot tiesības aizliegt citiem

³⁴ Spriedums, 2008. gada 12. novembris, *Lego Juris/ITSB – Mega Brands* (Sarkanais *Lego* klucītis), T-270/06, [EU:T:2008:483](#).

³⁵ Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkta izpratnē.

uzņēmumiem ne vien tās pašas formas, bet arī līdzīgu formu izmantošanu. Tādējādi pastāv risks, ka minētā īpašnieka konkurentiem kļūs neiespējama būtiska alternatīvu formu skaita izmantošana. Tas tā būtu it īpaši dažādu preces pilnībā funkcionālu formu vienlaicīgas reģistrācijas gadījumā, kad šīs reģistrāciju kopums radītu risku pilnībā neļaut citiem uzņēmumiem ražot un tirgot noteiktas preces ar zināmu tehnisku funkciju.

Trešām kārtām, Tiesa norāda, ka nevar aizsargāt uzņēmuma, kas ir izstrādājis kādu tehnisku risinājumu, stāvokli attiecībā pret konkurentiem, kuri laiž tirgū preces formas paraugam atbilstošas kopijas, kurās ir iekļauts precīzi tāds pats risinājums, piešķirot minētajam uzņēmumam monopolu, kurš tiek iegūts, kā preču zīmi reģistrējot trīsdimensiju apzīmējumu, ko veido minētā forma, taču attiecīgajā gadījumā šādu stāvokli var izvērtēt, ņemot vērā tiesību normas negodīgas konkurences jomā.

Ceturtām kārtām, Tiesa uzsver, ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkta pareizai piemērošanai ir vajadzīgs, lai iestāde, kas lemj par attiecīgā apzīmējuma kā preču zīmes reģistrāciju, pienācīgi identificētu tā būtiskās īpašības, tas ir, apzīmējuma vissvarīgākos elementus. Tātad frāze “būtiskas īpašības” ir jāsaprot kā tāda, kas nozīmē apzīmējuma svarīgākos elementus. Minēto būtisko īpašību identifikācija ir jāveic katrā atsevišķā gadījumā. Faktiski nav nekādas sistemātiskas hierarhijas starp dažādiem elementu veidiem, kas var būt iekļauti apzīmējumā. Vispārīgi, pētot būtiskās apzīmējuma īpašības, kompetentā iestāde var vai nu tieši balstīties uz apzīmējuma kopējo iespaidu, vai vispirms veikt secīgu katru no apzīmējumu veidojošiem elementiem pārbaudi. Būtisku trīsdimensiju apzīmējuma īpašību identificēšanu saistībā ar minētās regulas 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punktā paredzētā atteikuma pamata iespējamo piemērošanu atkarībā no konkrētā gadījuma, it īpaši atkarībā no apzīmējuma sarežģītības pakāpes, var veikt, īstenojot vienkāršu minētā apzīmējuma vizuālo analīzi, vai, gluži pretēji, balstīt uz padziļinātu analīzi, tās ietvaros ņemot vērā vērtējumam piemērotus elementus, tādus kā pētījumi vai ekspertīzes, vai arī dati par intelektuālā īpašuma tiesībām, kuras agrāk tikušas piešķirtas saistībā ar attiecīgo preci. Tiklīdz ir identificētas būtiskās apzīmējuma īpašības, kompetentajai iestādei vēl ir jāpārbauda, vai visas šīs īpašības atbilst attiecīgās preces tehniskajai funkcijai. Ja preču zīmes reģistrācijas pieteikums ir iesniegts attiecībā uz preces formu, kurā būtiska loma ir tādām nefunkcionālam elementam kā ornamentāls vai iztēles radīts elements, minētās regulas 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkts nav piemērojams. Šajā gadījumā konkurējošiem uzņēmumiem ir viegli pieejamas alternatīvas formas ar ekvivalentu funkcionalitāti, no kā izriet, ka nav tehniskā risinājuma pieejamības apdraudējuma risks. Šajā gadījumā preču zīmes īpašnieka konkurenti šo tehnisko risinājumu varēs bez grūtībām ietvert preces formās, kurās nav tāda paša nefunkcionālā elementa kā tas, kas ir iekļauts minētā īpašnieka preces formā, un kuras, salīdzinot ar minētā īpašnieka formu, nav nedz identiskas, nedz arī līdzīgas.

Piektām kārtām un visbeidzot, Tiesa uzskata, ka tas, kā vidusmēra patērētājs uztver apzīmējumu, nav izšķirošs elements, piemērojot Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punktā paredzēto atteikuma pamatu, taču šāda uztvere, lielākais, var

būt lietderīgs kompetentās iestādes vērtējuma elements, tai identificējot būtiskās apzīmējuma īpašības.

Sprīdums, 2011. gada 6. oktobris, *Bang & Olufsen/ITSB* (Skaļruņa attēlojums) (T-508/08, [EU:T:2011:575](#))

Kopienas preču zīme – Kopienas trīsdimensiju preču zīmes reģistrācijas pieteikums – Skaļruņa attēlojums – ITSB veikta sprieduma, ar kuru atcelts ITSB apelācijas padomes lēmums, izpilde – Regulas (EK) Nr. 40/94 63. panta 6. punkts (tagad Regulas (ES) 207/2009 65. panta 6. punkts) – Absolūts atteikuma pamats – Apzīmējums, kuru veido vienīgi forma, kas piešķir precei ievērojamu vērtību – Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkts (tagad Regulas 207/2009 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punkts)

Bang & Olufsen A/S iesniedza ITSB pieteikumu par trīsdimensiju apzīmējuma, ko veido skaļruņa forma, reģistrēšanu kā Kopienas preču zīmi. Pārbaudītājs noraidīja pieteikumu, pamatojoties uz to, ka preču zīmei nav atšķirtspējas un ka tā to nav ieguvusi izmantošanas rezultātā ³⁶. Šo lēmumu vispirms apstiprināja Apelācijas padome, bet pēc tam Vispārējā tiesa to atcēla ³⁷. Izdarot secinājumus no šī Vispārējās tiesas sprieduma, Apelācijas padome atcēla pārbaudītāja lēmumu attiecībā uz preču zīmes atšķirtspēju, no vienas puses, un noraidīja reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz to, ka attiecīgo apzīmējumu veido vienīgi forma, kas piešķir precei būtisku vērtību, no otras puses.

Izskatot prasību par minēto lēmumu, kuru Vispārējā tiesa noraida, minētā tiesa apstiprina Apelācijas padomes lēmumu un sniedz precizējumus par saistību starp absolūto atteikuma pamatu, kas attiecas uz apzīmējumiem, kurus veido vienīgi forma, kas precei piešķir būtisku vērtību Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta iii) punkta izpratnē, un atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā šīs regulas 7. panta 3. punkta izpratnē.

Šajā ziņā Vispārējā tiesa uzsver, ka apzīmējums, kuru skar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkts, nekad nevar iegūt atšķirtspēju tā izmantošanas rezultātā šīs pašas regulas 7. panta 3. punkta izpratnē, lai gan saskaņā ar minēto tiesību normu šāda iespēja pastāv attiecībā uz apzīmējumiem, kuriem ir piemērojami Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktā paredzētie atteikuma pamati.

Līdz ar to apzīmējuma pārbaude saistībā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunktu, ja tajā tiek konstatēts, ka viens no šajā tiesību normā minētajiem kritērijiem ir izpildīts, atbrīvo no pienākuma veikt šā apzīmējuma pārbaudi saistībā ar tās pašas regulas 7. panta 3. punktu, jo tad ir acīmredzams, ka nav iespējams reģistrēt šo apzīmējumu. Ar šo atbrīvošanu no pienākuma ir izskaidrojama interese vispirms veikt apzīmējuma pārbaudi saistībā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunktu, ja

³⁶ Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 3. punkta izpratnē.

³⁷ Sprīdums, 2007. gada 10. oktobris, *Bang & Olufsen/ITSB* (Skaļruņa forma) (T-460/05, [EU:T:2007:304](#)).

ir iespējams piemērot vairākus minētajā 1. punktā paredzētos absolūtos atteikuma pamatus; tomēr šāda atbrīvošana no pienākuma nevar tikt interpretēta tādējādi, ka pastāv pienākums vispirms veikt tā paša apzīmējuma pārbaudi saistībā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunktu.

6. Preču zīmes, kas ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem

Spriedums, 2018. gada 15. marts, La Mafia Franchises/EUIPO – Itālija (“Mafia SE SIENTA A LA MESA”) (T-1/17, [EU:T:2018:146](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Eiropas Savienības grafiska preču zīme “La Mafia SE SIENTA A LA MESA” – Absolūts atteikuma pamats – Neatbilstība sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem – Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta f) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta f) apakšpunkts)

Honorable Hermandad, SL, kuras tiesību pārņēmēja bija sabiedrība *La Mafia Franchises, SL*, bija Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes “La Mafia SE SIENTA A LA MESA” īpašniece. Itālijas Republika iesniedza pieteikumu par šīs preču zīmes spēkā neesības atzīšanu, uzskatot, ka tā ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai un vispārpieņemtiem morāles principiem. *EUIPO* Anulēšanas nodaļa apmierināja šo pieteikumu un Apelācijas padome tās lēmumu apstiprināja.

Vispārējā tiesa, izskatot prasību, kuru tā noraida, sniedz precizējumus par absolūtā pamata, kas saistīts ar sabiedriskās kārtības vai vispārpieņemtu morāles principu apdraudējumu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta f) apakšpunkta izpratnē, vērtējumu.

Vispārējā tiesa vispirms norāda, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta f) apakšpunktā norādītā absolūtā atteikuma pamatā esošās vispārējās intereses ir nepieļaut tādu apzīmējumu reģistrāciju, kuri šādas izmantošanas laikā Savienības teritorijā pārkāptu sabiedrisko kārtību vai vispārpieņemtus morāles principus. Šis absolūtais atteikuma pamats ir attiecināms uz preču zīmes kā Eiropas Savienības preču zīmes reģistrāciju tostarp tad, ja preču zīme ir pilnīgi aizskaroša.

Turpinājumā tā uzskata, ka šī atteikuma pamata esības vērtējums nevar tikt balstīts uz tādas konkrētās sabiedrības daļas uztveri, kurai nekas nešķiet šokējošs, ne arī uz tādas sabiedrības daļas uztveri, kuru ļoti viegli var aizskart, bet tas ir jābalsta uz saprātīgas personas ar vidusmēra jūtīguma un tolerances līmeni kritērijiem. Turklāt minētā atteikuma pamata vērtējuma mērķiem par konkrēto sabiedrības daļu nevar uzskatīt tikai to sabiedrības daļu, kurai tieši ir paredzētas preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem lūgta reģistrācija. Faktiski ir jāņem vērā fakts, ka apzīmējumi, uz kuriem attiecas šis

atteikuma pamats, šokēs ne vien sabiedrības daļu, kurai ir paredzētas ar apzīmējumu aptvertās preces un pakalpojumi, bet arī citas personas, kuras, nebūdamas ieinteresētas šajās precēs un pakalpojumos, savā ikdienas dzīvē nejausi sastapsies ar šo apzīmējumu.

Turklāt Vispārējā tiesa norāda, ka konkrētā sabiedrības daļa, kas atrodas Savienības teritorijā, pēc definīcijas atrodas dalībvalsts teritorijā un ka apzīmējumi, kuri var tikt uztverti kā pretrunā esoši sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem, nav vieni un tie paši visās dalībvalstīs, tostarp lingvistisku, vēsturisku, sociālu vai kultūras iemeslu dēļ. No tā izriet, ka, lai piemērotu minēto absolūto atteikuma pamatu, ir jāņem vērā gan visām Savienības dalībvalstīm kopīgie apstākļi, gan arī individuālu dalībvalstu īpašie apstākļi, kas var ietekmēt šajās dalībvalstīs esošās konkrētās sabiedrības daļas uztveri.

Visbeidzot, tā precizē, ka, ja apzīmējums ir īpaši šokējošs vai aizskarošs, tas ir jāuzskata par pretrunā esošu sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem neatkarīgi no precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tas reģistrēts. Turklāt, aplūkojot kopsakarā visas Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta daļas, ir skaidrs, ka tajās ietverta norāde uz attiecīgās preču zīmes būtiskajām raksturiezīmēm, nevis uz apstākļiem, kuri saistīti ar personas, kas iesniegusi preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, uzvedību.

Spriedums, 2020. gada 27. februāris, Constantin Film Produktion/EUIPO (C-240/18 P, [EU:C:2020:118](#))

Apelācija – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 7. panta 1. punkta f) apakšpunkts – Absolūts atteikuma pamats – Preču zīme, kas ir pretrunā vispārpieņemtiem morāles principiem – Vārdiskais apzīmējums “Fack Ju Göhte” – Reģistrācijas pieteikuma noraidīšana

Constantin Film Produktion iesniedza *EUIPO* pieteikumu reģistrēt kā Eiropas Savienības preču zīmi vārdisku apzīmējumu “Fack Ju Göhte”, kas turklāt ir prasītājas ražotās Vācijas kinematogrāfijas komēdijas nosaukums attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem³⁸. Tomēr pārbaudītājs noraidīja reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz to, ka tas ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai un vispārpieņemtiem morāles principiem³⁹. Šo noraidījumu vispirms apstiprināja *EUIPO* Apelācijas padome un pēc tam Vispārējā tiesa⁴⁰.

Izskatot apelācijas sūdzības iesniedzējas iesniegto apelācijas sūdzību, Tiesa atceļ Vispārējās tiesas spriedumu un *EUIPO* Apelācijas padomes lēmumu un lemj par jēdzienu “vispārpieņemti morāles principi”, kā arī par Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta f) apakšpunktā paredzētā atteikuma pamata vērtējuma kritērijiem.

³⁸ Runa bija par precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 3., 9., 14., 16., 18., 21., 25., 28., 30., 32., 33., 38. un 41. klasē Nicas nolīguma izpratnē. Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta f) apakšpunkta, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 2. punktu, izpratnē.

⁴⁰ Spriedums, 2018. gada 24. janvāris, *Constantin Film Produktion/EUIPO* (“Fack Ju Göhte”) (T-69/17, [EU:T:2018:27](#)).

Vispirms Tiesa precizē, ka, tā kā Regulā Nr. 207/2009 nav definēts jēdziens “vispārpieņemti morāles principi”, tas ir jāinterpretē, ņemot vērā tā parasto nozīmi, kā arī kontekstu, kurā tas parasti tiek izmantots. Šis jēdziens tā parastajā nozīmē attiecas uz morāles pamatvērtībām un pamatnormām, kurām sabiedrība ir pievienojusies noteiktā brīdī un kuras laika gaitā var mainīties un atšķirties atkarībā no vietas, un kuras tāpat ir jānosaka, ņemot vērā sociālo vienprātību, kas valda šajā sabiedrībā vērtēšanas brīdī, ņemot vērā sociālo kontekstu, tostarp attiecīgā gadījumā to raksturojošās kultūras, reliģijas vai filozofiskās atšķirības.

Turklāt Tiesa norāda, ka, lai noskaidrotu, vai reģistrācijai pieteiktais apzīmējums ir pretrunā vispārpieņemtiem morāles principiem, ir vajadzīga visu konkrētās lietas elementu analīze, lai noteiktu veidu, kādā konkrētā sabiedrības daļa uztvers šādu apzīmējumu gadījumā, ja tas tiks izmantots kā preču zīme attiecībā uz pieteiktajām precēm vai pakalpojumiem. Šajā ziņā Tiesa precizē, ka nepietiek ar to, ka attiecīgais apzīmējums tiek uzskatīts par nepieklājīgu, bet pārbaudes brīdī konkrētajai sabiedrības daļai tas ir jāuztver kā tāds, kas ir pretrunā sabiedrības morāles pamatvērtībām un pamatnormām, kādas tās pastāv tajā brīdī. Lai konstatētu, vai tā tas ir šajā gadījumā, ir jābalstās uz tādas saprātīgas personas uztveri, kurai ir vidusmēra jūtīguma un tolerances sliekšnis, ņemot vērā kontekstu, kādā var tikt sastapta preču zīme, kā arī, attiecīgā gadījumā, konkrētajai Savienības teritorijas daļai raksturīgos īpašos apstākļus. Šajā ziņā vērā ņemami ir tādi elementi kā tiesību normas un administratīvā prakse, sabiedrības viedoklis un, attiecīgā gadījumā, veids, kādā konkrētā sabiedrības daļa pagātnē ir reaģējusi attiecībā uz šo apzīmējumu vai līdzīgiem apzīmējumiem, kā arī visi citi elementi, kas var ļaut izvērtēt šīs sabiedrības uztveri. Līdz ar to šāda pārbaude nevar aprobežoties tikai ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vai pat atsevišķu tās sastāvdaļu abstraktu vērtējumu, bet ir jāpierāda, ka minētās preču zīmes izmantošanu konkrētajā un faktiskajā sociālajā kontekstā šī sabiedrība faktiski uztver kā tādu, kas ir pretrunā sabiedrības morāles pamatvērtībām un pamatnormām. Turklāt ir jāņem vērā arī Eiropas Savienības Pamattiesību hartas 11. pantā nostiprinātā vārda brīvība, ko apstiprina gan Regulas 2015/2424 ⁴¹, ar kuru ir grozīta Regula Nr. 207/2009, 21. apsvērums, gan Regulas 2017/1001 21. apsvērums, kuros tieši ir uzsvērtā nepieciešamība piemērot šīs regulas tā, lai nodrošinātu, ka tiek pilnībā ievērotas pamattiesības un pamatbrīvības, jo īpaši vārda brīvība.

Konkrētāk, attiecībā uz pārbaudīto apzīmējumu Tiesa uzskata, ka it nemaz nav nepieciešams, lai filmas nosaukums būtu tās saturu aprakstošs, lai tas veidotu vērā ņemamu konteksta elementu, izvērtējot, vai konkrētā sabiedrības daļa uztver šo nosaukumu un eponīmisko vārdisko apzīmējumu kā pretējus vispārpieņemtiem morāles principiem. Turklāt, lai gan patiešām filmas panākumi automātiski nepierāda tās nosaukuma un eponīmiskā vārdiskā apzīmējuma sociālo pieņemšanu, tomēr tie ir

⁴¹ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2015/2424 (2015. gada 16. decembris), ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 un Komisijas Regulu (EK) Nr. 2868/95, ar ko īsteno Padomes Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi, un atceļ Komisijas Regulu (EK) Nr. 2869/95 par maksām, kas jāmaksā leģslējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (OV 2015, L 341, 21. lpp.).

vismaz norāde uz šādu pieņemšanu, kas ir jāvērtē visu elementu, kuriem ir nozīme konkrētajā lietā, gaismā, lai konkrēti konstatētu, kā šis apzīmējums tiek uztverts, ja to izmanto kā preču zīmi. Šādos apstākļos un ņemot vērā faktu, ka nav ticis izvirzīts neviens konkrēts elements, lai ticami izskaidrotu, kāpēc plaša vācu valodā runājoša sabiedrība uztvers aplūkoto vārdisko apzīmējumu, kad tas tiks izmantots kā preču zīme, kā tādu, kas ir pretrunā sabiedrības morāles pamatvērtībām un pamatnormām, lai gan šī pati sabiedrība nešķiet esam uzskatījusi eponīmisko komēdiju nosaukumus kā pretrunā esošus vispārpieņemtiem morāles principiem, Tiesa nospriež, ka gan *EU IPO* Apelācijas padome, gan Vispārējā tiesa ir kļūdaini interpretējušas un piemērojušas Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta f) apakšpunktu.

7. Maldinošas preču zīmes

Spriedums, 2020. gada 13. maijs, *SolNova/EUIPO – Canina Pharma* (“*BIO-INSECT Shocker*”) (T-86/19, [EU:T:2020:199](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “BIO-INSECT Shocker” – Absolūts atteikuma pamats – Preču zīme, kas var maldināt sabiedrību – Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkts

Ar spriedumu *SolNova/EUIPO – Canina Pharma* (“*BIO-INSECT Shocker*”) (T-86/19), kas pasludināts 2020. gada 30. aprīlī, Vispārējā tiesa daļēji atcēla *EU IPO* lēmumu, tādēļ ka tas bija pieļāvis kļūdu vērtējumā, uzskatīdams, ka vārdiska preču zīme “*BIO-INSECT Shocker*” nav maldinoša attiecībā uz biocīdiem produktiem.

Prasītāja, *SolNova AG*, bija iesniegusi pieteikumu par vārdiskas preču zīmes “*BIO-INSECT Shocker*” spēkā neesības atzīšanu attiecībā uz visām ar šo preču zīmi aptvertajām precēm, tostarp biocīdiem produktiem, it īpaši tādēļ, ka šī preču zīme varot maldināt sabiedrību attiecībā uz preču raksturu vai kvalitāti. *EU IPO* noraidīja šo pieteikumu, uzskatīdams, ka apstrīdētā preču zīme pēc sava rakstura nevar maldināt sabiedrību, jo prasītāja neesot pierādījusi, ka šo preču zīmi var kvalificēt kā maldinošu Regulas 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē, un uzskatīdams, ka ir iespējama minētās preču zīmes nemaldinoša izmantošana. Ar prasību Vispārējā tiesā prasītāja tostarp norādīja, ka konkrētā sabiedrības daļa apstrīdēto preču zīmi uztveršot kā tādu, kas attiecas uz bioloģiskiem produktiem vai tādiem produktiem, kuri tiek asociēti ar draudzīgumu videi.

Vispārējā tiesa vispirms atgādināja savu pastāvīgo judikatūru, saskaņā ar kuru Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunktā paredzēto reģistrācijas atteikuma gadījumu attiecībā uz preču zīmēm, kas var maldināt sabiedrību, priekšnosacījums ir tas, ka var konstatēt patērētāja faktiski maldināšanu vai pietiekami nopietnu maldināšanas iespēju.

Turpinājumā, izdarījusi atsauci uz Regulas Nr. 528/2012⁴² tiesību normām, kurās ir definēts biocīda produkta jēdziens un ir paredzētas minēto produktu marķēšanai un reklāmai piemērojamās prasības, Vispārējā tiesa konstatēja, ka no šīm tiesību normām izriet, ka tad, ja uz biocīda produkta, tāda kā tie, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta apstrīdētā preču zīme, ir sniegtas norādes, kas ļauj domāt, ka šis produkts ir dabīgs, ka tas nekaitē veselībai vai ir videi draudzīgs, patērētājam var tikt radīts kļūdainis un maldinošs priekšstats. Līdz ar to pietiek ar šāda veida norādi uz biocīda produkta, lai konstatētu pietiekami nopietnu patērētāja maldināšanas risku.

Šajā ziņā, runājot par apstrīdētās preču zīmes vārdisko elementu “bio”, Vispārējā tiesa atgādināja, ka šis elements jau ir ieguvis ļoti suģestīvu tvērumu, kas vispārīgi norāda uz ideju par draudzīgumu videi, dabīgu materiālu izmantošanu vai pat ekoloģiskiem ražošanas procesiem.

Tādējādi Vispārējā tiesa secināja, ka pietiek ar vārda “bio” norādi uz biocīdiem produktiem, lai konstatētu pietiekami nopietnu patērētāja maldināšanas iespēju.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa pretēji *EUIPO* uzskatīja, ka preču zīmes nemaldinošas izmantošanas iespēja, pieņemot, ka tā ir pierādīta, nevar izslēgt Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta pārkāpumu.

Spridums, 2022. gada 29. jūnijs, Hijos de Moisés Rodríguez González/EUIPO – Īrija un Ornuia (“La Irlandesa 1943”) (T-306/20, [EU:T:2022:404](#))⁴³

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Eiropas Savienības grafiska preču zīme “La Irlandesa 1943” – Absolūti spēkā neesības pamati – EUIPO Paplašinātās apelācijas padomes veikta spēkā neesības atzīšana – Pierādījumi, kas pirmo reizi iesniegti Vispārējā tiesā – Atbilstošais datums absolūtā spēkā neesības pamata pārbaudei – Preču zīme, kas var maldināt sabiedrību – Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta g) apakšpunkts) – Ļaunticība – Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunkts (tagad Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta b) apakšpunkts)

Desmitiem gadu prasītāja – *Hijos de Moisés Rodríguez González, SA* – no *Ornuia Co-operative Ltd* pirka Īrijas sviestu un tirgoja to Kanāriju salās (Spānija) ar preču zīmēm, kas ietver elementu “la irlandesa”. Pēc šo tirdzniecības attiecību beigām 2011. gadā prasītāja turpināja tirgot preces ar šīm preču zīmēm. 2014. gada tā *EUIPO* attiecībā uz dažādām pārtikas precēm⁴⁴ reģistrēja Eiropas Savienības grafisku preču zīmi “La Irlandesa 1943”. Īrija un *Ornuia Co-operative* iesniedza *EUIPO* pieteikumu par šīs preču zīmes spēkā neesības atzīšanu, pamatojoties uz to, ka tai ir maldinošs raksturs un tās reģistrācija lūgta ļaunticīgi⁴⁵. *EUIPO* Anulēšanas nodaļa noraidīja pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu. Tomēr *EUIPO* Paplašinātā apelācijas padome atcēla Anulēšanas nodaļas lēmumu un atzina apstrīdēto preču zīmi par spēkā neesošu. Tā uzskatīja, ka

⁴² Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) Nr. 528/2012 (2012. gada 22. maijs) par biocīdu piedāvāšanu tirgū un lietošanu (OV 2012, L 167, 1. lpp.) 3. panta 1. punkta a) apakšpunkts, 69. panta 2. punkts un 72. panta 3. punkts.

reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā šī preču zīme varēja maldināt sabiedrību attiecībā uz konkrēto preču ģeogrāfisko izcelsmi un tās reģistrācija tikusi lūgta ļauntīgi.

Prasītāja cēla prasību Vispārējā tiesā, lūdzot atcelt Paplašinātās apelācijas padomes lēmumu. Vispārējā tiesa noraida šo prasību, uzskatot, ka apstrīdētā preču zīme reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī nav bijusi maldinoša, bet ka prasītāja, iesniedzot šo pieteikumu, rīkojusies ļauntīgi. Šajā lietā tā sniedz precizējumus attiecībā uz nosacījumiem, saskaņā ar kuriem jēdziens “maldinoša preču zīme” un “reģistrācijas pieteikuma iesniedzēja ļauntība” piemērojami preču zīmju, kas norāda uz preču ģeogrāfisko izcelsmi, kontekstā.

Vispirms Vispārējā tiesa norāda, ka, ieraugot uz attiecīgajām precēm izvietoto apstrīdēto preču zīmi, konkrēto sabiedrības daļu veidojošie spāņu valodā runājošie patērētāji uzskatīs, ka šīs preces ir no Īrijas.

Turpinājumā, attiecībā uz apstrīdētās preču zīmes maldinošo raksturu Vispārējā tiesa uzsver, ka atšķirībā no atcelšanas pieteikuma ⁴⁶ vērtējuma, kurā jāņem vērā tādi par preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu vēlāki elementi kā tās faktiskā izmantošana, spēkā neesības atzīšanas pieteikuma, kas balstīts uz preču zīmes ⁴⁷ maldinošo raksturu, vērtējums paredz, ka ir jāpierāda, ka apzīmējums, kas pieteikts, lai to reģistrētu kā preču zīmi, pats par sevi varēja maldināt patērētāju reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī, un minētā apzīmējuma vēlākai izmantošanai nav nozīmes. Proti, spēkā neesības jomā ir jāizvērtē, vai preču zīmi nedrīkstēja reģistrēt *ab initio*, balstoties jau uz preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā esošajiem elementiem, jo vēlāku elementu ņemšana vērā var vienīgi palīdzēt noskaidrot šajā datumā pastāvošos apstākļus.

Izskatāmajā lietā Paplašinātajai apelācijas padomei ir jāpārbauda, vai preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā nebija pretrunas starp apstrīdētās preču zīmes pausto informāciju un minētajā pieteikumā norādīto preču īpašībām. Tomēr, tā kā preču sarakstā nebija nekādas norādes par to ģeogrāfisko izcelsmi un tādējādi tas varēja aptvert preces no Īrijas, pieteikuma iesniegšanas datumā šādas pretrunas nebija un līdz ar to nebija iespējams konstatēt, ka apstrīdētā preču zīme šajā datumā bija maldinoša. Tādējādi Paplašinātā apelācijas padome kļūdaini pārmeta prasītājam, ka tā šo sarakstu nebija ierobežojusi, ietverot tajā tikai preces no Īrijas. Turklāt, tā kā apstrīdētā preču zīme reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā nevarēja tikt uzskatīta par maldinošu, vēlākie pierādījumi, kuri neattiecas uz situāciju šajā datumā, nevarēja apstiprināt tādu maldinošo raksturu. Tādēļ Paplašinātā apelācijas padome šajā ziņā ir pieļāvusi kļūdu.

⁴³ Apelācijas sūdzība par šo spriedumu tika atzīta par nepieļaujamu (rīkojums, 2023. gada 8. marts, *Hijos de Moisés Rodríguez González/EUIPO* (C-605/22 P, [EU:C:2023:199](#)).

⁴⁴ Runa bija par tādām precēm kā gaļa vai piena produkti, kas ietilpst 29. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

⁴⁵ Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta un 52. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkta izpratnē.

⁴⁶ Regulas 207/2009 51. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

⁴⁷ Iesniegts saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunkta un 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta tiesību normām.

Visbeidzot, attiecībā uz prasītājas ļauntību, iesniedzot apstrīdētās preču zīmes ⁴⁸ reģistrācijas pieteikumu, Vispārējā tiesa konstatē – lai atrisinātu šo jautājumu, Paplašinātā apelācijas padome pamatoti varēja balstīties uz pierādījumu elementiem – un pat uz preču zīmes izmantošanu –, kas ir vēlāki par minētās reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu, ja tie veido norādes par situāciju vērā ņemamajā datumā.

Šajā gadījumā, pirmkārt, nozīmīga to preču daļa, kuras prasītāja tirgoja ar apstrīdēto preču zīmi, nebija Īrijas izcelsmes preces un tātad šī preču zīme neatbilda konkrētās sabiedrības daļas priekšstatiem par to. Lai gan šim apstāklim nav nozīmes, izvērtējot preču zīmes maldinošo raksturu, tas tā nav attiecībā uz prasītājas ļauntību. Proti, tā kā spāņu valodā runājošie patērētāji gadu desmitiem bija pieraduši, ka apstrīdētā preču zīme ir izvietota uz Īrijas izcelsmes sviesta, tie varēja tikt maldināti attiecībā uz šo preču ģeogrāfisko izcelsmi, tiklīdz prasītāja bija paplašinājusi preču zīmes izmantošanu attiecībā uz citām precēm, nevis Īrijas izcelsmes sviestu.

Otrkārt, lietas, kurās *EUIPO* un Spānijas iestādes ir atcēlušas vai atteikušas šajā lietā aplūkotajai preču zīmei līdzīgu preču zīmju reģistrāciju, apstiprina, ka apstrīdēto preču zīmi varēja uztvert kā tādu, kas norāda uz preču Īrijas izcelsmi. Tās arī norāda, ka apstrīdētās preču zīmes izmantošana attiecībā uz precēm, kurām nav Īrijas izcelsmes, bija pretrunu priekšmets attiecībā uz tās iespējamo maldinošo raksturu, kas prasītājai šīs preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā noteikti bija zināms un kas tādējādi apstiprina tās ļauntības esību šajā datumā.

Treškārt, prasītāja bija izveidojusi tirdzniecības stratēģiju, balstoties uz asociāciju ar preču zīmēm, kuras ietver elementu “la irlandesa” un kuras bija saistītas ar tās agrākajām tirdzniecības attiecībām ar *Ornua Co-operative*, lai varētu turpināt gūt labumu no šīm izbeigtajām attiecībām un ar tām saistītajām preču zīmēm.

Līdz ar to Vispārējā tiesa konstatē, ka apstrīdētās preču zīmes reģistrācija ir pretrunā godīgai praksei rūpniecības tirdzniecības jomā un Paplašinātā apelācijas padome ir pamatoti secinājusi, ka prasītāja rīkojusies ļauntīgi. Tā kā šis secinājums pats par sevi var pamatot Paplašinātās apelācijas padomes lēmuma rezolutīvo daļu, Vispārējā tiesa prasību noraida.

⁴⁸ Regulas 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

8. Pieteikuma iesniedzēja ļaunticība

Spriedums, 2019. gada 12. septembris, Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO (C-104/18 P, [EU:C:2019:724](#))

Apelācija – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (EK) Nr. 207/2009 – Absolūti spēkā neesības pamati – 52. panta 1. punkta b) apakšpunkts – Preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas laikā pastāvējusi ļaunticība

Spriedumā *Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO* (C-104/18 P), kas pasludināts 2019. gada 12. septembrī, Tiesa atcēla Vispārējās tiesas spriedumu ⁴⁹ un precizēja jēdzienu “ļaunticība” preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas laikā.

Nadal Esteban un *Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret*, kas ir uzņēmums, kuram pieder grafiskas preču zīmes “KOTON”, uzturēja komerciālas attiecības līdz 2004. gadam. 2011. gada 25. aprīlī *Nadal Esteban* iesniedza pieteikumu reģistrēt grafisku apzīmējumu “STYLO & KOTON” kā Eiropas Savienības preču zīmi attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 25., 35. un 39. klasē atbilstoši Nicas nolīgumam. Pēc tam, kad tika daļēji apmierināti *Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret* iebildumi, kas bija balstīti uz tās preču zīmēm “KOTON”, kuras reģistrētas attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 18., 25. un 35. klasē, preču zīme “STYLO & KOTON” tika reģistrēta attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 39. klasē. Pēc tam *Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret* iesniedza pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunktu, saskaņā ar kuru pieteicēja ļaunticība, iesniedzot preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, ir absolūts spēkā neesības pamats.

Vispārējā tiesa, apstiprinot Eiropas *EUIPO* lēmumu noraidīt pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu, uzskatīja, ka nevar pastāvēt ļaunticība, jo nav ne identiskuma, ne līdzības, kas varētu izraisīt sajaukšanu starp precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem reģistrētas preču zīmes. Tiesa, izskatot apelācijas sūdzību, tika aicināta izskaidrot jēdzienu “ļaunticība”.

Vispirms Tiesa precizēja, ka, lai gan jēdziens “ļaunticība” atbilstoši tā ierastajai nozīmei ikdienas valodā nozīmē, ka ir jābūt negodīgai attieksmei vai nodomam, šis jēdziens ir jāsaprot arī saistībā ar preču zīmju tiesību kontekstu, kas ir komercdarbības konteksts. Regulējums attiecībā uz Eiropas Savienības preču zīmi it īpaši ir vērsts uz to, lai veicinātu neizkropļotas konkurences sistēmu Savienībā, kurā katram uzņēmumam, lai piesaistītu klientus ar savu preču vai pakalpojumu kvalitāti, ir jāspēj kā preču zīmes reģistrēt tādus apzīmējumus, kas ļauj patērētājam bez sajaukšanas iespējas atšķirt šī uzņēmuma preces vai pakalpojumus no precēm vai pakalpojumiem, kuriem ir cita izcelsme. Līdz ar to Tiesa

⁴⁹ Vispārējās tiesas spriedums, 2017. gada 30. novembris, *Koton Mağazacılık Tekstil Sanayi ve Ticaret/EUIPO – Nadal Esteban* (“STYLO & KOTON”) (T-687/16, [EU:T:2017:853](#)).

uzskatīja, ka preču zīme ir atzīstama par spēkā neesošu ļaunticības dēļ, ja no atbilstīgām un saskanīgām norādēm izriet, ka minētās preču zīmes īpašnieks ir iesniedzis šīs preču zīmes reģistrācijas pieteikumu nevis ar mērķi godīgi piedalīties konkurencē, bet ar nodomu godīgai praksei neatbilstošā veidā radīt kaitējumu trešo personu interesēm vai ar nodomu, kas pat nav vērsts uz konkrētu trešo personu, iegūt ekskluzīvas tiesības citiem mērķiem, nevis tiem, kas izriet no preču zīmes funkcijām, tostarp no izcelsmes norādes pamatfunkcijas.

Turpinājumā Tiesa uzskatīja, ka no 2009. gada 11. jūnija sprieduma *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli* (C-529/07, [EU:C:2009:361](#)) neizriet, ka ļaunticības esību var konstatēt vienīgi tādā gadījumā, kad iekšējā tirgū identisks vai līdzīgs apzīmējums tiek izmantots attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm, radot sajaukšanu ar apzīmējumu, kura reģistrācija tiek lūgta. Proti, var būt gadījumi, kad preču zīmes reģistrācijas pieteikumu var uzskatīt par iesniegtu ļauntīgi, neraugoties uz to, ka šī pieteikuma iesniegšanas brīdī trešā persona iekšējā tirgū nav izmantojusi identisku vai līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm. Tāda pieteikuma par spēkā neesības atzīšanu gadījumā, kas ir balstīts uz Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunktu, nekādā ziņā nav prasīts, lai pieteikuma iesniedzējs būtu tādas agrākas preču zīmes īpašnieks, kura attiecas uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem. Turklāt gadījumā, ja ir konstatējams, ka apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī trešā persona vismaz vienā dalībvalstī ir izmantojusi apstrīdētajai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, nav obligāti jāpierāda sajaukšanas iespējas esība starp šiem apzīmējumiem sabiedrības uztverē. Tad, ja nepastāv sajaukšanas iespēja starp trešās personas izmantotu apzīmējumu un apstrīdēto preču zīmi vai ja trešā persona neizmanto apstrīdētajai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, citi faktiskie apstākļi attiecīgajā gadījumā var būt atbilstošas un saskanīgas norādes, kas pierāda pieteikuma iesniedzēja ļauntību.

Visbeidzot, Tiesa konstatēja, ka Vispārējā tiesa, veicot savu visaptverošo vērtējumu, nav ņēmusi vērā visus nozīmīgos faktiskos apstākļus, kādi ir pastāvējuši reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī, lai gan šis brīdis ir bijis noteicošais. Proti, tā kā tika lūgta preču zīmes spēkā neesības atzīšana kopumā, pieteikums bija jāizvērtē, ņemot vērā *Nadal Esteban* nodomu brīdī, kad tas lūdza reģistrēt minēto preču zīmi. Līdz ar to Tiesa atcēla pārsūdzēto spriedumu.

Spriedums, 2022. gada 6. jūlijs, Zdút/EUIPO – Nehera u.c. ("nehera") (T-250/21, [EU:T:2022:430](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Eiropas Savienības grafiska preču zīme "NEHERA" – Absolūts spēkā neesības pamats – Ļaunticības neesība – Regulas (EK) Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 59. panta 1. punkta b) apakšpunkts)

2014. gadā prasītājs *Ladislav Zdút EUIPO* ieguva Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes "NEHERA" reģistrāciju attiecībā uz tekstilrūpniecības nozarē ietilpstošām precēm.

2019. gadā *I. Nehera, J. H. Nehera* un *N. Sehnal* iesniedza pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu attiecībā uz minēto preču zīmi, kas pamatots ar prasītāja ļaunticību, iesniedzot reģistrācijas pieteikumu ⁵⁰. Minētās personas norādīja, ka viņu vectēvs *Jan Nehera* pagājušā gadsimta 30. gados Čehoslovākijā ir izveidojis uzņēmumu, kas tirgo apģērbus un aksesuārus, un ir reģistrējis un izmantojis valsts preču zīmi ar reputāciju, kas ir identiska apstrīdētajai preču zīmei. *EUIPO* Apelācijas otrā padome šo pieteikumu apmierināja. Pēdējā minētā secināja, ka prasītāja nodoms ir bijis netaisnīgi gūt labumu no *Jan Nehera* reputācijas un agrākās Čehoslovākijas preču zīmes reputācijas un tātad prasītājs, iesniedzot pieteikumu par apstrīdētās preču zīmes reģistrāciju, ir rīkojies ļaunticīgi. Prasītājs cēla prasību Vispārējā tiesā, lūdzot atcelt šo *EUIPO* Apelācijas padomes lēmumu.

Vispārējā tiesa atceļ apstrīdēto lēmumu un precizē jēdzienu "ļaunticība", ja tā ir pamatota ar nodomu netaisnīgi gūt labumu no agrākas preču zīmes reputācijas vai personas vārda slavas.

Vispirms Vispārējā tiesa norāda, ka, lai izvērtētu pieteikuma iesniedzēja ļaunticību, var ņemt vērā to, cik plaša reputācija ir attiecīgajam apzīmējumam brīdī, kad tiek iesniegts tā reģistrācijas pieteikums, it īpaši tad, ja šo apzīmējumu agrāk ir reģistrējusi vai kā preču zīmi izmantojusi trešā persona. Proti, apstākļi, ka reģistrācijai pieteiktā apzīmējuma izmantošana ļautu pieteikuma iesniedzējam netaisnīgi gūt labumu no agrākas preču zīmes vai apzīmējuma reputācijas vai arī slavenas personas vārda, var pierādīt pieteikuma iesniedzēja ļaunticību. Konkrētā sabiedrības daļa, lai izvērtētu reputācijas esību un netaisnīgi gūtu labumu no šīs reputācijas, ir preču, attiecībā uz kurām reģistrēta apstrīdētā preču zīme, vidusmēra patērētājs.

Turpinājumā Vispārējā tiesa uzskata, ka parazitiska rīcība attiecībā uz apzīmējuma vai personvārda reputāciju principā ir iespējama tikai tad, ja šim apzīmējumam vai personvārdam faktiski un pašlaik ir zināma reputācija vai zināma slava. Šajā lietā apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā agrākā Čehoslovākijas preču zīme un *Jan Nehera* personvārds vairs nebija nedz reģistrēti, nedz aizsargāti, nedz tos izmantoja trešā persona, lai tirgotu apģērbus, nedz arī konkrētajā sabiedrības daļā tiem bija reputācija. Šajā kontekstā Vispārējā tiesa precizē, ka ar to vien, ka preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs zināja vai tam bija jāzina, ka trešā persona agrāk ir izmantojusi preču zīmi, kas ir identiska vai līdzīga reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei, nepietiek, lai pierādītu šī pieteikuma iesniedzēja ļaunticību.

Turklāt Vispārējā tiesa atgādina, ka saiknes esība konkrētās sabiedrības daļas uztverē starp apstrīdēto preču zīmi un agrāku apzīmējumu pati par sevi nav pietiekama, lai secinātu, ka pastāv netaisnīgi gūts labums no agrākā apzīmējuma vai personvārda reputācijas. Šajā ziņā tā uzsver, ka prasītājs ir veltījis komerciāla rakstura pūles, lai atdzīvinātu agrākās Čehoslovākijas preču zīmes tēlu, un tas vien, ka reklāmas nolūkā ir

⁵⁰ Regulas 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

izdarīta atsauce uz šo preču zīmi un tās radītāja vēsturisko tēlu, nešķiet pretrunā godīgai praksei rūpniecības un tirdzniecības jomā.

Turklāt Vispārējā tiesa atzīst, ka nevar izslēgt, ka noteiktos īpašos apstākļos tas, ka trešā persona atkārtoti izmanto agrāku preču zīmi, kurai agrāk bijusi reputācija, vai tādas personas vārdu, kura agrāk bijusi slavena, varētu radīt maldīgu iespaidu par turpinātību vai mantošanu saistībā ar šo agrāko preču zīmi vai personu. Tā tas it īpaši varētu būt gadījumā, kad preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs konkrētai sabiedrības daļai sevi prezentē kā agrākās preču zīmes īpašnieka likumīgo vai saimniecisko pēcteci, lai gan starp agrākās preču zīmes īpašnieku un viņu nepastāv nekādas turpinātības vai mantojuma attiecības. Šādu apstākli varētu ņemt vērā, lai attiecīgā gadījumā pierādītu preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzēja ļaunticību. Tomēr šajā lietā Vispārējā tiesa uzskata, ka nešķiet, ka prasītājs būtu apzināti mēģinājis radīt maldinošu iespaidu par turpinātību vai mantošanu starp viņa uzņēmumu un *Jan Nehera* uzņēmumu.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa lemj par apgalvoto prasītāja nodomu krāpt *Jan Nehera* pēcnācējus un mantiniekus un piesavināties viņu tiesības. Šajā ziņā tā norāda, ka apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī agrākajai Čehoslovākijas preču zīmei un *Jan Nehera* vārdam vairs nebija nekādas juridiskās aizsardzības. Tātad viņa pēcnācējiem un mantiniekiem nebija nekādu tiesību, attiecībā uz kurām prasītājs varētu būt veicis krāpšanu vai piesavināšanos.

Tāpēc Vispārējā tiesa secina, ka prasītājs nav rīkojies ļauntīgi, un atceļ *EUIPO* Apelācijas otrās padomes lēmumu.

9. Atšķirtspējas iegūšana izmantošanas rezultātā

Spriedums, 2002. gada 12. decembris, *eCopy/ITSB* ("ECOPY") (T-247/01, [EU:T:2002:319](#))

Kopienas preču zīme – Vārds "ECOPY" – Pilnvaru nepareiza izmantošana – Atšķirtspēja, kas iegūta, izmantojot preču zīmi pēc reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma – Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 3. punkts

Sabiedrība *eCopy, Inc*, iepriekš saukta par *Simplify Development Corporation*, iesniedza ITSB vārdiskas preču zīmes "ECOPY" reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz precēm, kas ir "programmatūra un ierīces dokumentu skenēšanai un elektroniskai izplatīšanai". Tomēr pārbaudītājs noraidīja šo pieteikumu, pamatojoties uz to, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir aprakstoša attiecībā uz konkrētajām precēm un tai nav nekādas atšķirtspējas. Apelācijas padome noraidīja arī apelācijas sūdzību par šo lēmumu.

Izskatot prasību par ITSB lēmumu, kuru Vispārējā tiesa noraida, minētā tiesa precizē izmantošanas rezultātā iegūtās atšķirtspējas vērtējuma kritērijus Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punkta izpratnē, kā arī ITSB veiktās pārbaudes apjomu.

Vispārējā tiesa uzskata, ka Regulas 40/94 7. panta 3. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes atšķirtspējai jābūt iegūtai pirms pieteikuma iesniegšanas dienas. Līdz ar to nav nozīmes tam, ka preču zīme esot ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā pēc preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas dienas un pirms brīža, kad *ITSB*, proti, pārbaudītājs vai, vajadzības gadījumā, Apelācijas padome, izlemj, vai absolūtie reģistrācijas atteikuma pamati neļauj reģistrēt šo preču zīmi. No tā izriet, ka *ITSB* nevar ņemt vērā nevienu pierādījumu, kas attiecas uz izmantošanu pēc reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma.

Attiecībā uz *ITSB* veikto pārbaudi Vispārējā tiesa norāda, ka, izvērtējot Kopienas preču zīmes atšķirtspēju, kas iegūta izmantošanas rezultātā, *ITSB* ir jāizvērtē fakti, kas reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei var piešķirt šādu atšķirtspēju, tikai tad, ja uz tiem ir norādījis reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs. Lai gan ir taisnība, ka attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktu nav noteikuma, kas paredzētu, ka *ITSB* (proti, pārbaudītāja vai, attiecīgā gadījumā, Apelācijas padomes) pārbaude attiecas tikai uz lietas dalībnieku norādītajiem faktiem, pretēji tam, kas paredzēts šīs pašas regulas 74. panta 1. punkta beigu daļā attiecībā uz relatīviem atteikuma pamatiem, *ITSB*, nepastāvot preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzēja apgalvojumam par tās atšķirtspēju, kas iegūta izmantošanas rezultātā, faktiski nav iespējams ņemt vērā faktu, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir ieguvusi šādu atšķirtspēju. Tāpat *ITSB* ir pienākums ņemt vērā pierādījumus, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, tikai tad, ja preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs to ir iesniedzis administratīvā procesa laikā *ITSB*, jo nepastāv būtiska atšķirība starp atsaukšanos uz to, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, no vienas puses, un pierādījumu iesniegšanu šāda apgalvojuma pamatojumam, no otras puses.

Spriedums, 2014. gada 19. jūnijs, Oberbank u.c. (C-217/13 un C-218/13, [EU:C:2014:2012](#))

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Preču zīmes – Direktīva 2008/95/EK – 3. panta 1. un 3. punkts – Preču zīme, ko veido sarkanā krāsa bez kontūrām un kas reģistrēta attiecībā uz banku pakalpojumiem – Pieteikums par spēkā neesības atzīšanu – Izmantošanas rezultātā iegūta atšķirtspēja – Pierādījumi – Aptauija – Brīdis, kurā ir jābūt iegūtai atšķirtspējai izmantošanas rezultātā – Pierādīšanas pienākums

DSGV piederēja valsts preču zīme, ko veidoja sarkana krāsa bez kontūrām un kas tika reģistrēta *Deutsches Patent- und Markenamt* (Vācijas Patentu un preču zīmju birojs, turpmāk tekstā – “*DPMA*”) attiecībā uz banku pakalpojumiem. *Oberbank* iesniedza pieteikumu, lūdzot atzīt attiecīgo preču zīmi par spēkā neesošu un tostarp norādot, ka tā neesot ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. *DPMA* šo pieteikumu noraidīja. Turklāt *Banco Santander* un *Santander Consumer Bank* iesniedza arī pieteikumu par attiecīgās preču zīmes spēkā neesības atzīšanu tādēļ, ka atšķirtspēja nav iegūta izmantošanas rezultātā, un šis pieteikums arī tika noraidīts.

Izskatot *Oberbank* prasību, no vienas puses, un *Banco Santander* un *Santander Consumer Bank* prasību, no otras puses, *Bundespatentgericht* (Federālā patentu tiesa, Vācija) lūdza Tiesu precizēt atzīšanas pakāpi, kas tiek prasīta, lai uzskatītu, ka preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, kā arī atbilstošo datumu, kas jāņem vērā, veicot šādu pārbaudi.

Pirmām kārtām, Tiesa norāda, ka Direktīvas 2008/95 par preču zīmēm⁵¹ 3. panta 1. un 3. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tiem neatbilst tāda valsts tiesību interpretācija, saskaņā ar kuru procesos, kuros rodas jautājums, vai krāsas preču zīme bez kontūrām ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, vienmēr ir nepieciešams, lai aptaujas rezultāti liecinātu par šīs preču zīmes atpazīstamības pakāpi vismaz 70 % apmērā.

Otrām kārtām, Tiesa uzskata, ka gadījumā, ja dalībvalsts nav izmantojusi Direktīvas 2008/95 par preču zīmēm 3. panta 3. punkta otrajā teikumā paredzēto iespēju, šīs direktīvas 3. panta 3. punkta pirmais teikums ir jāinterpretē tādējādi, ka spēkā neesības atzīšanas procesā attiecībā uz preču zīmi, kurai nepiemīt raksturīgā atšķirtspēja, lai izvērtētu, vai šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, ir jāpārbauda, vai šāda atšķirtspēja ir tikusi iegūta pirms šīs preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma. Šajā ziņā nav nozīmes apstāklim, ka apstrīdētās preču zīmes īpašnieks apgalvo, ka tā katrā ziņā ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā pēc reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas, bet pirms reģistrācijas.

Trešām kārtām un visbeidzot, Tiesa secina, ka gadījumā, ja dalībvalsts nav izmantojusi Direktīvas 2008/95 par preču zīmēm 3. panta 3. punkta otrajā teikumā paredzēto iespēju, minētās direktīvas 3. panta 3. punkta pirmais teikums ir jāinterpretē tādējādi, ka tas neliedz spēkā neesības atzīšanas procesā atzīt apstrīdēto preču zīmi par spēkā neesošu, ja tai nepiemīt raksturīgā atšķirtspēja un ja tās īpašniekam neizdodas pierādīt, ka šī preču zīme pirms reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma ir ieguvusi atšķirtspēju tās izmantošanas rezultātā.

Spriedums, 2015. gada 21. aprīlis, Louis Vuitton Malletier/ITSB – Nanu-Nana (Šaha galdiņa motīva brūnā un smilškrāsā attēlojums) (T-359/12, [EU:T:2015:215](#)).⁵²

Kopienas preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Kopienas grafiska preču zīme, kura attēlo šaha galdiņa motīvu brūnā un smilškrāsā – Absolūts atteikuma pamats – Atšķirtspējas neesība – Izmantošanas rezultātā iegūtās atšķirtspējas neesība – Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts un 3. punkts – Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. un 2. punkts

⁵¹ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2008, L 299, 25. lpp.).

⁵² Apelācijas sūdzība par šo spriedumu tika noraidīta ar Tiesas priekšsēdētāja 2016. gada 21. jūlija rīkojumu *Louis Vuitton Malletier/EUIPO* (C-363/15 P un C-364/15 P, [EU:C:2016:595](#)).

Louis Vuitton Malletier bija Kopienas grafiskas preču zīmes, kas attēlo šaha galdiņa rakstu, īpašniece. *Nanu-Nana Handelsgesellschaft mbH für Geschenkartikel & Co. KG* iesniedza pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu, ko ITSB Anulēšanas nodaļa apmierināja, pamatojoties uz to, ka preču zīmei nav atšķirtspējas un tā to nav ieguvusi izmantošanas rezultātā. ITSB Apelācijas padome apstiprināja šo lēmumu.

Izskatot prasību par Apelācijas padomes lēmumu, kuru Vispārējā tiesa noraida, minētā tiesa nospriež, ka absolūtais atteikuma pamats attiecībā uz apzīmējuma⁵³ atšķirtspējas neesību neliedz reģistrēt preču zīmi, ja tā saistībā ar precēm, attiecībā uz kurām pieteikta reģistrācija, ir ieguvusi atšķirtspēju tās izmantošanas rezultātā. Pierādījumi par izmantošanas rezultātā iegūtu atšķirtspēju ir jāsniedz vienīgi par valstīm, kuras bija Savienības dalībvalstis apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas dienā. Tādējādi apzīmējums, kam nepiemīt raksturīgā atšķirtspēja un kas pirms šī apzīmējuma kā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas tā izmantošanas rezultātā ir ieguvis atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm un pakalpojumiem, var tikt reģistrēts, jo runa nav par preču zīmi “kas reģistrēta, pārkāpjot 7. panta normas”. Tātad Regulas Nr. 207/2009 52. panta 2. punktam šajā gadījumā nav nekādas nozīmes, jo tas attiecas uz preču zīmēm, kuru reģistrācija ir pretrunā Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktā paredzētajiem atteikuma pamatiem un kuras šādas tiesību normas neesības gadījumā būtu bijis jāatceļ. Regulas Nr. 207/2009 52. panta 2. punkta mērķis tieši ir saglabāt tādu preču zīmju reģistrāciju, kuras attiecīgajā laikposmā, proti, kopš to reģistrācijas, izmantošanas rezultātā ir ieguvušas atšķirtspēju saistībā ar precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tās tikušas reģistrētas, neraugoties uz to, ka šī reģistrācija tās izdarīšanas brīdī bijusi pretrunā Regulas Nr. 207/2009 7. pantam.

Kopienas preču zīmei ir “vienots raksturs”, kas nozīmē, ka tai ir “vienāds spēks visā Kopienā”. No šī rakstura izriet, ka, lai apzīmējumu varētu reģistrēt, tam ir jāpiemīt atšķirtspējai visā Savienībā. Tādējādi preču zīmi neregistrē, ja tai trūkst atšķirtspējas kādā Savienības daļā. Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkts ir jālasa šo prasību gaismā. Līdz ar to šāda izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja ir jāpierāda visā tajā teritorijas daļā, kur preču zīmei *ab initio* nav bijusi šāda atšķirtspēja. No iepriekš minētā viennozīmīgi izriet, ka, ja apstrīdētajai preču zīmei nav atšķirtspējas visā Savienībā, pierādījumi par minētās preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju ir jāsniedz par katru dalībvalsti. Protams, Tiesa uzskatīja, ka, pat ja ir skaidrs, ka tas, vai preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, ir jāpierāda attiecībā uz Savienības daļu, kurā šai preču zīmei šāda atšķirtspēja *ab initio* nav bijusi, būtu pārmērīgi pieprasīt, lai šādas atšķirtspējas iegūšanas pierādījumi tiktu sniegti par katru dalībvalsti atsevišķi. Tomēr ir jānorāda, ka, atgādinot judikatūru, saskaņā ar kuru preču zīmi var reģistrēt vienīgi tad, ja ir pierādīts, ka tā izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju

⁵³ Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

Savienības daļā, kurā šai preču zīmei šāda atšķirtspēja *ab initio* nav bijusi, un ka tā tas ir attiecībā uz visu Savienību, Tiesa nav novirzījusi no savas judikatūras.

Spridums, 2018. gada 25. jūlijs, Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services (C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, [EU:C:2018:596](#))

Apelācija – Eiropas Savienības preču zīme – Trīsdimensiju preču zīme, kas attēlo četrdaivu šokolādes tāfelītes formu – Pret pamatojumu vērsta apelācijas sūdzība – Nepieņemamība – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 7. panta 3. punkts – Izmantošanas rezultātā iegūtās atšķirtspējas pierādījums

Société des produits Nestlé SA lūdza *EUIPO* kā Eiropas Savienības preču zīmi reģistrēt trīsdimensiju apzīmējumu, kas attēlo četrdaivu šokolādes tāfelītes formu, attiecībā uz konfekšu un maizes izstrādājumu nozari ⁵⁴. *Cadbury Schweppes plc* (kļuva par *Cadbury Holdings*, pēc tam par *Mondelez*) iesniedza pieteikumu par reģistrācijas spēkā neesības atzīšanu, pamatojoties uz šī apzīmējuma ⁵⁵ atšķirtspējas neesību, un *EUIPO* Anulēšanas nodaļa šo pieteikumu apmierināja. Tomēr *EUIPO* Apelācijas padome atcēla šo lēmumu, jo apstrīdētais apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju tā izmantošanas rezultātā ⁵⁶.

Izskatot prasību par šo pēdējo minēto lēmumu, Vispārējā tiesa ⁵⁷ vēlāk to atcēla pilnībā, uzskatot, ka šajā lēmumā nav spriests par to, kā konkrētā sabiedrības daļa vairākās dalībvalstīs uztver apstrīdēto preču zīmi.

Tiesa, izskatot *Nestlé* un *EUIPO* iesniegtās apelācijas sūdzības, kuras tā noraida, precizē apzīmējuma izmantošanas teritoriālo apjomu, kas nepieciešams, lai varētu uzskatīt, ka tas ir ieguvis atšķirtspēju Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē.

Pirmām kārtām, Tiesa precizē 2013. gada 18. aprīļa sprieduma *Colloseum Holding* (C-12/12, [EU:C:2013:253](#)) tvērumu. Šajā sakarā tā uzsver, ka tā, protams, jau ir nospriedusi, ka prasības, kas ir spēkā attiecībā uz preču zīmes ⁵⁸ faktiskas izmantošanas pārbaudi, ir analogiskas tām, kas attiecas uz apzīmējuma atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā, lai to reģistrētu ⁵⁹, un ka, lai izvērtētu, vai pastāv "faktiska izmantošana Kopienā", nav jāņem vērā dalībvalstu teritorijas robežas. Tomēr spriedums *Colloseum Holding* attiecas nevis uz atbilstošo ģeogrāfisko apjomu, lai izvērtētu faktiskas izmantošanas esību Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta izpratnē, bet gan uz iespēju uzskatīt, ka preču zīmes faktiskas izmantošanas nosacījums minētās tiesību normas izpratnē ir izpildīts, ja reģistrētā preču zīme, kas savu atšķirtspēju ir ieguvusi citas kombinētas preču zīmes, kuras sastāvdaļa tā ir, izmantošanas rezultātā, tiek

⁵⁴ Runa bija par precēm, kas ietilpst 30. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

⁵⁵ Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

⁵⁶ Jēdziens Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē.

⁵⁷ Spriedums, 2016. gada 15. decembris, *Mondelez UK Holdings & Services/EUIPO – Société des produits Nestlé* (Šokolādes tāfelītes forma) (T-112/13, [EU:T:2016:735](#)).

⁵⁸ Regulas Nr. 40/94 15. panta 1. punkta un Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta izpratnē.

⁵⁹ Spriedums, 2012. gada 19. decembris, *Leno Marken* (C-149/11, [EU:C:2012:816](#)).

izmantota tikai ar šīs citas kombinētās preču zīmes starpniecību vai ja tā tiek izmantota tikai kopā ar citu preču zīmi, turklāt pati šo abu preču zīmju kombinācija ir reģistrēta kā preču zīme. Sprieduma *Colloseum Holding* 34. punkts tāpat nevar tikt saprasts tādējādi, ka prasības, kas ir spēkā attiecībā uz teritoriālā apmēra vērtējumu un pieļauj preču zīmes reģistrāciju izmantošanas rezultātā, ir analogiskas tām, kas ļauj saglabāt reģistrētas preču zīmes īpašnieka tiesības.

Tiesa arī norāda, ka jau reģistrētas Eiropas Savienības preču zīmes faktiskās izmantošanas jomā nepastāv analogiska tiesību norma Regulas Nr. 207/2009 7. panta 2. punktam, līdz ar ko nevar uzreiz uzskatīt, ka šāda izmantošana nepastāv tikai tādēļ, ka attiecīgā preču zīme netiek izmantota kādā Savienības daļā. Tādējādi, kaut arī ir pamatoti gaidīt, ka Eiropas Savienības preču zīme tiek izmantota plašākā teritorijā nekā viena dalībvalsts, lai to varētu kvalificēt kā “faktisku izmantošanu”, nav izslēgts, ka attiecīgos apstākļos to preču vai pakalpojumu tirgus, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta Eiropas Savienības preču zīme, faktiski ir tikai vienā dalībvalstī, līdz ar ko minētās preču zīmes izmantošana šajā teritorijā var atbilst Eiropas Savienības preču zīmes faktiskas izmantošanas nosacījumam.

Otrām kārtām, runājot par preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā, Tiesa atgādina, ka apzīmējums var tikt reģistrēts kā Eiropas Savienības preču zīme atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktam tikai tad, ja ir sniegti pierādījumi, ka tās izmantošanas rezultātā tā ir ieguvusi atšķirtspēju Savienības daļā, kurā šai preču zīmei atšķirtspējas *ab initio* nav bijis. Attiecīgā gadījumā šo Savienības daļu var veidot tikai viena dalībvalsts. Tādējādi, runājot par preču zīmi, kurai nav atšķirtspējas *ab initio* visās dalībvalstīs, šādu preču zīmi saskaņā ar šo tiesību normu var reģistrēt vienīgi tad, ja ir pierādīts, ka tā atšķirtspēju ir ieguvusi tās izmantošanas visā Savienības teritorijā rezultātā. Turklāt Tiesa uzsver, ka no 2012. gada 24. maija sprieduma *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*/ITSB (C-98/11 P, [EU:C:2012:307](#), 62. punkts) neizriet, ka, ja preču zīmei nav raksturīgās atšķirtspējas visā Savienībā, lai to varētu reģistrēt kā Eiropas Savienības preču zīmi, pietiek pierādīt, ka tā izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju būtiskā Savienības daļā, pat ja šie pierādījumi nav tikuši iesniegti attiecībā uz katru dalībvalsti.

Trešām kārtām un visbeidzot, attiecībā uz pierādījumiem par atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā Tiesa uzskata, ka, tā kā nevienā Regulas Nr. 207/2009 normā nav noteikts pienākums ar atsevišķiem pierādījumiem pierādīt atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā katrā dalībvalstī atsevišķi, līdz ar to nevar izslēgt, ka pierādījumiem par to, ka konkrēts apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, ir nozīme attiecībā uz vairākām dalībvalstīm vai pat visu Savienību. Tostarp ir iespējams, ka saistībā ar noteiktām precēm vai pakalpojumiem uzņēmēji ir apvienojuši kopā vairākas dalībvalstis vienā un tajā pašā izplatīšanas tīklā un darbojas šajās dalībvalstīs, it īpaši no mārketinga viedokļa, tā, it kā tās veidotu vienu un to pašu valsts tirgu. Šādā gadījumā pierādījumi par apzīmējuma izmantošanu šādā pārrobežu tirgū var būt atbilstīgi saistībā ar visām attiecīgajām dalībvalstīm. Tāpat tas esot tad, ja ģeogrāfiskā, kultūras vai valodas tuvuma starp dalībvalstīm dēļ vienas valsts konkrētajai

sabiedrības daļai ir pietiekamas zināšanas par precēm vai pakalpojumiem, kuri ir atrodami otras valsts tirgū.

No šiem apsvērumiem izriet, ka, lai gan preču zīmes, kurai nav *ab initio* atšķirtspējas visās Savienības dalībvalstīs, reģistrēšanai, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktu, nav nepieciešams, ka pierādījumi par to, ka šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, tiek sniegti saistībā ar katru dalībvalsti atsevišķi, šiem iesniegtajiem pierādījumiem ir jāļauj pierādīt šādu iegūšanu visās Savienības dalībvalstīs. Jautājums par to, vai iesniegtie pierādījumi ir pietiekami, lai pierādītu, ka konkrēts apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju izmantošanas rezultātā tajā Savienības teritorijas daļā, kurā šim apzīmējumam šādas atšķirtspējas nebija *ab initio*, ietilpst pierādījumu vērtējumā, kas pirmām kārtām ir jāveic *EUIPO* instancēm. Šis vērtējums ir pakļauts Vispārējās tiesas kontrolei, kurai, ja tajā ir celta prasība par apelācijas padomes lēmumu, vienīgai ir kompetence konstatēt faktus un tālād tos izvērtēt. Turpretī faktu vērtējums, izņemot gadījumu, kad Vispārējā tiesa ir sagrozījusi tai iesniegtos pierādījumus, nav tiesību jautājums, kas kā tāds ir pakļauts Tiesas pārbaudei apelācijas tiesvedībā. Tomēr, ja *EUIPO* instances vai Vispārējā tiesa pēc tam, kad tie ir izvērtējuši visus tiem iesniegtos pierādījumus, nospriestu, ka noteikti pierādījumi ir pietiekami, lai pierādītu, ka konkrēts apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju izmantošanas rezultātā tajā Savienības daļā, kurā tam šāda atšķirtspēja nebija *ab initio*, un tādējādi pamatotu tā reģistrāciju kā Eiropas Savienības preču zīmi, tiem šī lēmuma daļa ir skaidri jānorāda savos attiecīgajos lēmumos.

II. Relatīvi reģistrācijas atteikuma pamati

1. Sajaukšanas iespēja

Spriedums, 2003. gada 9. jūlijs, Laboratorios RTB/ITSB – Giorgio Beverly Hills (“GIORGIO BEVERLY HILLS”) (T-162/01, [EU:T:2003:199](#))

Kopienas preču zīme – Iebildumu process – Agrākas grafiskas un vārdiskas preču zīmes, kas ietver vārdu “GIORGI” – Kopienas vārdiskas preču zīmes “GIORGIO BEVERLY HILLS” reģistrācijas pieteikums – Relatīvs atteikuma pamats – Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts

Giorgio Beverly Hills, Inc. iesniedza ITSB pieteikumu reģistrēt vārdisku apzīmējumu “GIORGIO BEVERLY HILLS” kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz precēm, kas ietilpst dažādās klasēs Nicas nolīguma izpratnē ⁶⁰.

⁶⁰ Runa ir par 3., 14., 18. un 25. klasi Nicas nolīguma izpratnē.

Laboratorios RTB iesniedza iebildumus pret šīs Kopienas preču zīmes reģistrāciju, pamatojoties uz sajaukšanas iespēju starp reģistrācijai pieteikto preču zīmi un agrākajām grafiskajām preču zīmēm, kas ietver vārdiskus apzīmējumus “J GIORGI”, “GIORGI LINE” un “MISS GIORGI”, kuru īpašniece ir prasītāja.

ITSB leibildumu nodaļa noraidīja iebildumus, jo atšķirības starp konfliktējošajiem apzīmējumiem nerada sajaukšanas iespēju Spānijas teritorijas, kurā ir aizsargātas agrākās preču zīmes, sabiedrības uztverē.

Prasītāja par leibildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelācijas sūdzību ITSB, un Apelācijas padome šo sūdzību noraidīja. Apelācijas padome būtībā uzskatīja, ka, neraugoties uz attiecīgo preču identiskumu, pastāv pietiekamas atšķirības starp reģistrācijai pieteikto preču zīmi “GIORGIO BEVERLY HILLS” un agrākajām grafiskajām preču zīmēm, kas ietver vārdiskus apzīmējumus “J GIORGI”, “GIORGI LINE” un “MISS GIORGI”, lai varētu izslēgt jebkādu sajaukšanas iespēju.

Prasītāja par Apelācijas padomes lēmumu cēla prasību, kuru Vispārējā tiesa noraidīja.

Šajā ziņā Vispārējā tiesa uzskata, ka no Spānijas sabiedrības viedokļa nepastāv sajaukšanas iespēja starp vārdisko preču zīmi “GIORGIO BEVERLY HILLS”, kuru lūgts reģistrēt kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz tualetes ziepēm, smaržām u.c., kas ietilpst 3. klasē Nicas nolīguma izpratnē, un grafiskajām preču zīmēm, kas ietver vārdiskus apzīmējumus “J GIORGI”, “GIORGI LINE” un “MISS GIORGI” un kas iepriekš reģistrētas Spānijā, lai apzīmētu tajā pašā klasē ietilpstošas parfimērijas un kosmētikas preces. Pat ja starp precēm, ko aptver konfliktējošās preču zīmes, pastāv identiskums vai līdzība, apzīmējumu vizuālās, fonētiskās un konceptuālās atšķirības ir pietiekams pamatojums, lai izslēgtu minētās iespējas esību, līdz ar ko nav izpildīts viens no Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas nosacījumiem.

Spridums, 2009. gada 22. janvāris, Commercy/ITSB – easyGroup IP Licensing (“easyHotel”)
(T-316/07, [EU:T:2009:14](#))

Kopienas preču zīme – Spēkā neesības atzīšanas process – Kopienas vārdiska preču zīme “easyHotel” – Agrāka valsts vārdiska preču zīme “EASYHOTEL” – Relatīvs atteikuma pamats – Preču un pakalpojumu līdzības neesība – Regulas (EK) Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts un 52. panta 1. punkta a) apakšpunkts – Juridiskā palīdzība – Lūgums, kuru iesniedzis komercsabiedrības bankrota administrators – Reglamenta 94. panta 2. punkts

EasyGroup IP Licensing Ltd iesniedza ITSB vārdiska apzīmējuma “easyHotel” kā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem⁶¹. *Commercy AG* iesniedza pieteikumu par attiecīgās preču zīmes spēkā neesības atzīšanu, pamatojoties uz agrāku valsts vārdisksu preču zīmi “EASYHOTEL”, kas reģistrēta Vācijā

⁶¹ Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem pieteikta preču zīme, ietilpst 9., 16., 25., 32., 33., 35., 36., 38., 39., 41. un 42. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem. *EasyGroup IP Licensing* atteicās no apstrīdētās preču zīmes attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem.

Anulēšanas nodaļa noraidīja pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu, uzskatot, ka viens no nosacījumiem, kas ir vajadzīgs Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanai, nav izpildīts, proti, ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču un pakalpojumu identiskums vai līdzība. Ar lēmumu Apelācijas padome prasītājas apelācijas sūdzību noraidīja un apstiprināja Anulēšanas nodaļas lēmumu. Būtībā Apelācijas padome uzskatīja, ka attiecīgās preces un pakalpojumi neesot nedz identiski, nedz līdzīgi un ka tārad nevar tikt piemērots Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts.

Vispārējā tiesa noraidīja prasību, kas celta par Apelācijas padomes lēmumu, uzskatot, pirmām kārtām, ka pieteikumu par spēkā neesības atzīšanu, kas pamatots ar šīs pašas regulas 8. panta 1. punktu, var iesniegt tikai šī pieteikuma pamatā izvirzīto agrāko preču zīmju īpašnieki vai arī to pilnvaroti licenciāti ⁶². Taču komercsabiedrības, kas ir attiecīgo agrāko preču zīmju īpašniece, bankrota procesa administratora statuss neatbilst nevienai no šīm divām kategorijām. Līdz ar to pieteikums par spēkā neesības atzīšanu, kuru minētais administrators iesniedzis pats savā vārdā, ir atzīstams par nepieņemamu.

Ja pieteikumu par Kopienas preču zīmes spēkā neesības atzīšanu, atsaucoties uz agrākām preču zīmēm, kuru īpašniece tā ir, iesniedz attiecīgā sabiedrība, tad šai pašai sabiedrībai, kuru attiecīgajā gadījumā pārstāv bankrota administrators, ir tiesības apstrīdēt Anulēšanas nodaļas un Apelācijas padomes lēmumus. Turpretī apelācijas sūdzība Apelācijas padomē vai prasība Vispārējā tiesā, ko šīs pašas sabiedrības bankrota administrators ir iesniedzis pats savā vārdā, ir noraidāmas, jo tās ir iesniegusi ⁶³ persona, kura nav pilnvarota apstrīdēt šajā apelācijas sūdzībā un prasībā minētos lēmumus.

Otrām kārtām, Vispārējā tiesa uzskata, ka no plašas sabiedrības viedokļa nepastāv sajaukšanas iespēja ⁶⁴ starp vārdisko apzīmējumu "easyHotel", kuru lūgts reģistrēt kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz pakalpojumiem, kas Nicas nolīguma izpratnē ietilpst 39. un 42. klasē, kā arī attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 16., 25., 32., 33., 35., 36. un 41. klasē, un vārdisku preču zīmi "EASYHOTEL", kas agrāk reģistrēta Vācijā attiecībā uz programmatūru, kura minētā nolīguma izpratnē ietilpst attiecīgi 9. un 42. klasē.

Attiecīgajām precēm un pakalpojumiem ir atšķirīgs raksturs, funkcionālais uzdevums, lietojums, kā arī tām nav konkurējoša vai papildinoša rakstura. Attiecīgajām precēm un pakalpojumiem, kuri ir aptverti ar agrāko preču zīmi, ir informātikas raksturs, bet informācijas, pasūtīšanas un rezervēšanas pakalpojumiem, kuri ir aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, ir atšķirīgs raksturs un to sniegšanai informātikas līdzekļi tiek

⁶² Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 55. panta 1. punkta b) apakšpunkts, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 42. panta 1. punktu un 52. panta 1. punktu.

⁶³ Pretēji tam, kas ir paredzēts attiecīgi Regulas Nr. 40/94 58. pantā un 63. panta 4. punktā.

⁶⁴ Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

izmantoti kā pamats informācijas izplatīšanai vai lai ļautu rezervēt viesnīcas numuru vai ceļojumus.

Attiecīgās preces un pakalpojumi, kuri ir aptverti ar agrāko preču zīmi, ir īpaši paredzēti viesnīcu un ceļojumu nozares uzņēmumiem, un informācijas, pasūtīšanas un rezervēšanas pakalpojumi, kuri ir aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, ir paredzēti plašai sabiedrības daļai. Turklāt attiecīgās preces un pakalpojumi, kuri aptverti ar agrāko preču zīmi, tiek izmantoti, lai ļautu darboties informātikas sistēmai un, konkrētāk, tiešsaistes veikalam, bet informācijas, pasūtīšanas un rezervēšanas pakalpojumi, kuri aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, tiek izmantoti, lai rezervētu viesnīcas numuru vai ceļojumu. Tikai apstākļi, ka informācijas, pasūtīšanas un rezervēšanas pakalpojumi, kuri ir aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, tiek sniegti vienīgi internetā un tātad tiem jāizmanto tādi informātikas līdzekļi kā tie, kas tiek sniegti ar precēm un pakalpojumiem, kuri ir aptverti ar agrāko preču zīmi, nav pietiekams, lai novērstu būtiskās atšķirības, kas starp attiecīgajām precēm un pakalpojumiem pastāv to rakstura, funkcionālā uzdevuma un lietojuma ziņā.

Trešām kārtām un visbeidzot, papildinošas preces vai pakalpojumi ir tādi, starp kuriem pastāv cieša saikne tādā ziņā, ka viena prece ir nepieciešama vai vajadzīga citas preces lietošanai, no kā izriet, ka patērētāji var uzskatīt, ka par šo preču ražošanu vai pakalpojumu sniegšanu ir atbildīgs viens un tas pats uzņēmums.

Šī judikatūras sniegtā definīcija paredz, ka papildinošas preces vai pakalpojumi var tikt izmantoti kopā, kas nozīmē, ka tiem ir jābūt paredzētiem vienai un tai pašai sabiedrības daļai. No tā izriet, ka papildinošā rakstura saikne nevar pastāvēt starp, no vienas puses, precēm vai pakalpojumiem, kas vajadzīgi komercsabiedrības darbībai, un, no otras puses, precēm un pakalpojumiem, kurus šis uzņēmums ražo vai sniedz. Šīs divas preču vai pakalpojumu kategorijas netiek izmantotas kopā, jo pirmās minētās kategorijas preces vai pakalpojumus izmanto pats attiecīgais uzņēmums, bet otrās minētās kategorijas preces vai pakalpojumus izmanto minētā uzņēmuma klienti.

Spriedums, 2009. gada 18. jūnijs, L'Oréal u.c. (C-487/07, [EU:C:2009:378](#))

Direktīva 89/104/EEK – Preču zīmes – 5. panta 1. un 2. punkts – Izmantošana salīdzinošajā reklāmā – Tiesības aizliegt šo izmantošanu – Netaisnīgi gūts labums no reputācijas – Kaitējums preču zīmes funkcijām – Direktīva 84/450/EEK – Salīdzinošā reklāma – 3.a panta 1. punkta g) un h) apakšpunkts – Salīdzinošās reklāmas likumības nosacījumi – Netaisnīgi gūts labums no preču zīmes atpazīstamības – Preces kā imitācijas vai reprodukcijas attēlojums

Uzņēmumi L'Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC un Laboratoire Garnier & Cie ir L'Oréal grupas dalībnieki, kas ražo un tirgo ekskluzīvas smaržas. Tiem pieder preču zīmes ar reputāciju "Trésor", "Miracle", "Anaïs-Anaïs" un "Noa".

Malaika un Starion Apvienotajā Karalistē tirgo šo smaržu atdarinājumus, ko ražo Bellure. Šo imitāciju tirdzniecībā izmantotajiem flakoniem un iepakojumiem ir vispārēja līdzība ar

L'Oréal izmantotajiem flakoniem un iepakojumiem, kas ir aizsargāti ar vārdiskām un grafiskām preču zīmēm. Šīs sabiedrības izmanto salīdzinošos sarakstus, kas ir pazīnoti mazumtirgotājiem un kuros ir norādīta luksusa smaržu, kuras atdarinājums tiek tirgots, vārdiskā preču zīme.

L'Oréal u.c. iesniedza *High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division* (Augstā tiesa (Anglija un Velsa), Kancelera kompetences lietu departaments, Apvienotā Karaliste), prasību pret *Bellure, Malaika* un *Starion* par preču zīmju pārkāpumu.

Valsts tiesa vērsās Tiesā, lai precizētu noteiktu Preču zīmju direktīvas, kā arī Direktīvas par maldinošu un salīdzinošu reklāmu ⁶⁵ tiesību normu interpretāciju.

Attiecībā uz tādu iepakojumu un flakonu izmantošanu, kas ir līdzīgi *L'Oréal* tirgots smaržu iepakojumiem un flakoniem, Tiesai tika uzdots jautājums par to, vai trešā persona, kas izmanto preču zīmei ar reputāciju līdzīgu apzīmējumu, var tikt uzskatīta par tādu, kas netaisnīgi gūst labumu no preču zīmes, ja šī izmantošana tai sniedz priekšrocību savu preču tirdzniecībā, tomēr neradot sabiedrībai sajaukšanas iespēju vai neradot kaitējumu preču zīmes īpašniekam.

Tiesa uz šo jautājumu atbild apstiprinoši. Tādējādi tā nospriež, ka no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas netaisnīgi gūta labuma esība nenozīmē, ka pastāv sajaukšanas iespēja, vai preču zīmes īpašniekam nodarīta kaitējuma iespēja. Tā uzskata, ka, lai noteiktu, vai apzīmējuma izmantošanas rezultātā tiek netaisnīgi gūts labums no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, ir jāveic visaptverošs vērtējums, kurā tostarp ņemta vērā preču zīmes reputācijas intensitāte un atšķirtspējas pakāpe, konfliktējošo preču zīmju līdzības pakāpe, kā arī attiecīgo preču raksturs un līdzības pakāpe. Šajā gadījumā *Malaika* un *Starion* gūst komerciālu priekšrocību no tā, ka, tirgojot savus "zemās klases" atdarinājumus, tās izmanto iepakojumus un flakonus, kas ir līdzīgi tiem, kurus *L'Oréal* izmanto savām luksusa smaržām. Turklāt līdzība tika apzināti meklēta, lai sabiedrībai radītu asociāciju ar mērķi atvieglot preču tirdzniecību. Tiesa uzskata, ka šajos apstākļos ir tostarp jāņem vērā, ka tādu iesaiņojumu un flakonu izmantošanas mērķis, kas līdzīgi imitēto smaržu iesaiņojumiem un flakoniem, ir reklāmas nolūkos gūt priekšrocības no to preču zīmju atšķirtspējas un reputācijas, ar kurām šīs smaržas tiek tirgotas. Tiesa secina, ka tad, ja trešā persona, izmantojot preču zīmei ar reputāciju līdzīgu apzīmējumu, mēģina sev izveidot saikni ar tās tēlu, lai izmantotu tās pievilksanas spēju, reputāciju un prestižu, kā arī lai bez jebkādas finansiālas atlīdzības un bez pienākuma pielikt pūles šajā sakarā savā labā izmantotu komerciāla rakstura pūles, ko preču zīmes īpašnieks pielicis, lai izveidotu un uzturētu šīs preču zīmes tēlu, ir jāuzskata, ka minētās izmantošanas rezultātā no minētās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas gūtais labums ir gūts netaisnīgi.

⁶⁵ Padomes Direktīva 84/450/EEK (1984. gada 10. septembris) par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu (OV L 250, 17. lpp.), kas grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvu 97/55/EK (OV L 290).

Attiecībā uz salīdzinošajiem smaržu sarakstiem, kuros norādīti *L'Oréal* luksusa smaržu nosaukumi, kas aizsargāti ar vārdiskām preču zīmēm, Tiesa vispirms konstatē, ka tos var kvalificēt kā salīdzinošu reklāmu. Turpinājumā tā atgādina, ka reklāmas devēja veikta konkurenta preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošana salīdzinošajā reklāmā attiecīgā gadījumā var tikt aizliegta saskaņā ar Preču zīmju direktīvu, ja vien šī reklāma neatbilst visiem Direktīvā par maldinošu un salīdzinošu reklāmu paredzētajiem likumības nosacījumiem. Šajā kontekstā Tiesa uzskata, ka preču zīmes īpašniekam ir tiesības aizliegt trešai personai izmantot šai preču zīmei identisku apzīmējumu, pat ja šī izmantošana nevar kaitēt preču zīmes pamatfunkcijai norādīt preču vai pakalpojumu izcelsmi, ar nosacījumu, ka minētā izmantošana kaitē vai var kaitēt kādai no citām preču zīmes funkcijām, piemēram, saziņas, ieguldījumu vai reklāmas funkcijām. Attiecībā uz jautājumu par to, vai smaržu salīdzinājuma saraksti atbilst visiem Direktīvā par maldinošu un salīdzinošu reklāmu paredzētajiem nosacījumiem, Tiesa nospriež, ka tā aizliedz reklāmas devējam salīdzinošajā reklāmā norādīt, ka tā tirgotā prece ir preču zīmes preces vai pakalpojuma atdarinājums vai reprodukcija. Taču salīdzinājuma sarakstu mērķis un sekas ir norādīt attiecīgajai sabiedrībai oriģinālās smaržas, kuru atdarinājums ir *Malaika* un *Starion* tirgotās smaržas. Tiesa konstatē, ka šie saraksti tādējādi apliecina, ka pēdējās minētās smaržas ir *L'Oréal* tirgots smaržu atdarinājumi un ka līdz ar to reklāmas devēja tirgotās preces tajos ir attēlotas kā preču, attiecībā uz kurām ir aizsargāta preču zīme, atdarinājumi. Visbeidzot, Tiesa precizē, ka peļņa, ko reklāmas devējs guvis no šādas neatļautas salīdzinošās reklāmas, ir jāuzskata par tādu, kas "gūta netaisnīgi" no preču zīmes reputācijas, kas arī ir pretrunā Direktīvā par maldinošu un salīdzinošu reklāmu noteiktajām prasībām.

Spriedums, 2016. gada 22. septembris, *combit Software* (C-223/15, [EU:C:2016:719](#))

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Regula (EK) Nr. 207/2009 – Eiropas Savienības preču zīme – Vienotais raksturs – Sajaukšanas iespējas konstatēšana tikai vienā Savienības daļā – Minētās regulas 102. pantā paredzētā aizlieguma teritoriālā piemērojamība

Saskaņā ar Vācijas tiesībām dibinātā sabiedrība *combit Software GmbH* bija Vācijas un Eiropas Savienības vārdisku preču zīmju "combit" īpašniece attiecībā uz precēm un pakalpojumiem informācijas tehnoloģiju jomā.

Commit Business Solutions Ltd ir saskaņā ar Izraēlas tiesībām dibināta sabiedrība, kas, izmantojot savu interneta vietni www.commitcrm.com, vairākās valstīs pārdeva lietojumprogrammas ar vārdisku apzīmējumu "Commit".

Combit Software cēla prasību pret *Commit Business Solutions*, vēršoties *Landgericht Düsseldorf* (Diseldorfas apgabaltiesa, Vācija), galvenokārt lūdzot uzdot *Commit Business Solutions* pārtraukt izmantot Savienībā vārdisko apzīmējumu "Commit" attiecībā uz tās tirgotajām programmatūrām un, pakārtoti, uzdot šai pašai sabiedrībai pārtraukt izmantot šo pašu apzīmējumu Vācijā.

Landgericht Düsseldorf (Diseldorfas apgabaltiesa) noraidīja prioritāri izvirzīto *combit Software* prasījumu, turpretī tā apmierināja tās pakārtoti izvirzīto prasījumu.

Izskatot *combit Software* iesniegto apelācijas sūdzību, *Oberlandesgericht Düsseldorf* (Federālās zemes Augstākā tiesa Diseldorfā, Vācija) lūdza Tiesu lemt par tāda Eiropas Savienības apzīmējuma izmantošanu, kas rada sajaukšanas iespēju ar Eiropas Savienības preču zīmi kādā Savienības teritorijas daļā, vienlaikus neradot šādu sajaukšanas iespēju citā šīs teritorijas daļā.

Pirmām kārtām, Tiesa norāda, ka tā jau ir nospriedusi lietā par Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieka tiesībām iesniegt iebildumus pret līdzīgas Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, kuras dēļ rastos sajaukšanas iespēja, ka šāds iebildums ir jāapmierina, tiklīdz sajaukšanas iespējas pastāvēšana ir pierādīta vienā Savienības daļā, un šī daļa, piemēram, var būt vienas dalībvalsts teritorija. Tiesa no tā secina, ka analogisks risinājums ir piemērojams lietās par Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieka tiesībām aizliegt tāda apzīmējuma izmantošanu, kas rada sajaukšanas iespēju, jo Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieks ir aizsargāts pret jebkādu izmantošanu, kas apdraud vai var apdraudēt šīs preču zīmes izcelsmes norādes funkciju. Līdz ar to šādam īpašniekam ir tiesības aizliegt šādu izmantošanu, pat ja ar to tiek radīts minētās funkcijas aizskārums tikai vienā Savienības daļā.

Otrām kārtām, Tiesa uzskata, ka, lai nodrošinātu Eiropas Savienības preču zīmju vienādu aizsardzību visā Savienības teritorijā, aizliegumam turpināt pārkāpumu vai pārkāpuma draudus principā ir jāaptver visa Savienības teritorija.

Tomēr gadījumā, ja Eiropas Savienības preču zīmju tiesa konstatē, ka attiecīgā līdzīgā apzīmējuma izmantošana precēm, kas ir identiskas ar tām, attiecībā uz kurām reģistrēta attiecīgā Eiropas Savienības preču zīme, nerada, tostarp ar valodu saistītu apsvērumu dēļ, nekādu sajaukšanas iespēju noteiktā Savienības daļā un tātad nevar apdraudēt šīs preču zīmes izcelsmes norādes funkciju, šai tiesai ir jāierobežo minētā aizlieguma teritoriālā piemērojamība.

Ja Eiropas Savienības preču zīmju tiesa uz to pierādījumu pamata, kurus principā tajā ir jāiesniedz atbildētājam, secina, ka sajaukšanas iespēja nepastāv daļā no Savienības, tad likumīgā tirdzniecība, kāda izriet no attiecīgā apzīmējuma izmantošanas šajā Savienības daļā, nevar tikt aizliegta. Šāds aizliegums pārsniegtu ekskluzīvās tiesības, kādas ir piešķirtas ar Eiropas Savienības preču zīmi, ciktāl šīs tiesības minētās preču zīmes īpašniekam ļauj tikai aizsargāt sevišķas intereses kā tādas, proti, nodrošināt, ka minētā preču zīme var pildīt savas funkcijas.

Sajaukšanas iespējas neesības konstatēšana vienā Savienības daļā saskaņā ar Tiesas pastāvīgo judikatūru var pamatoties vienīgi uz visu attiecīgās lietas apstākļu vērtējumu. Šajā vērtējumā ir jāietver konfliktējošo apzīmējumu vizuāls, fonētisks vai konceptuāls salīdzinājums, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošos elementus.

Turklāt ir svarīgi, lai to Savienības daļu, attiecībā uz kuru attiecīgā Eiropas Savienības preču zīmju tiesa konstatē pārkāpuma vai pārkāpuma draudu neesību preču zīmes funkcijām, šī tiesa precīzi identificētu tā, lai no rīkojuma, kas izdots saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 102. pantu, nepārprotami izrietētu, uz kuru Savienības teritorijas daļu neattiecas aplūkojamā apzīmējuma izmantošanas aizliegums. Tiklīdz šī tiesa nolemj izslēgt no izmantošanas aizlieguma atsevišķas Savienības valodu zonas, piemēram, tās, kuras apzīmē ar jēdzienu “angliski runājošās”, tai ir izsmeļoši jāprecizē, kādas zonas tā apzīmē ar šo jēdzienu.

Tāda interpretācija, atbilstoši kurai aizliegums izmantot apzīmējumu, kas rada sajaukšanas iespēju ar Eiropas Savienības preču zīmi, ir piemērojams visā Savienības teritorijā, izņemot to šīs teritorijas daļu, attiecībā uz kuru ir konstatēta šādas iespējas neesība, neapdraud Regulas Nr. 207/2009 1. pantā 2. punktā paredzēto Eiropas Savienības preču zīmes vienotību, ja tiek saglabātas tās īpašnieka tiesības aizliegt jebkādu izmantošanu, kas var aizskart šīs preču zīmes funkciju pildīšanu.

Visbeidzot, Tiesa secina, ka Regulas Nr. 207/2009 1. panta 2. punkts, 9. panta 1. punkta b) apakšpunkts un 102. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tad, ja Eiropas Savienības preču zīmju tiesa konstatē, ka ar apzīmējuma izmantošanu tiek radīta sajaukšanas iespēja ar Eiropas Savienības preču zīmi vienā Savienības teritorijas daļā, vienlaikus neradot šādu iespēju pārējā šīs teritorijas daļā, šai tiesai ir jāsecina, ka ir izdarīts ar šo preču zīmi piešķirto ekskluzīvo tiesību pārkāpums, un jāizdod rīkojums par minētās izmantošanas pārtraukšanu attiecībā uz visu Savienības teritoriju, izņemot attiecībā uz to tās daļu, saistībā ar kuru ir konstatēta sajaukšanas iespējas neesība.

Spriedums, 2018. gada 25. jūlijs, Mitsubishi Shoji Kaisha un Mitsubishi Caterpillar Forklift Europe (C-129/17, [EU:C:2018:594](#))

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Eiropas Savienības preču zīme – Direktīva 2008/95/EK – 5. pants – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 9. pants – Preču zīmes īpašnieka tiesības iebilst pret to, ka trešā persona noņem visus šai preču zīmei identiskos apzīmējumus un izvieto jaunus apzīmējumus uz precēm, kuras ir identiskas tām, attiecībā uz kurām minētā preču zīme reģistrēta, ar mērķi šīs preces importēt vai laist apgrozībā tirgū Eiropas Ekonomikas zonas (EEZ) teritorijā

Mitsubishi Shoji Kaisha Ltd (turpmāk tekstā – “Mitsubishi”), kas reģistrēta Japānā, bija Eiropas Savienības vārdiskas preču zīmes “MITSUBISHI”⁶⁶, Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes “MITSUBISHI”⁶⁷, Beniluksa vārdiskas preču zīmes “MITSUBISHI”⁶⁸ un

⁶⁶ Reģistrēta 2001. gada 24. septembrī ar numuru 118042, un ar to tiek apzīmētas tostarp preces, kuras ietilpst Nicas nolīguma 12. klasē, ieskaitot automobiļus, elektriskos transportlīdzekļus un dakšveres autokrāvējus.

⁶⁷ Reģistrēta 2000. gada 3. martā ar numuru 117713, un ar to tiek apzīmētas tostarp preces, kuras ietilpst Nicas nolīguma 12. klasē, ieskaitot automobiļus, elektriskos transportlīdzekļus un dakšveres autokrāvējus.

⁶⁸ Reģistrēta 1974. gada 1. jūnijā ar numuru 93812, un tā galvenokārt attiecas uz 12. klasē ietilpstošajām precēm, tostarp mehāniskajiem transportlīdzekļiem un sauszemes satiksmes līdzekļiem, un 16. klasē ietilpstošajām precēm, tostarp drukātām grāmatām.

Beniluksa grafiskas preču zīmes “MITSUBISHI”⁶⁹ (turpmāk tekstā – “preču zīmes “Mitsubishi””) īpašniece.

Nīderlandē reģistrētajai sabiedrībai *Mitsubishi Caterpillar Forklift Europe BV* (turpmāk tekstā – “MCFE”) bija ekskluzīvais pilnvarojums ražot un tirgot EEZ teritorijā dakštveres autokrāvējus ar preču zīmi “Mitsubishi”.

Beļģijā reģistrētās sabiedrības *Duma Forklifts NV* pamatdarbība ir jaunu un lietotu dakštveres autokrāvēju iepirkšana un pārdošana visā pasaulē. Tā ražo arī savus dakštveres autokrāvējus ar nosaukumiem “GSI”, “GS” vai “Duma”. Agrāk tā darbojās *Mitsubishi* dakštveres autokrāvēju oficiālo tirdzniecības pārstāvju tīklā Beļģijā.

G.S. International BVBA (turpmāk tekstā – “GSI”), kas arī reģistrēta Beļģijā, bija saistīta ar *Duma*, ar kuru tai bija kopīga vadība un juridiskā adrese. Tā veic dakštveres autokrāvēju ražošanu un remontu un tos kopā ar to rezerves daļām importē un eksportē vairumā pasaules tirgū. Tā arī nodarbojās ar minēto autokrāvēju pielāgošanu Eiropā spēkā esošajiem standartiem, piešķirot tiem savu sērijas numuru un tos piegādāja *Duma*, izsniedzot attiecīgas ES atbilstības deklarācijas.

Hof van beroep te Brussel (Briseles apelācijas tiesa, Beļģija) nolēma apturēt tiesvedību un vērsties Tiesā ar lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu it īpaši par jautājumu, vai ar tādu dakštveres autokrāvēju paralēlo importu EEZ, uz kuriem ir preču zīmes “Mitsubishi”, tiek pārkāptas preču zīmju tiesības.

Pirmām kārtām, Tiesa uzskata, ka Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkts un Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkts ir satura ziņā identiski un interpretējami vienādi.

Otrām kārtām, Tiesa uzskata, ka, lai nodrošinātu ar preču zīmi piešķirto tiesību aizsardzību, ir būtiski, ka vienā vai vairākās dalībvalstīs reģistrētās preču zīmes īpašnieks var kontrolēt ar šo preču zīmi aptvertu preču pirmo laišanu EEZ tirgū. Turklāt no Tiesas judikatūras arī izriet, ka šīs īpašnieka tiesības attiecas uz katru šīs preces eksemplāru.

Trešām kārtām, Tiesa uzskata, ka preču zīmes reklāmas funkcija izpaužas tad, ja tās izmantošana notiek reklāmas nolūkos, lai informētu un pārliecinātu patērētāju. Tādējādi preču zīmes īpašnieks tostarp var aizliegt bez tā piekrišanas izmantot tā preču zīmei identisku apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem šī preču zīme reģistrēta, ja šī izmantošana traucē preču zīmes īpašniekam izmantot preču zīmi kā pārddevumus veicinošu faktoru vai kā komercstratēģijas elementu.

Ceturtām kārtām, Tiesa atgādina, ka attiecībā uz jēdzienu “lietot komercdarbībā” Tiesa jau ir konstatējusi, ka Direktīvas 2008/85 5. panta 3. punktā un Regulas Nr. 207/2009

⁶⁹ Reģistrēta 1974. gada 1. jūnijā ar numuru 92755, un tā galvenokārt attiecas uz 12. klasē ietilpstošajām precēm, tostarp mehāniskajiem transportlīdzekļiem un sauszemes satiksmes līdzekļiem, un 16. klasē ietilpstošajām precēm, tostarp drukātām grāmatām, un ir identiska Eiropas Savienības grafiskajai preču zīmei.

9. panta 2. punktā sniegtais to izmantošanas veidu, ko preču zīmes īpašniekam ir tiesības aizliegt, uzskaitījums nav izsmēlošs.

Piektām kārtām un visbeidzot, Tiesa secina, ka Direktīvas 2008/95 5. pants un Regulas Nr. 207/2009 par Savienības preču zīmi 9. pants ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var iebilst pret to, ka trešā persona bez tā piekrišanas noņem visus šai preču zīmei identiskos apzīmējumus un izvieto citus apzīmējumus uz precēm, kas tiek uzglabātas muitas noliktavā, kā tas ir pamatlietā, lai tās importētu vai laistu apgrozībā tirgū EEZ teritorijā, kurā tās nekad iepriekš vēl nav bijušas laistas apgrozībā.

Tomēr ir jānorāda, ka, pirmkārt, preču zīmei identisku apzīmējumu noņemšana liedz to, ka preces, attiecībā uz kurām šī preču zīme ir reģistrēta, kad tās tiek pirmo reizi laistas apgrozībā tirgū EEZ teritorijā, ir apzīmētas ar šo preču zīmi, un tāad liedz šīs preču zīmes īpašniekam gūt labumu no būtiskajām tiesībām, kas tam tiek atzītas ar šī sprieduma 31. punktā minēto judikatūru, kontrolēt preču, kuras ir apzīmētas ar preču zīmi, pirmreizējo laišanu apgrozībā tirgū EEZ teritorijā.

Otrkārt, preču zīmei identisku apzīmējumu noņemšana un jaunu apzīmējumu izvietošana uz precēm, lai tās pirmo reizi laistu apgrozībā tirgū EEZ, apdraud preču zīmes funkcijas.

Treškārt, apdraudot preču zīmes īpašnieka tiesības kontrolēt ar šo zīmi marķēto preču pirmo laišanu tirgū EEZ teritorijā, kā arī apdraudot preču zīmes funkcijas, trešo personu veiktā preču zīmei identisku apzīmējumu noņemšana un jaunu apzīmējumu izvietošana uz precēm bez tās īpašnieka piekrišanas, lai importētu vai laistu apgrozībā šīs preces tirgū EEZ teritorijā un ar mērķi apiet īpašnieka tiesības aizliegt ar tā preču zīmi marķēto preču importu, ir pretrunā mērķim nodrošināt neizkropļotu konkurenci.

Visbeidzot, attiecībā uz jēdzienu “lietot komercdarbībā” Tiesa uzskata, ka trešo personu veiktās darbības, kas izpaužas kā preču zīmei identisku apzīmējumu noņemšana, lai izvietotu savus apzīmējumus, paredz trešo personu aktīvas darbības, kuras, tā kā tās ir veiktas, lai preces importētu un tirgotu EEZ teritorijā un tāad komercdarbības kontekstā ekonomiskā labuma gūšanai, var tikt uzskatītas par tās izmantošanu komercdarbībā. Šajā kontekstā Tiesa arī norāda, ka Regulas par Eiropas Savienības preču zīmi ⁷⁰, kura ir piemērojama pamatlietas faktiskajiem apstākļiem no 2016. gada 23. marta, 9. panta 4. punktā preču zīmes īpašniekam no tā brīža ir paredzētas tiesības neļaut trešām personām komercdarbībā Savienībā ievest preces, tās tur neizlaižot brīvā apgrozībā, ja šādas preces, tostarp to iepakojums, ievestas no trešām valstīm un bez atļaujas apzīmētas ar preču zīmi, kura ir identiska ES preču zīmei, kas reģistrēta attiecībā uz šādām precēm, vai kuru pēc tās būtiskajiem aspektiem nevar atšķirt no šādas preču zīmes. Šīs īpašnieka tiesības zūd tikai tad, ja tās procedūras gaitā, lai noteiktu, vai attiecībā uz ES preču zīmi ir noticis pārkāpums, preču deklarētājs vai valdītājs var

⁷⁰ Regula Nr. 207/2009, kas grozīta ar Regulu Nr. 2015/2424.

pierādīt, ka preču zīmes īpašniekam nav tiesību aizliegt laist preces tirgū preču galamērķa valstī.

2. Neregistrēta preču zīme, ko izmanto komercdarbībā

Spriedums, 2020. gada 11. novembris, EUIPO/John Mills (C-809/18 P, [EU:C:2020:902](#))

Apelācija – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (EK) Nr. 207/2009 – Iebildumu process – Relatīvs atteikuma pamats – 8. panta 3. punkts – Piemērošanas joma – Reģistrācijai pieteiktās preču zīmes identiskums vai līdzība ar agrāku preču zīmi – Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “MINERAL MAGIC” – Agrākās preču zīmes īpašnieka aģenta vai pārstāvja reģistrācijas pieteikums – Agrāka valsts vārdiska preču zīme “MAGIC MINERALS BY JEROME ALEXANDER”

Jerome Alexander Consulting Corp. ir ASV vārdiskas preču zīmes “MAGIC MINERALS BY JEROME ALEXANDER”, kas aptver preces “Minerālu pūderis sejai”, īpašnieks. *John Mills Ltd* saskaņā ar izplatīšanas līgumu ir apņēmis izplatīt *Jerome Alexander Consulting* preces Eiropas Savienības teritorijā un pasaulē.

2013. gada 18. septembrī *John Mills* savā vārdā iesniedza pieteikumu vārdiskas preču zīmes “MINERAL MAGIC” kā Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijai attiecībā uz kosmētikas līdzekļiem. Šādos apstākļos *Jerome Alexander Consulting* cēla iebildumu, atsaucoties uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 3. punktu, saskaņā ar kuru, “ja preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi neregistrē, ja preču zīmes īpašnieka pārstāvis iesniedz pieteikumu tās reģistrācijai savā vārdā bez īpašnieka piekrišanas”.

Iebildums tika noraidīts. Tomēr Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO) Apelācijas padome atcēla iebildumu nodaļas lēmumu un noraidīja preču zīmes “MINERAL MAGIC” reģistrācijas pieteikumu. Šajā ziņā Apelācijas padome secināja, ka *John Mills* bija iesniedzis šīs preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, rīkojoties kā “aģents” un bez īpašnieka piekrišanas. Tā arī norādīja, ka ar konfliktējošām preču zīmēm aptvertās preces ir identiskas vai līdzīgas un ka apzīmējumi ir līdzīgi.

Izskatot *John Mills* prasību, Vispārējā tiesa atcēla Apelācijas padomes lēmumu, jo Regulas Nr. 207/2009 8. panta 3. punkts ir piemērojams tikai identisku preču zīmju gadījumā.

Tiesa, izskatot EUIPO apelācijas sūdzību, atcēla Vispārējās tiesas spriedumu un nosprieda, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 3. punkta piemērošana neaprobežojas tikai ar apstākli, ka agrākā preču zīme ir identiska tai preču zīmei, kuras reģistrācijas pieteikumu iesniedzis agrākās preču zīmes īpašnieka aģents vai pārstāvis.

Pirmām kārtām, Tiesa konstatē, ka Regulas par Eiropas Savienības preču zīmi 8. panta 3. punkta saturs neietver tiešu precizējumu, vai šī norma ir piemērojama tikai tad, ja aģenta vai pārstāvja reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir identiska agrākajai preču zīmei. Tiesas veiktais minētās tiesību normas sagatavošanas dokumentu vērtējums atklāj, ka

no tiem nevar tikt secināts, ka šīs normas piemērošana aprobežojas tikai ar konfliktējošo preču zīmju identiskuma gadījumiem. Savukārt no sagatavošanas dokumentiem izriet, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 3. punktā ir pausta Savienības likumdevēja izvēle būtībā atkārtot Parīzes konvencijas ⁷¹ 6.f panta 1. punktu. Tiesa uzskata, ka Vispārējai tiesai bija jāņem vērā šīs konvencijas sagatavošanas dokumenti ⁷², no kuriem izriet, ka Parīzes konvencija var attiekties arī uz preču zīmi, kuras reģistrācijas pieteikumu iesniedzis agrākās preču zīmes īpašnieka aģents vai pārstāvis, ja reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir līdzīga minētajai agrākajai preču zīmei.

Otrām kārtām, Tiesa norāda, ka cita interpretācija nozīmētu, ka tiek apšaubīta Regulas Nr. 207/2009 vispārējā sistēma, jo tā preču zīmes īpašniekam liegtu iebilst pret līdzīgas preču zīmes reģistrāciju, kuras pieteikumu iesniedzis tā aģents vai pārstāvis, savukārt pēdējais minētais varētu iebilst pret vēlāku šī paša īpašnieka sākotnējās preču zīmes reģistrācijas pieteikumu tās līdzības ar minētā īpašnieka aģenta vai pārstāvja reģistrētu preču zīmi dēļ.

Trešām kārtām, Tiesa norāda, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 3. punkta mērķis ir nepieļaut, ka preču zīmes īpašnieka aģents vai pārstāvis ļaunprātīgi izmanto agrāku šīs preču zīmes īpašnieka preču zīmi, jo pēdējie minētie var netaisnīgi gūt labumu no īpašnieka pūlēm un ieguldījumiem. Šāda ļaunprātīga izmantošana var rasties arī gadījumā, ja konfliktējošās preču zīmes ir līdzīgas.

Visbeidzot, Tiesa uzskata, ka *John Mills* prasība ir izskatāmā stāvoklī un tā pati var taisīt galīgo spriedumu.

John Mills pārmeta Apelācijas padomei, ka tā to ir uzskatījusi par *Jerome Alexander Consulting* "aģentu". Tiesa uzskata, ka jēdzieni "aģents" un "pārstāvis" ir jāinterpretē plaši – tā, lai aptvertu visus tādu attiecību veidus, kuras balstītas uz līgumu, ar kuru puses saista vienošanās par tirdzniecības sadarbību, kas var radīt uzticības attiecības, tieši vai netieši uzliekot pieteicējam vispārēju pienākumu būt uzticamam un lojālam, ņemot vērā agrākās preču zīmes īpašnieka intereses.

Šajā ziņā Tiesa konstatē, ka *John Mills* bija privileģēts *Jerome Alexander Consulting* preču izplatītājs, ka ir bijusi konkurences aizlieguma klauzula un noteikumi par intelektuālā īpašuma tiesībām attiecībā uz šīm precēm. Līdz ar to Apelācijas padome pamatoti ir uzskatījusi, ka *John Mills* ir *Jerome Alexander Consulting* "aģents".

Attiecībā uz konfliktējošo preču zīmju līdzības vērtējumu Tiesa uzsver, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 3. punkta piemērošanas mērķiem līdzība nav vērtējama atkarībā no sajaukšanas iespējas esības. Runājot par precēm, Tiesa atgādina, ka preču zīmes pamatfunkcija ir norādīt attiecīgo preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi. Tādēļ Regulas Nr. 207/2009 8. panta 3. punkta piemērošana nevar tikt izslēgta, ja preces vai

⁷¹ Parīzes Konvencija par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību, kas parakstīta Parīzē 1883. gada 20. martā, pēdējo reizi pārskatīta Stokholmā 1967. gada 14. jūlijā un grozīta 1979. gada 28. septembrī (*Recueil des traités des Nations unies*, 828. sēj., Nr. 11851, 305. lpp.).

⁷² Lisabonas konference, kas notika no 1958. gada 6. līdz 31. oktobrim, lai pārskatītu Parīzes konvenciju, un kuras laikā tika ieviests 6.f pants.

pakalpojumi, kurus aptver reģistrācijai pieteiktā preču zīme, ir līdzīgi tiem, kurus aptver agrākā preču zīme.

Izskatāmajā lietā Tiesa konstatē, ka attiecīgie apzīmējumi ir līdzīgi un ka preces ir daļēji identiskas un daļēji līdzīgas.

Līdz ar to *John Mills* prasība ir pilnībā noraidīta.

3. Preču zīme ar reputāciju

Spriedums, 2007. gada 22. marts, *Sigla/ITSB – Elleni Holding (“VIPS”)* (T-215/03, [EU:T:2007:93](#))

Kopienas preču zīme – Iebildumu process – Kopienas vārdiskas preču zīmes “VIPS” reģistrācijas pieteikums – Agrāka valsts vārdiska preču zīme “VIPS” – Regulas (EK) Nr. 40/94 8. panta 5. punkts – Regulas (EK) Nr. 40/94 74. pants – Dispozitivitātes princips – Tiesības uz aizstāvību

1997. gada 7. februārī *Elleni Holding BV* iesniedza ITSB Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu. Reģistrācijai pieteiktā preču zīme (turpmāk tekstā – “reģistrācijai pieteiktā preču zīme”) bija vārdisks apzīmējums “VIPS”⁷³. 1999. gada 14. septembrī *Sigla SA* iesniedza iebildumus⁷⁴ pret pieteiktās preču zīmes reģistrēšanu.

ITSB Iebildumu nodaļa⁷⁵ iebildumus apmierināja attiecībā uz 42. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem un noraidīja attiecībā uz 9. un 35. klasē ietilpstošajām precēm un pakalpojumiem. Tomēr Apelācijas padome⁷⁶ apmierināja *Elleni Holding* apelācijas sūdzību un atcēla Iebildumu nodaļas lēmumu. Būvēbā Apelācijas padome uzskata, ka prasītāja ir pierādījusi savas agrākās preču zīmes reputāciju Spānijā, bet nenorādīja iemeslus, kādēļ reģistrācijai pieteiktā preču zīme netaisnīgi gūtu labumu no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai nodarītu tai kaitējumu.

Izskatot *Sigla SA* celto prasību, Vispārējā tiesa atceļ Apelācijas padomes lēmumu.

Šajā sakarā Vispārējā tiesa vispirms norāda, ka Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 8. panta 5. punkts, kas paredz agrāk reģistrētas preču zīmes ar reputāciju attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi, paplašinātu aizsardzību, ir jāinterpretē tādējādi, ka uz to var atsaukties gan iebildumos, kas vērsti pret Kopienas preču zīmes, ar kuru apzīmē preces un pakalpojumus, kas nav identiski un nav līdzīgi ar agrāko preču zīmi apzīmētajiem, reģistrācijas pieteikumu, gan pret Kopienas preču zīmes, ar kuru apzīmē identiskas vai līdzīgas preces, reģistrācijas pieteikumu. Faktiski nevarot sniegt

⁷³ Preces un pakalpojumi, uz kuriem attiecas reģistrācija, ir “datori un datorprogrammas, kas ierakstītas lentēs un diskos” (9. klase), “konsultācijas komercdarījumos; pakalpojumi, kas saistīti ar datorā reģistrētu datu apstrādi” (35. klase) un “datorprogrammatūra; viesnīcu pakalpojumi, ēdināšana (ēdināšanas pakalpojumi), kafējnīcas-restorāni” (42. klase) Nicas nolīguma izpratnē.

⁷⁴ Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 42. panta 1. punktu.

⁷⁵ 2000. gada 28. septembra Lēmums Nr. 2221/2000.

⁷⁶ 2003. gada 1. aprīļa lēmums (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”), kas prasītājam paziņots tā paša gada 3. aprīlī.

tādu šīs tiesību normas interpretāciju, kuras rezultātā preču zīmju ar reputāciju aizsardzība būtu mazāka gadījumā, ja kāds apzīmējums tiktu izmantots attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, nekā gadījumos, kad apzīmējums tiktu izmantots attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi. Tiesa precizē, ka Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 8. panta 5. punkts, kas paredz agrāk reģistrētas preču zīmes ar reputāciju attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi, paplašinātu aizsardzību, ļauj cita starpā agrākas preču zīmes ar reputāciju īpašniekam iebilst pret preču zīmju reģistrāciju, kas varētu nodarīt kaitējumu agrākās preču zīmes atšķirtspējai. Šis kaitējums var rasties, ja agrākā preču zīme vairs nespēj radīt tūlītēju asociāciju ar precēm, attiecībā uz kurām tā ir reģistrēta un lietota. Šī iespēja ir saistīta arī ar agrākās preču zīmes “vājināšanu” vai “pakāpenisku graušanu”, liekot izzust tās identitātei un ietekmei uz sabiedrības uztveri. Tomēr vājināšanas iespēja, šķiet, principā, ir mazāka, ja agrāko preču zīmi veido vārds tā parastajā nozīmē, kas ir ļoti plaši izplatīts un bieži lietots, neatkarīgi no agrākās preču zīmes, ko veido attiecīgais vārds. Tādā gadījumā attiecīgā vārda pārņemšana reģistrācijā pieteiktajā preču zīmē rada mazāku iespēju, ka agrākā preču zīme tiks vājināta. Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punktā paredzētais kaitējums rodas arī tad, ja preces vai pakalpojumus, attiecībā uz kuriem izmanto reģistrācijai pieteikto preču zīmi, sabiedrība uztver tā, ka samazinās agrākās preču zīmes pievilcība. Kaitējuma iespēja var rasties, it īpaši ja minētajām precēm vai pakalpojumiem ir īpašības vai kvalitāte, kas var atstāt negatīvu ietekmi uz agrākās preču zīmes ar reputāciju, sakarā ar tās identiskumu vai līdzību ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, iespaidu.

Turpinājumā Vispārējā tiesa uzsver, ka jēdziens “labums”, kas ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes nepamatotu izmantošanu netaisnīgi tiktu gūts no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, ietver gadījumu, kad slavena preču zīme tiek ekspluatēta un acīmredzami parazitiski izmantota vai kad no tās reputācijas mēģina gūt labumu. Citiem vārdiem sakot, runa ir par iespēju, ka preču zīmes ar reputāciju iespajds vai īpašības, ko tā atspoguļo, tiek attiecinātas uz precēm, ko apzīmē reģistrācijai pieteiktā preču zīme, tādējādi, ka ar šīs asociācijas palīdzību ar agrāko preču zīmi ar reputāciju tiktu atvieglota to tirdzniecība. Šī pēdējā veida iespēja ir jānošķir no Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā minētās sajaukšanas iespējas. Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punktā paredzētajā gadījumā konkrētā sabiedrības daļa velk paralēles starp abām konfliktējošajām preču zīmēm, proti, saskata saikni starp tām, tomēr nesajaucot tās. Tātad sajaukšanas iespējas esība nav nosacījums šīs tiesību normas piemērošanai.

Vispārējā tiesa uzskata, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punkta mērķis nav radīt šķēršļus ikvienas preču zīmes reģistrācijai, kas ir identiska vai līdzīga preču zīmei ar reputāciju. Tādējādi agrākās preču zīmes īpašniekam nav jāpierāda, ka pastāv reāls un aktuāls kaitējums viņa preču zīmei. Tomēr viņam ir jāsniedz pierādījumi, kas ļauj konstatēt *prima facie* nākotnē paredzamu, bet ne hipotētisku, netaisnīgu labuma gūšanas vai kaitējuma iespēju. Šajā kontekstā ir iespējams, it īpaši iebildumu, kas pamatoti ar preču zīmi, kam ir īpaši augsta reputācija, gadījumā, ka nākotnē riska, kas nav hipotētisks, ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi nodarītā kaitējuma vai netaisnīgi gūtā labuma no iebildumos

izvirzītās preču zīmes dēļ, iespējamība būtu tik acīmredzama, ka iebildumu iesniedzējam šajā sakarā nav jāizvirza vai jāpierāda cits faktiskais elements. Tomēr nevar prezumēt, ka tā tas ir visos gadījumos.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa precizē, ka saikne starp reģistrācijai pieteikto un agrāko preču zīmi ir būtisks nosacījums, lai piemērotu Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punktu. Šajā lietā ar to, ka pastāv saikne starp pakalpojumiem, kas apzīmēti ar vārdisku apzīmējumu "VIPS", kuru lūgts reģistrēt kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz programmām un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 35. un 42. klasē Nicas nolīguma izpratnē, un pakalpojumiem, kas apzīmēti ar vārdisku preču zīmi "VIPS", kas agrāk reģistrēta Spānijā attiecībā uz pakalpojumiem, kuri ietilpst minētā nolīguma 42. klasē, ja nav citu atbilstošu elementu, nepietiek, lai *prima facie* secinātu, ka nākotnē pastāv risks, kas nav hipotētisks, ka minētā apzīmējuma izmantošana kaitē agrākās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai vai gūst no tās netaisnīgu labumu Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punkta izpratnē. Faktiski, pirmkārt, tā kā vārds "VIPS" angļu valodā daudzskaitļa formā nozīmē saīsinājumu VIP, kas ļoti plaši un bieži tiek izmantots gan starptautiskā, gan valsts mērogā, lai apzīmētu slavenas personības, iespēja nodarīt kaitējumu agrākās preču zīmes atšķirtspējai ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu šķiet visai ierobežota. Šī pati iespēja šķiet vēl mazāk ticama, jo reģistrācijai pieteiktā preču zīme apzīmē pakalpojumus, kas paredzēti īpašai un noteikti ļoti ierobežotai sabiedrības daļai. Otrkārt, ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi apzīmētajiem pakalpojumiem nav nevienas īpašības vai kvalitātes, kas varētu pierādīt kaitējuma nodarīšanas, izmantojot reģistrācijai pieteikto preču zīmi, iespējamību agrākās preču zīmes reputācijai. Šajā sakarā vienkāršas saiknes starp ar konfliktējošajām preču zīmēm apzīmētajiem pakalpojumiem esība nav nedz pietiekama, nedz noteicoša. Protams, šādas saiknes esība pastiprina iespēju, ka sabiedrības daļa, saskaroties ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, domā arī par agrāko preču zīmi. Tomēr šis apstāklis kā tāds nav pietiekams, lai mazinātu agrākās preču zīmes pievilcības spēku. Šādu secinājumu var izdarīt tikai tad, ja ir pierādīts, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi apzīmētajiem pakalpojumiem piemīt īpašības vai kvalitātes, kas varētu nodarīt kaitējumu agrākās preču zīmes reputācijai. Treškārt, iespēja, ka ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu var netaisnīgi tikt gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, var rasties tikai tad, ja konkrētā sabiedrības daļa, nesajaucot ar konfliktējošajām preču zīmēm apzīmēto pakalpojumu izcelsmi, uzskatītu preču zīmes pieteikuma iesniedzējas programmu par īpaši pievilcīgu tikai tādēļ, ka to apzīmē agrākajai preču zīmei ar reputāciju identiska preču zīme. Tā kā pēdējā minētā nav norādījusi īpašās īpašības, kas piemīt tās agrākajai preču zīmei, un kā tās var atvieglot ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi apzīmēto pakalpojumu tirdzniecību, īpašības, kas parasti tiek asociētas ar ātrās apkalpošanas restorānu tīkla preču zīmi ar reputāciju, pašas par sevi nevar tikt uzskatītas par tādām, kas spēj sniegt labumu no datorprogrammatūras pakalpojumiem, pat ja tie ir paredzēti viesnīcām vai restorāniem.

Spridums, 2011. gada 22. septembris, Interflora un Interflora British Unit (C-323/09, [EU:C:2011:604](#))

Preču zīmes – Reklāma internetā ar atslēgvārdu palīdzību ("keyword advertising") – Reklāmas devēja izdarīta kāda konkurenta ar reputāciju apveltītai preču zīmei atbilstoša atslēgvārda izvēle – Direktīva 89/104/EEK – 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts un 2. punkts – Regula (EK) Nr. 40/94 – 9. panta 1. punkta a) un c) apakšpunkts – Nosacījums par kaitējumu kādai no preču zīmes funkcijām – Ar reputāciju apveltītas preču zīmes atšķirtspējai nodarīts kaitējums ("vājināšana") – Netaisnīga labuma gūšana no šīs preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas ("parazītisms")

Sabiedrībai *Interflora British Unit* ir licence, ko piešķirusi *Interflora Inc.*, Amerikas sabiedrība, kas pārvaldīja pasaules mēroga ziedu piegādes tīklu. *Interflora* tīkls sastāv no floristiem, pie kuriem klienti var personīgi, pa tālruni vai internetā veikt pasūtījumus, un šos pasūtījumus izpilda tīkla dalībnieks, kurš atrodas vistuvāk ziedu piegādes vietai.

"INTERFLORA" ir valsts preču zīme Apvienotajā Karalistē un arī Kopienas preču zīme. Šīm preču zīmēm Apvienotajā Karalistē un citās Eiropas Savienības dalībvalstīs ir ievērojama reputācija.

Saskaņā ar Anglijas tiesībām dibināta sabiedrība *Marks & Spencer plc* (turpmāk tekstā – "*M & S*") ir viens no lielākajiem mazumtirgotājiem Apvienotajā Karalistē. Viens no šiem pakalpojumiem ir ziedu pārdošana un piegāde, kas tādējādi konkurē ar *Interflora* komercdarbību.

Izrādās, ka *M & S* saistībā ar *Google* atsauces pakalpojumu "AdWords" kā atslēgvārdu izvēlējas vārdu "Interflora" un tā variantus (proti, "Interflora Flowers", "Interflora Delivery", "Interflora.com", "Interflora.co.uk" u.c.). Tādēļ, līdzko interneta lietotāji *Google* interneta meklētājprogrammā kā meklējamo terminu ievadīja vārdu "Interflora" vai kādu no šiem variantiem, parādījās *M & S* reklāmas sludinājums.

Izskatot *Interflora* celto prasību pret *M & S* par apgalvoto tās preču zīmju tiesību pārkāpumu, *High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division* (Augstā tiesa (Anglija un Velsa), Kanclera kompetences lietu departaments, Apvienotā Karaliste) uzdeva Tiesai jautājumu par vairākiem aspektiem saistībā ar preču zīmei ⁷⁷ identisku atslēgvārdu izmantošanu bez konkurenta piekrišanas atsauces pakalpojuma internetā ietvaros.

Tiesa vispirms atgādina, ka gadījumā, kad preču zīmei identisku apzīmējumu trešā persona izmanto precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski tām precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta preču zīme, preču zīmes īpašniekam ir tiesības aizliegt šādu izmantošanu tikai tad, ja tas var apdraudēt kādu preču zīmes funkciju. Preču zīmes pamatfunkcija ir garantēt patērētājiem preces vai pakalpojuma, uz kuru tā attiecas, izcelsmi (izcelsmes norādes funkcija), bet citas funkcijas ir arī reklāmas un ieguldījumu funkcijas. Šajā ziņā Tiesa uzsver, ka preču zīmes izcelsmes norādes funkcija nav vienīgā tās funkcija, kas ir aizsargājama pret trešo personu izdarītu

⁷⁷ Direktīva 89/104 un Regula Nr. 40/94.

kaitējumu. Preču zīme bieži vien ir ne vien preču vai pakalpojumu izcelsmes norāde, bet arī komerciālās stratēģijas rīks, ko izmanto it īpaši reklāmas mērķiem vai lai iegūtu reputāciju patērētāju uzticības nodrošināšanai.

Atsaucoties uz savu judikatūru *Google*⁷⁸, Tiesa atgādina, ka tiek kaitēts preču zīmes izcelsmes norādes funkcijai, ja minētā atslēgvārda, kas atbilst preču zīmei, rezultātā parādītā reklāma neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā labi informētam un pietiekami vērīgam interneta lietotājam noskaidrot, vai preces vai pakalpojumi, ko ataino reklāma, ir preču zīmes īpašnieka vai ar to saimnieciski saistīta uzņēmuma, vai arī gluži pretēji – trešās personas preces vai pakalpojumi. Savukārt citas personas preču zīmei identiska apzīmējuma izmantošana tāda atsaucē pakalpojuma kā “AdWords” ietvaros neapdraud preču zīmes reklāmas funkciju.

Turklāt Tiesa pirmo reizi izvērtē preču zīmes ieguldījuma funkcijas aizsardzību. Tādējādi šo funkciju apdraud tas, ka konkurents izmanto preču zīmei identisku apzīmējumu attiecībā uz identiskām precēm vai pakalpojumiem, ja šī izmantošana būtiski traucē īpašniekam izmantot savu preču zīmi, lai iegūtu vai saglabātu reputāciju, ar ko var piesaistīt patērētājus un nodrošināt viņu uzticību. Gadījumā, kad preču zīmei jau ir reputācija, ieguldījuma funkcijai tiek kaitēts, ja šī izmantošana ietekmē šo reputāciju un tādējādi apdraud tās saglabāšanu.

Savukārt nevar tikt pieļauts, ka preču zīmes īpašnieks var iebilst pret šādu konkurenta veiktu izmantošanu, ja šīs izmantošanas vienīgās sekas ir tādas, ka šīs preču zīmes īpašniekam ir jāpielāgo savas pūles, lai iegūtu vai saglabātu reputāciju, kas var piesaistīt un nodrošināt viņu uzticību. Gluži tāpat preču zīmes īpašnieks nevar sekmīgi pamatoties uz to, ka minētā izmantošana iespējami mudina noteiktus patērētājus novērsties no ar to apzīmētajām precēm vai pakalpojumiem.

Šajā lietā valsts tiesai jāpārbauda, vai *M & S* veiktā preču zīmes “INTERFLORA” identiska apzīmējuma izmantošana apdraud *Interflora* iespēju saglabāt reputāciju, ar ko var piesaistīt patērētājus un nodrošināt viņu uzticību.

Atbildot arī uz jautājumu par preču zīmju ar reputāciju pastiprinātu aizsardzību un it īpaši par jēdzienu “vājināšana” (kaitējums preču zīmes ar reputāciju atšķirtspējai) un “parazītisms” (netaisnīgi gūts labums no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas) tvērumu, Tiesa tostarp konstatē, ka apzīmējumu, kas ir identiski vai līdzīgi citas personas preču zīmei ar reputāciju, atlase atsaucē pakalpojuma ietvaros bez “pietiekama iemesla” var tikt uzskatīta par parazitismu. Šāds secinājums it īpaši jāizdara gadījumos, kad reklāmas devēji, izvēloties ar reputāciju apveltītām preču zīmēm atbilstošus atslēgvārdus, internetā piedāvā pārdošanai preces, kas ir šo preču zīmju īpašnieka preču atdarinājums.

⁷⁸ Spriedums, 2010. gada 23. marts, *Google France* un *Google* (apvienotās lietas no C-236/08 līdz C-238/08, [EU:C:2010:159](#)).

Savukārt, ja reklāma, kas internetā publicēta, izmantojot atslēgvārdu, kurš atbilst preču zīmei ar reputāciju, piedāvā alternatīvu preču zīmes ar reputāciju īpašnieka precēm vai pakalpojumiem, nepiedāvājot vienkāršu šīs preču zīmes īpašnieka preču vai pakalpojumu atdarinājumu, neatšķaidot šo preču zīmi vai nekaitējot tās reputācijai (diskreditēšana), un turklāt nekaitējot minētās preču zīmes funkcijām, šāda izmantošana principā ietilpst veselīgā un godīgā konkurencē attiecīgo preču vai pakalpojumu nozarē.

III. Citi materiālo tiesību jautājumi

1. Preču zīmes iedarbība

Spridums (virspalāta), 2011. gada 12. jūlijs, L'Oréal u.c. (C-324/09, [EU:C:2011:474](#))

Preču zīmes – Internets – Ar preču zīmi apzīmētu preču, kuras tās īpašnieks paredzējis pārdošanai trešās valstīs, pārdošanas piedāvājums interneta tirdzniecības vietā, kura paredzēta patērētājiem Savienībā – Šo preču izsaiņošana – Direktīva 89/104/EEK – Regula (EK) Nr. 40/94 – Interneta tirdzniecības vietas operatora atbildība – Direktīva 2000/31/EK (Elektroniskās tirdzniecības direktīva) – Tiesas rīkojumi minētajam operatoram – Direktīva 2004/48/EK (Direktīva par intelektuālā īpašuma tiesību piemērošanu)

Sabiedrībai *eBay* ir pasaules mēroga elektroniskās tirdzniecības vieta internetā, kurā privātpersonas un uzņēmumi var iegādāties un pārdot plašu preču un pakalpojumu klāstu.

L'Oréal pieder plašs preču zīmju klāsts ar reputāciju. Tās izstrādājumu (galvenokārt kosmētikas un smaržu) izplatīšana tiek veikta ar slēgta izplatīšanas tīkla palīdzību, kura ietvaros pilnvarotajiem izplatītājiem ir liegts piegādāt izstrādājumus citiem izplatītājiem.

L'Oréal pārmeta *eBay*, ka tā ir iesaistīta preču zīmju tiesību pārkāpumos, ko izdarījuši tās vietnes lietotāji. Turklāt tā apgalvoja, ka, no tādiem maksas atsauces pakalpojumiem internetā kā *Google "AdWords"* pērkot atslēgvārdus, kas atbilst *L'Oréal* preču zīmju nosaukumiem, *eBay* pievērš savus lietotājus precēm, kuras pārkāpj preču zīmju tiesības un kuras tiek piedāvātas pārdošanai tās interneta vietnē. *L'Oréal* uzskata, ka *eBay* pūliņi, lai novērstu viltotu preču pārdošanu savā vietnē, nebija pietiekami. *L'Oréal* identificēja dažādus pārkāpumu veidus, tostarp ar *L'Oréal* preču zīmēm marķēto preču pārdošanu un piedāvāšanu pārdošanai patērētājiem Savienībā, ko tā bija paredzējusi pārdot trešās valstīs (paralēlais imports).

Izskatot lietu, *High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division* (Augstā tiesa (Anglija un Velsa), Kanclera kompetences lietu departaments, Apvienotā Karaliste) uzdeva Tiesai vairākus jautājumus par pienākumiem, kas var būt sabiedrībai, kura

pārvalda interneta tirdzniecības vietu, lai novērstu to, ka tās lietotāji izdara preču zīmju tiesību pārkāpumus.

Tiesa vispirms uzsver, ka preču zīmes īpašnieks var atsaukties uz savām ekskluzīvajām tiesībām attiecībā pret fizisku personu, kas tiešsaistē pārdod ar preču zīmi apzīmētas preces, tikai tad, ja šī pārdošana notiek komercdarbības kontekstā. Tas tā ir it īpaši tad, ja pārdošanas apjoms un biežums pārsniedz privātas darbības jomu.

Tiesa vispirms lemj par komercdarījumiem, kas vērsti uz Savienību, izmantojot tādas tiešsaistes tirdzniecības vietas kā *eBay*. Tā konstatē, ka Savienības tiesību normas preču zīmju jomā ir piemērojamas trešās valstīs esošu preču, kas apzīmētas ar preču zīmi, pārdošanas piedāvājumiem un reklāmai, tiklīdz izrādās, ka šie piedāvājumi un reklāma ir paredzēti patērētājiem Savienībā.

Valsts tiesām ir pienākums katrā atsevišķā gadījumā izvērtēt, vai pastāv atbilstošas norādes, uz kuru pamata var secināt, ka pārdošanas piedāvājums vai reklāma, kas izvietota tiešsaistes tirdzniecības vietā, ir vērsti uz patērētājiem Savienībā. Tādējādi valstu tiesas varēs ņemt vērā ģeogrāfiskos apgabalus, uz kuriem pārdevējs ir gatavs nosūtīt preci.

Turpinājumā Tiesa nospriež, ka interneta tirdzniecības vietas operators pats neizmanto preču zīmes Savienības tiesību aktu izpratnē, ja tas sniedz pakalpojumu, kas sastāv tikai no tā, ka tā klienti, veicot savu komercdarbību, tā vietnē var parādīt preču zīmēm atbilstošus apzīmējumus.

Turklāt Tiesa precizē dažus elementus attiecībā uz tiešsaistes tirdzniecības vietas operatora atbildību. Lai gan Tiesa norāda, ka šis vērtējums ir jāveic valsts tiesām, tā uzskata, ka operatoram ir aktīva loma, kas tam piešķir zināšanas vai kontroli attiecībā uz datiem par šiem piedāvājumiem, kad tas sniedz palīdzību, tostarp optimizējot piedāvājumu iesniegšanu pārdošanai tiešsaistē vai reklamējot šos piedāvājumus.

Ja operatoram ir bijusi šāda aktīva loma, tas nevar atsaukties uz atbrīvojumu no atbildības, ko Savienības tiesības noteiktos apstākļos piešķir tādiem tiešsaistes pakalpojumu sniedzējiem kā interneta tirdzniecības vietu operatori.

Turklāt pat gadījumos, kad minētajam operatoram nav bijusi šāda aktīva loma, tas nevar atsaukties uz minēto atbrīvojumu no atbildības, ja tam ir zināmi fakti vai apstākļi, pamatojoties uz kuriem rūpīgam saimnieciskās darbības subjektam būtu bijis jākonstatē tiešsaistes pārdošanas piedāvājumu pretiesiskums, un šādu zināšanu gadījumā tas nav ātri rīkojies, lai izņemtu attiecīgos datus no savas vietnes vai liegtu piekļuvi šiem datiem.

Visbeidzot, Tiesa lemj par tiesas rīkojumiem, kas var tikt izdoti pret tiešsaistes tirdzniecības vietas operatoru, ja tas pēc savas iniciatīvas neizlemj izbeigt intelektuālā īpašuma tiesību pārkāpumus un novērst šo pārkāpumu atkārtošanos.

Tādējādi šim operatoram var tikt uzdots veikt pasākumus, kas atvieglotu pārdevēju, kas ir tā klienti, identifikāciju. Šajā ziņā, lai gan, protams, ir jāievēro personas datu

aizsardzība, tomēr tad, ja pārkāpuma izdarītājs darbojas komercdarbības jomā, nevis privātās dzīves jomā, tam ir jābūt skaidri identificējamam.

Līdz ar to Tiesa uzskata, ka Savienības tiesībās no dalībvalstīm tiek pieprasīts, lai valsts tiesas, kurām ir kompetence aizsargāt intelektuālā īpašuma tiesības, varētu operatoram ar rīkojumu uzdot veikt pasākumus, kas ne vien veicina lietotāju veikto šo tiesību pārkāpumu izbeigšanu, bet arī jaunu šāda veida pārkāpumu novēršanu. Šiem rīkojumiem jābūt efektīviem, samērīgiem un preventīviem, un tie nevar radīt šķēršļus likumīgai tirdzniecībai.

Spriedums (virspalāta), 2010. gada 23. marts, Google France un Google (C-236/08 līdz C-238/08, [EU:C:2010:159](#))

Preču zīmes – Internets – Meklētājprogramma – Reklāma, izmantojot atslēgvārdus ("keyword advertising") – Saišu parādīšana uz preču zīmju īpašnieku konkurentu vietnēm vai uz vietnēm, kurās tiek piedāvātas imitācijas, ar šīm preču zīmēm atbilstošiem atslēgvārdiem – Direktīva 89/104/EEK – 5. pants – Regula (EK) Nr. 40/94 – 9. pants – Meklētājprogrammas operatora atbildība – Direktīva 2000/31/EK (Elektroniskās tirdzniecības direktīva)

Kopienas preču zīmju tiesībās ⁷⁹ ar zināmiem nosacījumiem preču zīmju īpašniekiem ir ļauts aizliegt trešām personām izmantot to preču zīmēm identiskus vai līdzīgus apzīmējumus produktiem vai pakalpojumiem, kas ir identiski vai līdzīgi produktiem vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrētas šīs preču zīmes.

Google pārvalda interneta meklētājprogrammu. Kad interneta lietotājs veic meklēšanu, izmantojot vienu vai vairākus vārdus, meklētājprogramma parādīs tās saites, kuras šķietami vislabāk atbilst šiem vārdiem, sākot ar atbilstošāko saiti. Runa ir par tā sauktajiem "dabiskajiem" meklēšanas rezultātiem.

Turklāt *Google* piedāvā maksas atsauces pakalpojumu sauktu par "AdWords". Šis pakalpojums ļauj visiem tirgus dalībniekiem, izvēloties vienu vai vairākus atslēgvārdus, gadījumā, ja šis atslēgvārds vai šie atslēgvārdi atbilst vārdiem lietotāja pieprasījumā meklētājā, parādīt reklāmas saiti uz to vietnēm. Šī reklāmas saite parādās rubrikā "sponsorētas saites", kas atrodas vai nu ekrāna labajā pusē pa labi no dabiskajiem rezultātiem, vai ekrāna augšā virs šiem rezultātiem.

Sabiedrība *Louis Vuitton Malletier SA* (turpmāk tekstā – "*Vuitton*"), Kopienas preču zīmes "*Vuitton*" un Francijas valsts preču zīmju "*Louis Vuitton*" un "*LV*" īpašniece, *Viaticum*, Francijas preču zīmes "*Bourse des Vols*", "*Bourse des Voyages*" un "*BDV*" īpašniece, kā arī *P. A. Thonet*, Francijas preču zīmes "*Eurochallenges*" īpašnieks, konstatēja, ka, izmantojot *Google* meklētāju, lietotājiem ievadot vārdus, kas veido šīs preču zīmes, rubrikā "sponsorētas saites" parādījās saites attiecīgi uz vietnēm, kurās, piedāvā *Vuitton* preču imitāciju, un uz *Viaticum* un *Centre national de recherche en relations humaines*

⁷⁹ Direktīva 89/104.

konkurentu vietnēm. Tādējādi tie iesūdzēja tiesā *Google*, lai konstatētu, ka tā ir apdraudējusi to preču zīmes.

Cour de cassation (Kasācijas tiesa), izskatot pēdējā instancē lietu, ko pret *Google* sākuši preču zīmju īpašnieki, jautā Tiesai par preču zīmēm atbilstošu apzīmējumu izmantošanas par atslēgvārdiem atsauces pakalpojumā internetā bez preču zīmju īpašnieku piekrišanas likumību.

Šajā ziņā Tiesa norāda, ka, iegādājoties atsauces pakalpojumu un par atslēgvārdiem izvēloties cita preču zīmei atbilstošu apzīmējumu, lai piedāvātu lietotājiem alternatīvu šī īpašnieka precēm vai pakalpojumiem, reklāmas devējs izmanto šo apzīmējumu attiecībā uz savām precēm vai pakalpojumiem. Tā nav tomēr atsauces pakalpojuma sniedzēja gadījumā, kad tas ļauj reklāmas devējiem izvēlēties par atslēgvārdiem preču zīmēm identiskus apzīmējumus, uzglabā šos apzīmējumus un parāda savu klientu reklāmas, vadoties no šiem atslēgvārdiem.

Tiesa precizē, ka, ja trešā persona izmanto preču zīmes īpašnieka preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, tas nozīmē, ka šī trešā persona vismaz izmanto apzīmējumu savā komercsaziņā. Atsauces pakalpojuma sniedzēja gadījumā tas ļauj saviem klientiem izmantot preču zīmēm identiskus vai līdzīgus apzīmējumus, pats šos apzīmējumus neizmantojams.

Ja preču zīme tika izmantota kā atslēgvārds, tās īpašnieks attiecībā pret *Google* tādējādi nevar atsaukties uz ekskluzīvajām tiesībām, kas tam izriet no šīs preču zīmes. Tas savukārt var atsaukties uz šīm tiesībām attiecībā pret reklāmas devēju, kurš, izmantojot tā preču zīmei atbilstošu atslēgvārdu, liek *Google* parādīt reklāmas, kuras neļauj vai tikai ar lielām grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam lietotājam zināt, kura uzņēmuma preces vai pakalpojumi ir atainoti reklāmā.

Šādā situācijā, kurai raksturīgs apstāklis, ka attiecīgais paziņojums parādās tūlīt pēc tam, kā attiecīgais lietotājs ir ievadījis preču zīmi kā meklējamo vārdu, un tiek parādīts brīdī, kad preču zīme kā meklējamais vārds ir norādīta ekrānā, lietotājs var kļūdīties attiecībā uz aplūkojamo preču vai pakalpojumu izcelsmi. Tādējādi tiek apdraudēta preču zīmes funkcija garantēt patērētājiem preces vai pakalpojuma izcelsmi (preču zīmes “izcelsmes norādes funkcija”).

Iesniedzējtiesai ir jāizvērtē katrā gadījumā atsevišķi, vai tajā izskatāmās lietas apstākļos ir redzams, ka tiek apdraudēta vai varētu tikt apdraudēta izcelsmes norādes funkcija.

Attiecībā uz to, ka reklāmas devēji internetā izmanto citiem piederošai preču zīmei identisku apzīmējumu kā atslēgvārdu, lai parādītu reklāmas paziņojumus, Tiesa arī uzskata, ka šādai izmantošanai var būt zināma ietekme uz to, kā preču zīmes īpašnieks izmanto šo preču zīmi reklāmā, kā arī uz tā komercstratēģiju. Tomēr šī ietekme, ja trešās personas izmanto preču zīmei identisku apzīmējumu, pati par sevi neapdraud preču zīmes “reklāmas funkciju”.

Attiecībā uz tāda operatora kā *Google* atbildību par saviem klientu datiem, ko tas glabā savā serverī, Tiesa vispirms atgādina, ka atbildības jautājumi ir reglamentēti valsts tiesībās. Tomēr Savienībās tiesības paredz atbildības ierobežojumus par labu starpniekiem informācijas sabiedrības pakalpojumu sniedzējiem⁸⁰.

Attiecībā uz jautājumu, vai tāds atsauces pakalpojums internetā kā “AdWords” ir informācijas sabiedrības pakalpojums, ko veido reklāmas devēja sniegtās informācijas uzglabāšana, un vai tādējādi uz atsauces pakalpojuma sniedzēju attiecas atbildības ierobežojums, Tiesa norāda, ka iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai pakalpojuma sniedzējam ir neitrāla loma, jo tā rīcība ir tikai tehniska, automātiska un pasīva, netieši norādot uz nezināšanu par informāciju, ko tas uzglabā, vai tās nekontrolēšanu.

Spriedums (virspalāta), 2022. gada 22. decembris, Louboutin (Pārkāpjoša apzīmējuma izmantošana tiešsaistes tirdzniecības vietā) (C-148/21 un C-184/21, [EU:C:2022:1016](#))

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (ES) 2017/1001 – 9. panta 2. punkta a) apakšpunkts – Tiesības, ko piešķir Eiropas Savienības preču zīme – Jēdziens “izmantošana” – Tiešsaistes pārdošanas interneta vietnes, kurā iekļauta tiešsaistes tirdzniecības vieta, operators – Sludinājumi, ko šajā tirdzniecības vietā publicējušas trešās personas–pārdevēji, kuri šajos sludinājumos izmanto citas personas preču zīmei identisku apzīmējumu attiecībā uz precēm, kas ir identiskas precēm, attiecībā uz kurām tā ir reģistrēta – Šī apzīmējuma kā minētā operatora komercpaziņojuma neatņemamas sastāvdaļas uztvere – Sludinājumu noformējums, kas neļauj skaidri nošķirt minētā operatora piedāvājumus no šo trešo personu–pārdevēju piedāvājumiem

Amazon ir gan pazīstamais izplatītājs, gan tiešsaistes tirdzniecības vietas operators. *Amazon* savās tiešsaistes tirdzniecības vietnēs publicē gan sludinājumus par saviem produktiem, kurus tā pārdod un nosūta savā vārdā un uz sava rēķina, gan sludinājumus no trešām personām–pārdevējiem. *Amazon* piedāvā arī trešām personām–pārdevējiem papildu pakalpojumus saistībā ar tās tirdzniecības vietā tiešsaistē ievietoto preču glabāšanu un nosūtīšanu, informējot potenciālos pircējus, kad tā ir atbildīga par šīm darbībām.

Amazon vietnēs regulāri parādās trešo personu–pārdevēju sludinājumi par apaviem ar sarkanajām zolēm. *Christian Louboutin*, franču dizainers, kurš izstrādā sieviešu augstpapēžu kurpes, kas kļuvušas slavenas ar savām sarkanajām ārējām zolēm, apgalvo, ka nav devis piekrišanu šo preču laišanai apgrozībā. Viņš pret *Amazon* cēla divas prasības – *Tribunal d'arrondissement de Luxembourg* (Luksemburgas apgabaltiesa, Luksemburga), kas ir iesniedzējtiesa lietā C-148/21, un *Tribunal de l'entreprise francophone de Bruxelles* (Briseles frankofonā Uzņēmumu tiesa, Beļģija), kas ir iesniedzējtiesa lietā C-184/21. Viņš apgalvo, ka *Amazon* ir nelikumīgi izmantojusi

⁸⁰ Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīva 2000/31/EK (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko tirdzniecību) (OV L 178, 1. lpp.).

apzīmējumu, kas ir identisks viņam piederošajai preču zīmei attiecībā uz precēm, kas ir identiskas tām, attiecībā uz kurām ir reģistrēta aplūkojamā preču zīme. Viņš it īpaši uzsver, ka strīdīgie sludinājumi pilnībā ietilpst *Amazon* komercpaziņojumā.

Abas valsts tiesas it īpaši uzdod jautājumu par to, vai tādas tiešsaistes tirdzniecības vietas kā *Amazon* operators var būt tieši atbildīgs par preču zīmes īpašnieka tiesību pārkāpumu, kas izriet no trešās personas–pārdevēja sludinājuma. Atšķirībā no jautājuma par netiešo atbildību, šis jautājums ir saskaņots Savienības tiesībās ⁸¹.

Savā spriedumā Tiesa virspalātas sastāvā abām valsts tiesām atbild, ka šāds operators faktiski var tikt uzskatīts par tādu, kas pats izmanto apzīmējumu, kurš ir identisks Eiropas Savienības preču zīmei un kurš ir ietverts trešās personas pārdevēja sludinājumā tā tiešsaistes tirdzniecības vietā, ja samērā informētam un uzmanīgam tā vietnes lietotājam rodas iespaids, ka tieši šis operators savā vārdā un uz sava rēķina tirgo attiecīgās pārkāpjošās preces.

Tiesa vispirms atgādina, ka preču zīmei identiska apzīmējuma izmantošana, ko veic trešā persona, nozīmē vismaz to, ka šī trešā persona izmanto apzīmējumu savā komercsaziņā un ka tas vien, ka tiek radīti nepieciešamie tehniskie apstākļi apzīmējuma izmantošanai un tiek atlīdzināts par šo pakalpojumu, nenozīmē, ka pakalpojumu sniedzējs, kas sniedz šo pakalpojumu, pats izmanto minēto apzīmējumu, pat ja tas rīkojas savās ekonomiskajās interesēs. Tādējādi Tiesa attiecībā uz tādu tiešsaistes tirdzniecības vietas operatoru kā *eBay* ir uzskatījusi, ka preču zīmēm identisku vai līdzīgu apzīmējumu izmantošanu pārdošanas piedāvājumos, kas izvietoti šajā tirdzniecības vietā, veic tikai šī operatora klienti–pārdevēji, nevis pats operators, jo operators šo apzīmējumu savā komercpaziņojumā neizmanto.

Tomēr Tiesa norāda, ka agrākajā judikatūrā tai nav jautāts, kāda ietekme ir apstāklim, ka attiecīgajā interneta veikala vietnē līdzās tiešsaistes tirdzniecības vietai ir iekļauti paša interneta veikala operatora pārdošanas piedāvājumi, kurpretim šīs lietas attiecas tieši uz šo apstākli.

Tiesa konstatē, ka minētā apstākļa sekas attiecīgā gadījumā var būt tādas, ka tiešsaistes tirdzniecības vietas lietotājiem ir iespaids, ka attiecīgo preču sludinājumi nāk nevis no trešām personām–pārdevējiem, bet gan no šīs tirdzniecības vietas operatora un ka tāad tieši šis operators ir tas, kurš attiecīgo apzīmējumu izmanto savā komercsaziņā.

Galu galā iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai tas tā ir. Tomēr Tiesa precizē, ka šajā vērtējumā nozīme ir faktiem, ka sabiedrība *Amazon* izmanto vienotu veidu, kādā tiek noformēti tās interneta vietnē publicētie pārdošanas piedāvājumi, tajā pašā laikā attēlojot savus un trešo pārdevēju sludinājumus un norādot savu izplatītāja logo, kas ir pazīstams visos šajos sludinājumos, un ka tā piedāvā papildu pakalpojumus šīm trešām

⁸¹ Regula 2017/1001.

personām–pārdevējiem saistībā ar to preču tirdzniecību, tostarp to preču uzglabāšanu un nosūtīšanu.

Proti, šie apstākļi var apgrūtināt skaidru nošķiršanu un samērā informētam un uzmanīgam lietotājam radīt iespaidu, ka *Amazon* savā vārdā un uz sava rēķina tirgo *Louboutin* preces, ko pārdošanai piedāvā trešās personas–pārdevēji.

Spriedums, 2024. gada 25. janvāris, Audi (Emblēmas stiprinājums uz radiatora režģa)
(C-334/22, [EU:C:2024:76](#))

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (ES) 2017/1001 – 9. panta 2. punkts un 3. punkta a) līdz c) apakšpunkts – Tiesības, ko piešķir Eiropas Savienības preču zīme – Jēdziens “apzīmējuma izmantošana komercdarbībā” – 14. panta 1. punkta c) apakšpunkts – Eiropas Savienības preču zīmes iedarbības ierobežojumi – Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieka tiesības iebilst pret to, ka automašīnas rezerves daļu preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu izmanto trešā persona – Radiatora režģa elements, kas paredzēts mehānisko transportlīdzekļu ražotāja preču zīmi attēlojošas emblēmas piestiprināšanai

Tiesa, kurā iesniegts lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu, sniedz precizējumus par jēdzienu “apzīmējuma izmantošana komercdarbībā”, ja trešā persona importē un piedāvā pārdošanai mehānisko transportlīdzekļu rezerves daļas bez tāda mehānisko transportlīdzekļu ražotāja piekrišanas, kas ir Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieks. Turklāt Tiesa precizē šī ražotāja ekskluzīvo tiesību aizliegt šai trešai personai izmantot šai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz šādām rezerves daļām apjomu.

GQ ir fiziska persona, kas, izmantojot interneta vietni, nodarbojas ar mehānisko transportlīdzekļu rezerves daļu pārdošanu. Šajā darbībā GQ reklamēja agrāk ražotiem *Audi* mehānisko transportlīdzekļu modeļiem pielāgotus un projektētus radiatoru režģus un piedāvāja tos pārdošanai. Šie radiatoru režģi ietvēra elementu, kas paredzēts mehānisko transportlīdzekļu ražotāja *Audi* preču zīmes emblēmas piestiprināšanai.

Audi, kas ir Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes, kurā attēloti četri savstarpēji pārklājošies apli (turpmāk tekstā – “preču zīme “AUDI””), īpašniece, vērsās *Sąd Okręgowy w Warszawie* (Varšavas apgabaltiesa, Polija), kas ir iesniedzējtiesa, ar lūgumu aizliegt GQ reklamēt, importēt, piedāvāt pārdošanai vai laist tirgū neoriģinālos radiatoru režģus, uz kuriem ir preču zīmei “AUDI” identisks vai līdzīgs apzīmējums.

Iesniedzējtiesa nolēma uzdot Tiesai jautājumus par Regulas 2017/1001 interpretāciju, aicinot to precizēt jēdzienu “apzīmējuma izmantošanas komercdarbībā”, kā arī mehānisko transportlīdzekļu ražotāja, kas ir Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieks, tiesību aizliegt trešai personai izmantot šai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz rezerves daļām apjomu.

Pirmkārt, Tiesa norāda, ka tādu tā saukto “labošanas” atrunu, kāda pastāv dizainparaugu tiesībās ⁸², Savienības likumdevējs nav paredzējis Regulā 2017/1001, un atgādina, ka šī atruna ir piemērojama, neskarot Savienības tiesību normas par preču zīmēm.

Līdz ar to tā sauktā “labošanas” atruna nevar tikt piemērota pēc analogijas, lai sasniegtu mērķi saglabāt neizkropļotu konkurenci starp mehānisko transportlīdzekļu ražotājiem un neoriģinālu rezerves daļu pārdevējiem, jo šo mērķi Savienības likumdevējs ir ņēmis vērā Regulā 2017/1001 ⁸³, un Eiropas Savienības preču zīmes īpašniekam piešķirtās tiesības nevar tikt ierobežotas, pamatojoties uz šo atrunu ⁸⁴.

Otrkārt, Tiesa norāda, ka iesniedzējtiesa uzskata, ka radiatoru režģu elementa, kas paredzēts preču zīmi “AUDI” attēlojošas emblēmas, piestiprināšanai forma ir identiska vai līdzīga šai preču zīmei. Tādējādi šo formu veido apzīmējums Regulas 2017/1001 izpratnē ⁸⁵. Turklāt šī apzīmējuma piestiprināšana uz radiatoru režģiem vai iebūvēšana tajos, lai šos režģus tirgotu, ir izmantošana, uz ko attiecas šī regula ⁸⁶, un, ciktāl GQ importē un piedāvā pārdošanai radiatoru režģus, kuri ietver minēto apzīmējumu, to var uzskatīt par tādu, kas atbilst izmantošanas veidiem, uz kuriem attiecas šī regula. Tas, ka šis elements ir izvietots uz rezerves daļas, proti, uz radiatora režģa, tādējādi, ka transportlīdzekļu ražotāja preču zīmei identiskais vai līdzīgais apzīmējums ir redzams konkrētajai sabiedrības daļai, kad tā redz šo rezerves daļu, konkrētizē materiālas saiknes esību starp šo pašu trešās personas importēto, reklamēto un pārdošanai piedāvāto rezerves daļu un preču zīmes “AUDI” īpašnieku.

Līdz ar to Tiesa uzskata, ka trešā persona, kas bez mehānisko transportlīdzekļu ražotāja, kurš ir Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieks, piekrišanas importē un piedāvā pārdošanai rezerves daļas, proti, šo mehānisko transportlīdzekļu radiatoru režģus, kas ietver elementu, kurš paredzēts šo preču zīmi attēlojošas emblēmas piestiprināšanai un kura forma ir identiska vai līdzīga minētajai preču zīmei, izmanto apzīmējumu komercdarbībā tādā veidā, kas var apdraudēt vienu vai vairākas šīs pašas preču zīmes funkcijas, bet tas ir jāpārbauda valsts tiesai.

Treškārt, Tiesa uzsver, ka neiespējamība preču zīmes īpašniekam aizliegt trešām personām izmantot šo preču zīmi, ja šī izmantošana ir nepieciešama preces vai pakalpojuma paredzētā nolūka norādei, it īpaši kā uz piederumiem vai rezerves daļām, un ja šī izmantošana tiek veikta saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komerciālo praksi, ir viens no gadījumiem, kad ar preču zīmi piešķirtās ekskluzīvās tiesības nevar tikt izvirzītas attiecībā pret trešo personu.

⁸² Padomes Regulas (EK) Nr. 6/2002 (2001. gada 12. decembris) par Eiropas Savienības dizainparaugiem (OV 2002, L 3, 1. lpp.), redakcijā pirms Eiropas Parlamenta un Padomes 2024. gada 23. oktobra Regulas (ES) 2024/2822 (OV L, 2024/2822) stāšanās spēkā, 110. pants. Saskaņā ar šo pantu “kā Kopienas dizainparaugu neaizsargā tādu dizainparaugu, kas ir sastāvdaļa kompleksā ražojumā un kuru izmanto 19. panta 1. punkta nozīmē ar nolūku labot šo komplekso ražojumu, lai atjaunotu tā sākotnējo izskatu”.

⁸³ Regulas 2017/1001 14. pants.

⁸⁴ Minētās regulas 9. pants.

⁸⁵ Šīs regulas 9. panta 2. punkts.

⁸⁶ Regulas 2017/1001 9. panta 3. punkta a)–c) apakšpunkts.

Proti, šajā gadījumā ierobežojuma mērķis ir ļaut preču vai pakalpojumu, kas papildina preču zīmes īpašnieka piedāvātās preces vai pakalpojumus, piegādātājiem izmantot šo preču zīmi, lai saprotamā un pilnīgā veidā informētu sabiedrību par tā tirgotās preces vai tā piedāvātā pakalpojuma paredzēto nolūku vai, citiem vārdiem sakot, par lietderīgo saikni, kāda pastāv starp to precēm vai pakalpojumiem un preču zīmes īpašnieka precēm vai pakalpojumiem.

Tomēr tad, ja Eiropas Savienības preču zīmei identisks vai līdzīgs apzīmējums ir mehānisko transportlīdzekļu rezerves daļas elements, kas paredzēts šo transportlīdzekļu ražotāja emblēmas piestiprināšanai uz tās un netiek izmantots, lai identificētu vai norādītu preces vai pakalpojumus kā šīs preču zīmes īpašnieka preces vai pakalpojumus, bet lai cik vien iespējams precīzi atveidotu šī īpašnieka preci, uz šādu minētās preču zīmes izmantošanu neattiecas iepriekš minētais gadījums.

Līdz ar to Tiesa uzskata, ka mehānisko transportlīdzekļu ražotājs, kas ir Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieks, ir tiesīgs aizliegt trešai personai ⁸⁷ izmantot šai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz šo mehānisko transportlīdzekļu rezerves daļām, proti, radiatoru režģiem, ja šo apzīmējumu veido tāda radiatora režģa elementa forma, kurš paredzēts minēto preču zīmi attēlojošas emblēmas piestiprināšanai uz tā, turklāt šajā ziņā nav nozīmes, vai tehniski ir vai nav iespējams piestiprināt šo emblēmu uz minētā radiatora režģa, neatveidojot minēto apzīmējumu uz tā.

2. Faktiska izmantošana

Spridums, 2004. gada 8. jūlijs, *Sunrider/ITSB – Espadafor (“VITAFRUIT”)* (T-203/02, [EU:T:2004:225](#)) ⁸⁸

Kopienas preču zīme – Iebildumu process – Agrāka vārdiska preču zīme “VITAFRUIT” – Kopienas vārdiskas preču zīmes “VITAFRUIT” reģistrācijas pieteikums – Agrākas preču zīmes faktiska izmantošana – Preču līdzība – Regulas (EK) Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts, 15. pants un 43. panta 2. un 3. punkts

1996. gada 1. aprīlī prasītāja iesniedza ITSB Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu. Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdisks apzīmējums “VITAFRUIT” attiecībā uz dažādām precēm ⁸⁹.

⁸⁷ Pamatojoties uz Regulas 2017/1001 14. panta 1. punkta c) apakšpunktu.

⁸⁸ Par šo spriedumu iesniegtā apelācijas sūdzība tika noraidīta ar Tiesas 2006. gada 11. maija spriedumu *Sunrider/ITSB* (C-416/04 P, [EU:C:2006:310](#)).

⁸⁹ Preces, attiecībā uz kurām pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 5., 29. un 32. klasē Nicas nolīguma izpratnē un tostarp ir “uztura koncentrāti vai uztura bagātinātāji uz augu bāzes, zāļu tējas, viss veselības aprūpes nolūkiem” (5. klase), “uztura koncentrāti vai uztura bagātinātāji uz augu bāzes, kas nav paredzēti medicīniskiem nolūkiem, augu valsts pārtika, arī uzskodu veidā” (29. klase) un “augļu un dārzeņu dzērieni, augļu sulas” (32. klase).

Otrs procesa Apelācijas padomē dalībnieks iesniedza iebildumus⁹⁰ attiecībā uz visām preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm. Iebildumi balstās uz to, ka eksistē Spānijā reģistrēta preču zīme ar prioritātes datumu 1960. gada 19. oktobris un šī preču zīme sastāv no vārdiska apzīmējuma "VITAFRUT"⁹¹.

Prasītāja lūdza, lai otrs procesa Apelācijas padomē dalībnieks sniedz pierādījumus⁹² tam, ka piecu gadu laikā pirms Kopienas preču zīmes pieteikuma publicēšanas agrākā preču zīme ir faktiski izmantota dalībvalstī, kurā šī preču zīme ir aizsargāta.

Ar lēmumu Iebildumu nodaļa noraidīja preču zīmes reģistrācijas pieteikumu⁹³ attiecībā uz precēm "minerālūdeņi, gāzētie ūdeņi un citi bezalkoholiskie dzērieni; augļu un dārzeņu dzērieni, augļu sulas; sīrupi un citas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai; ārstniecības augu un vitamīnu dzērieni"⁹⁴.

Ar lēmumu ITSB Apelācijas padome noraidīja šo apelācijas sūdzību. Pēc būtības tā apstiprināja vērtējumu, kas sniegts Iebildumu nodaļas lēmumā, tomēr uzsverot, ka agrākās preču zīmes izmantošana tika pierādīta vienīgi attiecībā uz precēm ar nosaukumu "sulu koncentrāti" ("juice concentrate").

Vispārējā tiesa noraida prasītājas celto prasību par šo lēmumu, uzskatot, pirmām kārtām, ka ITSB Apelācijas padomē iesniegto apelācijas sūdzību ietvaros pārbaudes apjoms, kādā Apelācijas padomei jāveic pārbaude attiecībā uz lēmumu, kas ir apelācijas priekšmets, nav atkarīgs no tā, vai lietas dalībnieks, kurš iesniedzis apelācijas sūdzību, izvirza īpašu pamatu attiecībā uz šo lēmumu, kritizējot ITSB nodaļas, kas izskatīja lietu pirmajā instancē, veikto tiesību normas interpretāciju vai piemērošanu, vai tikai šīs nodaļas veikto pierādījumu vērtējumu. Tātad, pat ja lietas dalībnieks, kas iesniedzis apelācijas sūdzību Apelācijas padomē, nav izvirzījis specifisku pamatu, Apelācijas padomei tomēr ir jāveic pārbaude, ievērojot visus pieejamos attiecīgos tiesiskos un faktiskos apstākļus, lai noskaidrotu, vai, izskatot apelācijas sūdzību, var vai nevar likumīgi pieņemt jaunu lēmumu ar tādu pašu rezolutīvo daļu kā lēmumam, kas ir apelācijas sūdzības priekšmets.

Attiecībā uz iebildumu procesu, ko uzsācis agrākās preču zīmes īpašnieks, – šai pārbaudei arī jāietver vērtējums vai, ievērojot faktus vai pierādījumus, ko iesniedzis otrs procesa Apelācijas padomē dalībnieks, tas ir pierādījis faktisku izmantošanu, ko veica vai nu agrākās preču zīmes īpašnieks, vai nu pilnvarota trešā persona⁹⁵. Savukārt ITSB apgalvojuma, saskaņā ar kuru preču zīmes reģistrācijas pieteicējs ne procesā Iebildumu

⁹⁰ Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 42. panta 1. punktu.

⁹¹ Minētā preču zīme reģistrēta attiecībā uz precēm, kas ietilpst 30. un 32. klasē Nicas nolīguma izpratnē un atbilst šādam aprakstam: "gāzētie bezalkoholiskie un neterapeitiskie dzērieni, visu veidu atdzēsētie neterapeitiskie dzērieni, gāzētie preparāti, granulēti dzirkstošie dzērieni, augļu un dārzeņu sulas, kas nav tikušas pakļautas fermentācijai (izņemot raudzēšanu), limonādes, apelsīnu dzērieni, atdzēsētie dzērieni (izņemot mandeļu pienu), gāzētie ūdeņi, *Seidlitz* ūdens un mākslīgais ledus".

⁹² Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punktu.

⁹³ Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 43. panta 5. punkta pirmo teikumu.

⁹⁴ Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 43. panta 5. punkta pirmo teikumu.

⁹⁵ Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta un 15. panta 3. punkta izpratnē.

nodaļā, ne Apelācijas padomē nebija apstrīdējis agrākās preču zīmes īpašnieka piekrišanas faktu, atbilstība ir jāpārbauda, izskatot lietu pēc būtības.

Otrām kārtām, Vispārējā tiesa norāda, ka, interpretējot “Kopienas preču zīmes” faktiskas izmantošanas jēdzienu Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta izpratnē, jāņem vērā fakts, ka prasības, saskaņā ar ko agrākai preču zīmei ir jābūt faktiski izmantotai, lai to varētu pretstatīt Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumam, *ratio legis* ir – samazināt konfliktus starp divām preču zīmēm, ja vien nepastāv ekonomiski pamatots iemesls, kas izriet no preču zīmes reālas izmantošanas tirgū. Savukārt minētā prasība neparedz izvērtēt uzņēmuma komercdarbības panākumus, ne kontrolēt uzņēmuma ekonomisko stratēģiju, ne arī sniegt aizsardzību preču zīmēm tikai tad, ja to komerciālā izmantošana sasniedz kvantitatīvi nozīmīgu apjomu.

Trešām kārtām, Vispārējā tiesa norāda, ka preču zīme ir faktiski izmantota ⁹⁶, ja tā izmantota atbilstoši savai pamatfunkcijai garantēt to preču vai pakalpojumu izcelsmes identitāti, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, lai radītu vai saglabātu šo preču un pakalpojumu noietu, izslēdzot simboliska rakstura izmantošanu, kuras vienīgais mērķis ir saglabāt preču zīmes piešķirtās tiesības. Šajā sakarā nosacījums par faktisku izmantošanu prasa – šai preču zīmei, kas ir aizsargāta konkrētajā teritorijā, jābūt izmantotai publiski un ārēji.

Preču zīmes faktiskās izmantošanas rakstura vērtējums ir jābalsta kopumā uz visiem faktiem un apstākļiem, kas ir atbilstoši, lai noskaidrotu tās patieso komerciālo izmantošanu, jo īpaši izmantošanu, ko attiecīgajā ekonomiskajā sektorā uzskata par pamatotu, lai uzturētu vai radītu tirgus daļas ar preču zīmi aizsargātajām precēm vai pakalpojumiem, šo preču vai pakalpojumu raksturu, tirgus īpašības, preču zīmes izmantošanas apjomu un biežumu.

Attiecībā uz apjomu, kādā tikusi izmantota agrākā preču zīme, jo īpaši jāņem vērā, pirmkārt, visu izmantošanas darījumu komerciālais apjoms un otrkārt, izmantošanas perioda ilgums, kā arī izmantošanas biežums.

Ceturtām kārtām, Vispārējā tiesa uzskata, ka, lai šajā gadījumā pārbaudītu, vai agrākā preču zīme ir faktiski izmantota, ir jāveic visaptverošs vērtējums, ņemot vērā visus uz šo lietu attiecināmos faktoros. Šis vērtējums nozīmē noteiktu savstarpējo saistību, kas pastāv starp vērā ņemtajiem faktoriem. Tādējādi ar minēto preču zīmi tirgotos preču nelielo apjomu var kompensēt šīs preču zīmes izmantošanas augstā intensitāte vai ievērojams pastāvīgums šīs preču zīmes izmantošanas laikā un otrādi. Turklāt ar agrāku preču zīmi tirgotos preču apgrozījumu, kā arī pārdevumu apjomu nedrīkst vērtēt absolūtā izteiksmē, bet tie jāvērtē saistībā ar citiem attiecīgajiem faktoriem, tādiem kā komercdarbības apjoms, ražošanas vai tirgošanas kapacitāte vai dažādošanas pakāpe uzņēmumā, kas izmanto preču zīmi, kā arī preču vai pakalpojumu raksturs attiecīgajā

⁹⁶ Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta izpratnē.

tirgū. Tādēļ, lai agrākas preču zīmes izmantošanu kvalificētu kā faktisku izmantošanu, nav nepieciešams, lai tās izmantošana vienmēr būtu kvantitatīvi nozīmīga.

Piektām kārtām un visbeidzot, Vispārējās tiesas ieskatā, lai izvērtētu attiecīgo preču vai pakalpojumu ⁹⁷ līdzību, ir jāņem vērā visi atbilstošie faktori, kas raksturo saikni starp šīm precēm vai pakalpojumiem, it īpaši to raksturs, funkcionālais uzdevums, izmantošana, kā arī to konkurējošais vai papildinošais raksturs.

Šajā ziņā, pirmkārt, koncentrētās augļu sulas, attiecībā uz kurām ir aizsargāta agrākā preču zīme, un, otrkārt, augu un vitamīnu dzērieni, ko aptver preču zīmes reģistrācijas pieteikums, ir līdzīgi. Šīm precēm ir viens un tas pats funkcionālais uzdevums, proti, dzesēt slāpes, un lielā mērā tām ir konkurējošs raksturs. Attiecībā uz to raksturu un lietojumu – runa ir par bezalkoholiskiem dzērieniem, kas parasti tiek lietoti atdzesētā veidā, kuriem, protams, vairumā gadījumu ir atšķirīgs sastāvs. Tas, ka šīm precēm ir atšķirīgs sastāvs, tomēr nemaina secinājumu, saskaņā ar kuru minētās preces ir savstarpēji aizstājamās tādēļ, ka tās ir paredzētas identisku vajadzību apmierināšanai.

Spriedums, 2017. gada 8. jūnijs, W. F. Gözze Frottierweberei un Gözze (C-689/15, [EU:C:2017:434](#))

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Intelektuālais īpašums – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 9. un 15. pants – Apvienības iesniegts kokvilnas zieda apzīmējums – Reģistrēšana individuālas preču zīmes statusā – Šīs preču zīmes izmantošanas licences koncesija kokvilnas izstrādājumu ražotājiem, kas ir šīs apvienības locekļi – Prasība par spēkā neesības atzīšanu vai atcelšanu – Jēdziens “faktiska izmantošana” – Izcelsmes norādes pamatfunkcija

Verein Bremer Baumwollbörse (turpmāk tekstā – “VBB”) ir apvienība, kas veic dažādas ar kokvilnu saistītas darbības. Tai pieder Eiropas Savienības grafiska preču zīme, kas attēlo kokvilnas ziedu un kas 2008. gada 22. maijā reģistrēta attiecībā uz precēm, tostarp tekstilizstrādājumiem (turpmāk tekstā – “kokvilnas zieda preču zīme”).

Vairāku gadu desmitu garumā pirms šīs reģistrācijas šo pašu grafisko apzīmējumu (turpmāk tekstā – “kokvilnas zieda apzīmējums”) ražotāji ir izmantojuši kokvilnas šķiedras tekstilizstrādājumos, lai sertificētu savu produktu sastāvu un kvalitāti. Kopš minētās reģistrācijas VBB ar uzņēmumiem, kas ir tās locekļi, ir noslēgusi licences līgumus par savu kokvilnas zieda preču zīmi. Šie uzņēmumi ir apņēmušies izmantot šo preču zīmi tikai attiecībā uz labas kvalitātes izstrādājumiem no kokvilnas šķiedras. VBB varēja pārbaudīt šo saistību ievērošanu.

Uzņēmums Gözze, kura vadītājs bija W. Gözze, kurš nebija VBB dalībnieks un kurš nebija noslēdzis licences līgumu ar šo apvienību, ražoja tīras kokvilnas šķiedras tekstilizstrādājumus un tiem jau vairākus gadu desmitus pievienoja kokvilnas zieda apzīmējumu.

⁹⁷ Regulas 40/94 8. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē.

VBB cēla prasību par preču zīmes pārkāpumu pret Gözze un W. Gözze piekritīgajā Eiropas Savienības preču zīmju tiesā – *Landgericht Düsseldorf* (Diseldorfas apgabaltiesā, Vācija), jo Gözze tirdzniecībā bija laidis divieļus, uz kā bija piespraustas etiķetes. Šajā tiesvedībā Gözze cēla pretprasību par preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu, sākot no 2008. gada 22. maija, vai, pakārtoti, par šīs preču zīmes atcelšanu, sākot no 2013. gada 23. maija.

Ar 2014. gada 19. novembra spriedumu *Landgericht Düsseldorf* (Diseldorfas apgabaltiesa) VBB prasību apmierināja un noraidīja Gözze pretprasību.

Gözze par minēto spriedumu iesniedza apelācijas sūdzību *Oberlandesgericht Düsseldorf* (Federālās zemes Augstākā tiesa Diseldorfā, Vācija), kura nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai prejudiciālu jautājumu.

Spriedumā Tiesa precizē, pirmām kārtām, ka Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkts ir interpretējams tādējādi, ka individuālas Eiropas Savienības preču zīmes piestiprināšana, ko veic ģeogrāfiskais ierobežojums pats vai tas ir noticis ar viņa piekrišanu, uz izstrādājumiem kā kvalitātes apliecinājums nav preču zīmes izmantošana, kas ietilpst jēdzienā “faktiska izmantošana” šīs tiesību normas izpratnē. Minētās preču zīmes piestiprināšana katrā ziņā ir šāda izmantošana, ja ar to arī vienlaicīgi patērētājiem tiek garantēts, ka šos izstrādājumus piedāvā tikai viens uzņēmums, kura kontrolē minētie izstrādājumi tiek ražoti un kuram var noteikt atbildību par to kvalitāti. Šajā pēdējā minētajā gadījumā šīs preču zīmes ģeogrāfiskais ierobežojums saskaņā ar šīs regulas 9. panta 1. punkta b) apakšpunktu ir tiesīgs aizliegt trešām personām piestiprināt uz identiskiem izstrādājumiem līdzīgu apzīmējumu, ja šāda piestiprināšana sabiedrībā rada sajaukšanas iespēju.

Otrām kārtām, Tiesa norāda, ka Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 52. panta 1. punkta a) apakšpunkts un 7. panta 1. punkta g) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka individuāla preču zīme, pamatojoties uz kopīgu šo tiesību normu piemērošanu, nav jāatzīst par spēkā neesošu tādēļ, ka preču zīmes ģeogrāfiskais ierobežojums nenodrošina tirdzniecībā ar apzīmējumu saistīto cerību, kas attiecas uz kvalitāti, atbilstību patiesībai, veicot regulārās kvalitātes pārbaudes pie tās licenciātiem.

Trešām kārtām un visbeidzot, Tiesa uzsver, ka Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 66.–74. panta par kolektīvajām Eiropas Savienības preču zīmēm piemērošanas joma atbilstoši šīs regulas 66. panta 1. punktam ir tieši ierobežota ar preču zīmēm, kas kā tādas norādītas reģistrācijas pieteikumā. Šo minēto pantu piemērojamības nošķirums ir stingri jāievēro, turklāt ar tiem iedibinātie noteikumi – kādi uzskaitīti minētās regulas 67. pantā par preču zīmes izmantošanas reglamentēšanu – ir nesaraujami saistīti ar tiešu norādi uz pieteikto preču zīmi kā kolektīvo preču zīmi. Tādēļ nav iedomājama šo noteikumu piemērošana pēc analogijas individuālajām Eiropas Savienības preču zīmēm.

Līdz ar to Tiesa secina, ka Regula Nr. 207/2009 ir jāinterpretē tādējādi, ka tiesību normas par kolektīvajām Eiropas Savienības preču zīmēm pēc analogijas nevar piemērot individuālajām Eiropas Savienības preču zīmēm.

Spriedums, 2025. gada 7. maijs, RTL Group Markenverwaltung/EUIPO – Örtl (“RTL”) (T-1088/23, [EU:T:2025:446](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Atcelšanas process – Eiropas Savienības grafiska preču zīme “RTL” – Preču zīmes faktiskas izmantošanas neesība – Regulas (ES) 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkts – Pierādījumu sniegšana pirmo reizi apelācijas padomē – Regulas 2017/1001 95. panta 2. punkts – Deleģētās regulas (ES) 2018/625 27. panta 4. punkts – Tiesību ļaunprātīga izmantošana

Spriedumā Vispārējā tiesa groza EUIPO Apelācijas padomes lēmumu. Tā precizē jautājumus par pieteikuma par atcelšanu ļaunprātīgo raksturu, par EUIPO Apelācijas padomes rīcības brīvības izmantošanu attiecībā uz atteikumu ņemt vērā pierādījumus, kas pirmo reizi iesniegti šajā padomē ārpus Deleģētajā regulā 2018/625⁹⁸ paredzētajiem procesuālajiem rakstiem, par preču zīmes faktisku izmantošanu attiecībā uz reklāmas, pārdošanas veicināšanas un mārketinga pakalpojumiem, ko veic uzņēmums, kurš ietilpst grupā, kas tostarp sniedz reklāmas izplatīšanas pakalpojumus, un par preču zīmes reputācijas ietekmi uz tās faktiskās izmantošanas vērtējumu attiecībā uz citām precēm un pakalpojumiem.

Kopš 2016. gada *RTL Group Markenverwaltungs GmbH*, prasītāja, ir Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes “RTL” īpašniece attiecībā uz vairākām precēm un pakalpojumiem⁹⁹. 2021. gadā persona, kas iestājusies lietā, *Marcella Örtl*, iesniedza pieteikumu par šīs preču zīmes atcelšanu¹⁰⁰, pamatojoties uz to, ka minētā preču zīme nav tikusi faktiski izmantota saistībā ar precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā reģistrēta, nepārtrauktā piecu gadu laikposmā. EUIPO Anulēšanas nodaļa minēto pieteikumu attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem daļēji apmierināja.

Izskatot prasītājas iesniegto apelācijas sūdzību, EUIPO Apelācijas padome, pirmkārt, pieteikumu par atcelšanu atzina par pieņemamu un, otrkārt, daļēji atcēla Anulēšanas nodaļas lēmumu, ciktāl ar to tika atcelta apstrīdētā preču zīme tostarp attiecībā uz “reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas” pakalpojumu apakš kategoriju, proti, “reklāmu pārraidīšanai pa televīziju, radio un elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem”¹⁰¹, un pārējā daļā apelācijas sūdzību noraidīja. Ar Vispārējā tiesā celto prasību prasītāja lūdza atcelt vai grozīt šo lēmumu.

Pirmām kārtām, Vispārējā tiesa norāda, ka atcelšanas pamatu mērķis ir aizsargāt vispārējās intereses, kas ir to pamatā, un tas izskaidro to, ka pieteikuma iesniedzējam netiek prasīts pierādīt interesi celt prasību. Šo analīzi apstiprina Regulas 2017/1001 24. apsvērums un šīs regulas 63. panta 1. punkta a) apakšpunkta mērķis, proti, sniegt

⁹⁸ Komisijas Deleģētā regula (ES) 2018/625 (2018. gada 5. marts), ar ko papildina Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2017/1001 par Eiropas Savienības preču zīmi un atceļ Deleģēto Regulu (ES) 2017/1430 (OV 2018, L 104, 1. lpp.).

⁹⁹ Runa bija par precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 3., 6., 8., 9., 12., 14., 16., 18., 20., 21., 24., 25., 28., 30., 32., 33., 35., 38., 41., 42., 43. un 45. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

¹⁰⁰ Pamatojoties uz Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktu.

¹⁰¹ Pārējās preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem atcelts Anulēšanas nodaļas lēmums, ir “optiskie diski”, kas ietilpst 9. klasē, un “tiešsaistes sociālās tīklošanas pakalpojumi; sociālo sanāksmju tiešsaistes pakalpojumi”, kas ietilpst 45. klasē.

iespēju apstrīdēt Eiropas Savienības preču zīmi, kas noteiktā laikposmā nav faktiski izmantota visplašākajam personu lokam, neprasot, lai tās pierādītu interesi celt prasību. Tā kā “jebkura fiziska vai juridiska persona” var iesniegt pieteikumu par atcelšanu sakarā ar preču zīmes neizmantošanu vai nepietiekamu izmantošanu, jautājumam par iespējamu tiesību ļaunprātīgu izmantošanu nav nozīmes, izvērtējot šāda pieteikuma pieņemamību. Tāpat ne pieteikuma par atcelšanu pieņemamība, ne pamatotība nav atkarīga no pieteikuma iesniedzēja labticības, jo atcelšana preču zīmes neizmantošanas dēļ piecu gadu laikposmā ir Regulā 2017/1001 paredzētas tiesiskās sekas ¹⁰².

Lai gan prasītāja šajā ziņā atsaucas uz lietu *Sandra Pabst* ¹⁰³, Vispārējā tiesa norāda, ka šai lietai bija raksturīgi ārkārtas apstākļi, kuru šajā lietā nav. Pretēji lietai *Sandra Pabst* persona, kas iestājusies lietā, nav mākslīgi izveidota sabiedrība, kuras vienīgais mērķis ir iesniegt vairākus pieteikumus par atcelšanu. Turklāt prasītāja nav pierādījusi, ka pieteikums par atcelšanu šajā lietā bija lemts neveiksmei un tātad bija domāts vienīgi, lai tai uzliktu nepamatotu slogu vai izdarītu jebkādu spiedienu. Gluži pretēji, personas, kas iestājusies lietā, nodoms izmantot preču zīmi, kas var radīt sajaukšanu ar apstrīdēto preču zīmi, pierāda tās reālo interesi, lai preču zīmju reģistrs tiktu atjaunināts attiecībā uz prasītājas monopola uz apstrīdēto preču zīmi apjomu.

Līdz ar to Vispārējā tiesa noraida prasītājas apgalvojumu par pieteikuma par atcelšanu nepieņemamību tā apgalvotā ļaunprātīgā rakstura dēļ.

Otrām kārtām, Vispārējā tiesa atgādina judikatūru par *EUIPO* rīcības brīvību, lai ņemtu vērā faktus un pierādījumus, kas ir izvirzīti vai iesniegti novēloti ¹⁰⁴, un uzsver, ka šai ņemšanai vērā ir jāietekmē rīcības brīvības, kas ir jāpārbauda Vispārējai tiesai, objektīvas un pamatotas īstenošanas rezultāts.

Tā konstatē, ka šajā gadījumā apsvērumus un pierādījumus prasītāja ir iesniegusi novēloti, līdz ar to Apelācijas padomei bija jāizmanto rīcības brīvība, lai izlemtu, vai tie ir vai nav jāņem vērā, pieņemot lēmumu, kas tai bija jāpieņem. Taču šāda rīcības brīvības objektīva un pamatota īstenošana šajā lietā nav veikta, jo Apelācijas padome šos pierādījumus ir noraidījusi tikai tādēļ, ka tie nav tikuši iesniegti kopā ar kādu no Deleģētajā regulā 2018/625 ¹⁰⁵ minētajiem procesuālajiem rakstiem, nepārbaudot, vai ir izpildīti šīs regulas 27. panta 4. punktā paredzētie nosacījumi. Proti, apsvērumu un pierādījumu, kas pirmo reizi iesniegti Apelācijas padomē, pieņemamības pārbaude nevar tikt ierobežota ar faktiem un pierādījumiem, kas iesniegti kopā ar Deleģētajā regulā 2018/625 minētajiem procesuālajiem rakstiem, jo šāds ierobežojums neizriet ne no Regulas 2017/1001 95. panta 2. punkta, ne no Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punkta.

¹⁰² Skat. Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktu un 64. panta 2. punktu.

¹⁰³ Lieta, kurā pieņemts Paplašinātās apelācijas padomes 2020. gada 1. februāra lēmums (lieta R 2445-2017-G, turpmāk tekstā – “lieta *Sandra Pabst*”).

¹⁰⁴ Paredzēts Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktā un noteikts Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punktā.

¹⁰⁵ Deleģētās regulas 2018/625 22., 24. un 26. punkts.

Līdz ar to Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu, izslēdzot no savas pārbaudes prasītājas novēloti iesniegtos apsvērumus un pierādījumus un neīstenojot tai piešķirto rīcības brīvību.

Trešām kārtām, Vispārējā tiesa pārbauda, vai prasītājas iesniegtie pierādījumi attiecībā uz grupas, pie kuras tā pieder, sabiedrību darbību ļauj pierādīt apstrīdētās preču zīmes izmantošanu ne tikai attiecībā uz reklāmas izplatīšanas pakalpojumu apakš kategoriju, kā to ir norādījusi Apelācijas padome, bet arī ārpus šīs apakš kategorijas attiecībā uz “reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas” pakalpojumu kategoriju kopumā.

Vispirms tā norāda, ka prasītāja ir pierādījusi, ka grupas, kurai tā pieder, sabiedrības ir sniegušas reklāmdevējiem pakalpojumus tostarp saistībā ar televīzijas reklāmu radīšanu un īstenošanu. Tādējādi tā ir iesniegusi pierādījumus par pakalpojumiem, kas ietver šo sabiedrību radošo ieguldījumu reklāmas izstrādē, kura neaprobežojas ar vienkāršu trešās personas radīta reklāmas satura izplatīšanu.

Turpinājumā tā uzskata, ka no prasītājas iesniegtajiem pierādījumiem izriet, ka tā piedāvāja reklāmdevējiem savus pakalpojumus reklāmas stratēģiju izstrādē tai piederošajos plašsaziņas līdzekļos, sniedzot tiem iespēju piedalīties tādos reklāmas pasākumos, ko izveidojusi grupa, pie kuras pieder prasītāja.

Visbeidzot, tā nospriež, ka, ņemot vērā iesniegtos pierādījumus, grupas, pie kuras pieder prasītāja, sabiedrības ir sniegušas konsultāciju pakalpojumus saistībā ar televīzijas reklāmas tirgošanu, kas ir specializētie konsultāciju un atbalsta pakalpojumi uzņēmumiem, kuri vēlas popularizēt un attīstīt savas reklāmas stratēģijas.

Šādos apstākļos Vispārējā tiesa uzskata, ka prasītājas iesniegtie pierādījumi liecina, ka grupa, pie kuras tā pieder, apstrīdētās preču zīmes aizsegā un atbilstošajā laikposmā ir sniegusi trešām personām reklāmas, pārdošanas veicināšanas un mārketinga pakalpojumus, kas neaprobežojās ar reklāmas izplatīšanu, bet bija vērsti uz to, lai aktīvi veicinātu minēto trešo personu reklāmas stratēģijas attīstību. Līdz ar to tā groza apstrīdēto lēmumu, noraidot pieteikumu par apstrīdētās preču zīmes atcelšanu attiecībā uz reklāmas, pārdošanas veicināšanas un mārketinga pakalpojumiem, kas ietilpst 35. klasē.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa precizē, ka Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta

a) apakšpunkta formulējumā un mērķī ar Eiropas Savienības preču zīmi saistīto tiesību saglabāšana ir pakļauta nosacījumam, ka tā tiek faktiski izmantota. Neesot pamatoti, ka neizmantota preču zīme rada šķēršļus konkurencei un ierobežo preču brīvu apriti un pakalpojumu sniegšanas brīvību. Turklāt Savienības tiesas jau ir atzinušas, ka tiesību normām par paplašinātu aizsardzību, kas ir piešķirta Eiropas Savienības preču zīmei, kurai ir reputācija Savienībā, ir cits mērķis nekā tām, kurās ir prasīts pierādīt faktisku izmantošanu, līdz ar to šie divi tiesību normu veidi ir jāinterpretē autonomi. Līdz ar to, pat pieņemot, ka šajā lietā apstrīdētajai preču zīmei ir reputācija plašsaziņas līdzekļu nozarē, tas pats par sevi neļauj pierādīt tās faktiskas izmantošanas esību attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem. Turklāt prasītāja nevar lietderīgi atsaukties ne

uz Eiropas Savienības preču zīmes vienoto raksturu, ne uz Deleģētās regulas 2018/625 7. apsvērumu, kas attiecas vienīgi uz procesuālajiem noteikumiem, lai interpretētu Regulas 2017/1001 materiālo tiesību normas.

Spriedums, 2025. gada 2. jūlijs, Ferrari/EUIPO – Hesse (“TESTAROSSA”) (T-1103/23, [EU:T:2025:659](#)) ¹⁰⁶

Eiropas Savienības preču zīme – Atcelšanas process – Starptautiska reģistrācija, ko attiecina uz Eiropas Savienību – Vārdiska preču zīme “TESTAROSSA” – Preču zīmes faktiskā izmantošana – Regulas (EK) Nr. 207/2009 51. panta 1. punkta a) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkts) – Izmantošana, ko veic trešās personas – Izmantošanas raksturs – Preču zīmes īpašnieka netieša piekrišana – Faktiskas izmantošanas pierādījums – Lietoti automobiļi – Rezerves daļas un piederumi

Vispārējā tiesa, lemjot paplašinātā sastāvā, atceļ EUIPO Apelācijas padomes lēmumu ¹⁰⁷ un lemj par jēdzienu “faktiska izmantošana” saistībā ar lietotu preču, uz kurām ir apstrīdētā preču zīme, tālākpārdošanu, ko trešās personas veikušas ar šīs preču zīmes īpašnieka netiešu piekrišanu. Tādējādi tā precizē no sprieduma *Ferrari* ¹⁰⁸ izrietošo judikatūru.

Ferrari SpA, prasītājai, ir vārdiskas preču zīmes “TESTAROSSA” starptautiska reģistrācija, kuru attiecina uz Eiropas Savienību, citstarp attiecībā uz automobiļiem ¹⁰⁹. 2015. gada 7. septembrī *Kurt Hesse*, persona, kas iestājusies lietā, iesniedza pieteikumu par šīs starptautiskās reģistrācijas seku atzīšanu par spēkā neesošām ¹¹⁰. Anulēšanas nodaļa daļēji apmierināja pieteikumu par atcelšanu, bet noraidīja to attiecībā uz “automobiļiem”.

Gan persona, kas iestājusies lietā, gan prasītāja iesniedza apelācijas sūdzību, lūdzot daļēji atcelt šo lēmumu. EUIPO Apelācijas padome apmierināja personas, kas iestājusies lietā, apelācijas sūdzību un noraidīja prasītājas apelācijas sūdzību, līdz ar ko prasītājas tiesības uz apstrīdēto preču zīmi tika atceltas attiecībā uz visām precēm. Prasītāja vērsās Vispārējā tiesā ar prasību atcelt minēto lēmumu.

Pirmām kārtām, Vispārējā tiesa lemj par apstrīdētās preču zīmes faktisko izmantošanu attiecībā uz automobiļiem. Vispirms tā konstatē, ka aplūkotajā laikposmā jauni automobiļi ar apstrīdēto preču zīmi netika ražoti vai laisti tirgū un lietotos, ar apstrīdēto preču zīmi marķētos automobiļus tirgoja pilnvarotie koncesionāri vai izplatītāji. Šajā ziņā tā atgādina – lai gan lietotas preces, uz kuras izvietota preču zīme, pārdošana pati par

¹⁰⁶ Izskatīšanā esoša apelācijas sūdzība (lieta C-597/25 P).

¹⁰⁷ EUIPO Apelācijas piektās padomes 2023. gada 29. augusta lēmums apvienotajās lietās R 334/2017-5 un R 343/2017-5, kurā labojumi izdarīti 2023. gada 28. septembrī (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”).

¹⁰⁸ Spriedums, 2020. gada 22. oktobris, *Ferrari* (C-720/18 un C-721/18, [EU:C:2020:854](#)).

¹⁰⁹ Preces, kas ietilpst 12. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

¹¹⁰ Pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 158. panta 2. punktu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 51. panta 1. punkta a) apakšpunktu.

sevi nenozīmē, ka šī preču zīme ir tikusi faktiski izmantota ¹¹¹, tomēr, ja apstrīdētās preču zīmes īpašnieks faktiski izmanto šo preču zīmi, pārdodot tālāk preces atbilstoši tās pamatfunkcijai, šāda izmantošana var būt šīs preču zīmes “faktiska izmantošana”. Šādu interpretāciju apstiprina arī Regulas Nr. 207/2009 13. panta 1. punkts, no kura izriet, ka preču zīme var tikt izmantota attiecībā uz precēm, kas jau laistas tirgū ar šo preču zīmi, tādēļ tās īpašnieks nevar aizliegt trešām personām šādu preču zīmes izmantošanu. Savukārt tas nenozīmē, ka īpašnieks pats nevar izmantot savu preču zīmi attiecībā uz šādām precēm. Tas attiecas arī uz preču zīmes izmantošanu, ko trešās personas veic ar īpašnieka piekrišanu, tādējādi preču zīmes īpašnieks var pierādīt, ka preču zīme ir tikusi faktiski izmantota attiecībā uz lietotām precēm, ko ar šo preču zīmi pārdod trešās personas ar īpašnieka piekrišanu.

Turpinājumā Vispārējā tiesa, vienlaikus norādot, ka prasītāja nav iesniegusi pierādījumus, kas liecinātu par tās tiešu piekrišanu tam, ka trešās personas aplūkotajā laikposmā izmanto apstrīdēto preču zīmi, uzsver, ka preču zīmes īpašnieka piekrišana var arī netieši izrietēt no apstākļiem un elementiem, kas pastāvēja pirms, vienlaicīgi vai pēc tam, kad trešā persona bija izmantojusi attiecīgo preču zīmi. Tomēr īpašajā preču zīmes izmantošanas attiecībā uz lietotām precēm kontekstā šādu netiešu piekrišanu nevar izsecināt tikai no tā vien, ka īpašnieks zināja, ka trešā persona izmanto preču zīmi, bet ir nepieciešams, lai īpašnieks būtu iesaistīts šajā izmantošanā. Turklāt atbilstošie apstākļi un elementi, kas var liecināt par netiešas piekrišanas esību, jāizvērtē, ņemot vērā izmantošanu, ko attiecīgajā ekonomikas nozarē uzskata par pamatotu, un tirgus īpašības.

Tādējādi Vispārējā tiesa, pirmkārt, secina, ka lietota apstrīdētās preču zīmes automobiļa pārdošana, ko veic šīs preču zīmes īpašnieka pilnvarots koncesionārs vai izplatītājs, nevis kāda cita trešā persona, kurai nav nekādas saiknes ar īpašnieku, ir norāde, ka pārdošana ir veikta ar īpašnieka netiešu piekrišanu. Šajā ziņā tā atgādina, ka ražotāju uzņēmuma preču zīmes izmantošanu, ko veic šīs preču zīmes īpašnieka apstiprināts izplatīšanas uzņēmums, var atzīt par šīs preču zīmes izmantošanu ar īpašnieka piekrišanu, jo ar šādu apstiprinājumu tiek radīta saikne starp šiem abiem uzņēmumiem, un tas nozīmē, ka preču zīmes īpašnieks ir atļāvis pilnvarotajam koncesionāram vai izplatītājam izmantot tā preču zīmi. Šo vērtējumu apstiprina izmantošana, ko uzskata par pamatotu automobiļu tirgū, kurā tiek pieņemts, ka ražotāja licencētam izplatītājam vai koncesionāram ir atļauts tirgot visus šī ražotāja automobiļu modeļus. Tas pats attiecas arī uz lietoto transportlīdzekļu tirgu, kurā parasti tiek nošķirta lietotu automobiļu pārdošana, ko veic neatkarīga trešā persona, un pārdošana, ko veic pilnvarots koncesionārs vai izplatītājs.

Otrkārt, attiecībā uz prasītājas sniegto sertifikācijas pakalpojumu, kura mērķis ir par maksu apliecināt to lietoto automobiļu autentiskumu, uz kuriem ir apstrīdētā preču zīme, Vispārējā tiesa atgādina – tas, ka tās īpašnieks faktiski izmanto preču zīmi, kas

¹¹¹ Regulas 207/2009 51. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē.

reģistrēta attiecībā uz noteiktām precēm, saistībā ar pakalpojumiem, kuriem ir tieša saikne ar jau pārdotajām precēm un kuru mērķis ir apmierināt šo preču klientu vajadzības, var būt šīs preču zīmes “faktiska izmantošana”. Šajā lietā sertifikācijas pakalpojums ir tieši saistīts ar lietotu apstrīdētās preču zīmes automobiļu pārdošanu, ko veic pilnvarotie koncesionāri, un tā mērķis ir apmierināt šo automobiļu klientu vajadzības, tādēļ šāda izmantošana var būt šīs preču zīmes “faktiska izmantošana”. “Ferrari” preču zīmes un apstrīdētās preču zīmes vienlaicīga izmantošana par šo pakalpojumu izrakstītajos rēķinos atbilst tirgus ieradumiem, jo automobiļi parasti tiek tirgoti gan ar preču zīmi, kas apzīmē to ražotāju, gan ar citu preču zīmi, kas apzīmē to modeli.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa secina, ka prasītāja ir pierādījusi, ka ir netieši piekritusi tam, ka trešās personas izmanto apstrīdēto preču zīmi attiecībā uz “automobiļiem”.

Otrām kārtām, Vispārējā tiesa pārbauda apstrīdētās preču zīmes faktisko izmantošanu attiecībā uz rezerves daļām un piederumiem, kas galvenokārt ir lietotas rezerves daļas., Tā norāda, pirmkārt, ka aplūkotajā laikposmā šo izmantošanu veica pilnvarotie koncesionāri un izplatītāji un, otrkārt, ka prasītāja piedāvā sertifikācijas pakalpojumu, kas ietver lietotos apstrīdētās preču zīmes automobiļus veidojošo rezerves daļu komerciālās izcelsmes pārbaudi. Tādēļ prasītāja ir pierādījusi, ka ir netieši piekritusi, ka trešās personas izmanto apstrīdēto preču zīmi attiecībā uz rezerves daļām un piederumiem. Turklāt Vispārējā tiesa konstatē, ka Apelācijas padome nav pietiekami ņēmusi vērā faktu, ka rezerves daļu un piederumu pārdošana, ko veica pilnvarotie koncesionāri, attiecās arī uz oriģinālajām rezerves daļām, kuras konkrēti apzīmētas ar apstrīdēto preču zīmi. Šo iemeslu dēļ tā uzskata, ka šie Apelācijas padomes apsvērumi ir kļūdaini.

Visbeidzot, Vispārējā tiesa norāda, ka apstrīdētās preču zīmes izmantošana attiecībā uz rezerves daļām un piederumiem var būt arī šīs preču izmantošana attiecībā uz “automobiļiem”. Tādēļ preču zīme, kas reģistrēta attiecībā uz preču un to veidojošo rezerves daļu kategoriju, jāuzskata par tādu, kas ir faktiski izmantota attiecībā uz visām šajā kategorijā ietilpstošajām precēm un to rezerves daļām, ja tā šādi tiek izmantota vienīgi saistībā ar dažām no šīm precēm vai vienīgi saistībā ar dažu minēto preču rezerves daļām un piederumiem, no kuriem sastāv dažas minētās preces, ja vien no atbilstošajiem faktiem un pierādījumiem neizriet, ka patērētājs tās uztvers kā tādas, kas ir autonoma tādu preču kategorijas apakškategorija, saistībā ar kurām attiecīgā preču zīme ir reģistrēta. Šajā lietā Apelācijas padome tomēr nav pārbaudījusi šo informāciju un nav konstatējusi, ka rezerves daļas un piederumi veido autonomu apakškategoriju attiecībā uz automobiļiem, tādēļ pierādījumam par rezerves daļu un piederumu izmantošanu nebija nozīmes attiecībā uz automobiļiem. Pirmkārt, Apelācijas padome ir vienīgi norādījusi, ka starp rezerves daļām un piederumiem un automobiļiem pastāv nesamērība ekonomiskās vērtības ziņā, neņemot vērā judikatūru, saskaņā ar kuru mērķa vai nolūka kritērijam ir vissvarīgākā nozīme preču vai pakalpojumu apakškategorijas noteikšanā. Otrkārt, tā secināja, ka konkrētā sabiedrības daļa

neuzskatīs, ka rezerves daļu un piederumu ražotājiem ir tehniska spēja ražot automobiļus. Vispārējā tiesa norāda, ka šāds vispārējs noteikums, atbilstoši kuram konkrētās sabiedrības daļas ieskatā automobiļus un to rezerves daļas un piederumus noteikti ražo divi dažādi ražotāji, nav pierādīts, jo daudzas rezerves daļas un piederumus ražo paši automobiļu ražotāji. Tādēļ apstrīdētajā lēmumā ir pieļautas kļūdas arī šajā ziņā.

Spriedums, 2025. gada 2. jūlijs, Ferrari/EUIPO – Hesse (“TESTAROSSA”) (T-1104/23, [EU:T:2025:660](#))

Eiropas Savienības preču zīme – Atcelšanas process – Starptautiska reģistrācija, ko attiecina uz Eiropas Savienību – Vārdiska preču zīme “TESTAROSSA” – Preču zīmes faktiska izmantošana – Regulas (EK) Nr. 207/2009 51. panta 1. punkta a) apakšpunkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkts) – Izmantošana, ko veic trešās personas – Izmantošanas raksturs – Preču zīmes īpašnieka netieša piekrišana – Faktiskas izmantošanas pierādījums – Samazināti sauszemes mehānisko transportlīdzekļu modeļi (rotaļlietas)

Vispārējā tiesa, lemjot paplašinātā sastāvā, daļēji atceļ EUIPO Apelācijas padomes lēmumu ¹¹² un lemj par jēdzienu “faktiska izmantošana” saistībā ar preču zīmes izmantošanu, ko trešās personas veikušas ar šīs preču zīmes īpašnieka netiešu piekrišanu. Tā citstarp precizē no sprieduma *Opel* ¹¹³ izrietošo judikatūru un konkretizē nosacījumus, ar kādiem var pierādīt preču zīmes faktisku izmantošanu, ja attiecīgās nozares un tirgus ieradumi noteiktos apstākļos ļauj dažiem tirgus dalībniekiem izmantot reģistrēto preču zīmi, lai raksturotu konkrētās preces.

Ferrari SpA, prasītājai, ir vārdiskas preču zīmes “TESTAROSSA” starptautiska reģistrācija, kuru attiecina uz Eiropas Savienību, citstarp attiecībā uz samazinātiem transportlīdzekļu modeļiem un rotaļlietām ¹¹⁴. 2014. gada 14. novembrī *Kurt Hesse*, persona, kas iestājusies lietā, iesniedza pieteikumu par šīs starptautiskās reģistrācijas seku atzīšanu par spēkā neesošām ¹¹⁵. Anulēšanas nodaļa daļēji apmierināja pieteikumu par atcelšanu, bet noraidīja to attiecībā uz “samazinātiem sauszemes mehānisko transportlīdzekļu modeļiem (rotaļlietām)”.

Gan persona, kas iestājusies lietā, gan prasītāja iesniedza apelācijas sūdzību, lūdzot daļēji atcelt šo lēmumu. EUIPO Apelācijas padome apmierināja personas, kas iestājusies lietā, apelācijas sūdzību un noraidīja prasītājas apelācijas sūdzību, līdz ar ko prasītājas tiesības uz apstrīdēto preču zīmi tika atceltas attiecībā uz visām precēm. Prasītāja vērsās Vispārējā tiesā ar prasību atcelt minēto lēmumu.

Vispirms Vispārējā tiesa uzsver, ka attiecībā uz rotaļlietām reģistrētai preču zīmei identiska apzīmējuma izmantošanu samazinātiem transportlīdzekļu modeļiem, ko veic

¹¹² EUIPO Apelācijas piektās padomes 2023. gada 29. augusta lēmums lietā R 887/2016-5.

¹¹³ Spriedums, 2007. gada 25. janvāris, *Adam Opel* (C-48/05, [EU:C:2007:55](#)).

¹¹⁴ Preces, kas ietilpst 28. klasē Nicas nolīguma izpratnē.

¹¹⁵ Pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 158. panta 2. punktu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 51. panta 1. punkta a) apakšpunktu.

trešā persona, var aizliegt tikai tad, ja tas kaitē vai var kaitēt šīs preču zīmes funkcijām – tas jāizvērtē, ņemot vērā samazināto transportlīdzekļu modeļu tirgus īpašības. Šim tirgum ir raksturīgi, ka tajā vienlaikus pastāv gan neatkarīgi rotaļlietu ražotāji – kuri izmanto attiecībā uz automobiļiem reģistrētas preču zīmes tikai, lai norādītu, ka samazinātais transportlīdzekļa modelis ir īstā transportlīdzekļa modeļa oriģinālam atbilstošs atdarinājums –, gan samazinātu transportlīdzekļu modeļi, kurus tieši ražo un tirgo attiecībā uz automobiļiem reģistrētu preču zīmju īpašnieki vai uzņēmumi, kas ar tiem ir ekonomiski saistīti, citstarp izmantojot licenci. Tādējādi konkrētā sabiedrības daļa ir radusi sastapt samazinātus transportlīdzekļu modeļus gan ar, gan bez automobiļa ražotāja licences, un nošķirt tos atkarībā no informācijas, kas norādīta uz to iepakojuma. Tādēļ Vispārējā tiesa norāda, ka trešā persona var izmantot šādu preču zīmi bez tās īpašnieka piekrišanas, ja vien tā izmanto šo preču zīmi uz samazinātā transportlīdzekļa modeļa tikai tādēļ, lai konkrētajai sabiedrības daļai norādītu, ka attiecīgais samazinātais modelis ir īstā automobiļa modeļa oriģinālam atbilstoša reprodukcija. Savukārt, ja preču zīmes izmantošana, ko veic trešā persona, ietver atsauci, piemēram, uz licences līgumu, kas noslēgts ar šīs preču zīmes īpašnieku, šāda preču zīmes izmantošana tiks uzverta kā norāde, ka šīs preces ražo automobiļa ražotājs vai uzņēmums, kurš ar to ir ekonomiski saistīts. Šādā gadījumā preču zīmes īpašniekam ir tiesības iebilst pret šādu preču zīmes izmantošanu, ja tā ir notikusi bez tā piekrišanas.

Šajā lietā Vispārējā tiesa, pirmām kārtām, izvērtē, vai preču zīmes izmantošana, ko veic trešās personas, atbilst tās pamatfunkcijai. Tā uzsver, ka prasītājas iesniegto pierādījumu vidū ir arī vairāki katalogi un fotogrāfijas, kurās redzami samazinātu transportlīdzekļu modeļi, uz kuriem ir apstrīdētā preču zīme, trešo personu preču zīmes, kā arī norāde *“Ferrari oficiāli licencēts produkts”*. Šajā ziņā tā konstatē, ka šīs norādes ļauj konkrētajai sabiedrības daļai saprast, ka šos samazinātos transportlīdzekļu modeļus atbilstoši prasītājas izsniegtai licencei ražo trešā persona, lai gan līdzās trešo personu preču zīmēm ir arī apstrīdētā preču zīme. Tādēļ šāda apstrīdētās preču zīmes izmantošana atbilst tās pamatfunkcijai garantēt patērētājiem preču komerciālo izcelsmi. Tas, ka samazinātos transportlīdzekļu modeļus ar apstrīdēto preču zīmi tirgo dažādi uzņēmumi un to kvalitāte un cena atšķiras, nevar atspēkot šo secinājumu. Tāpat nav nozīmes tam, ka norādes *“Ferrari oficiāli licencēts produkts”* nav attiecināmas uz apstrīdēto preču zīmi, jo saikne starp *“Ferrari”* preču zīmes un strīdus preču zīmes izmantošanu uz iepakojuma un katalogos atbilst attiecīgā tirgus ieradumiem. Vispārējā tiesa norāda, ka transportlīdzekļu tirgū automobiļi tiek tirgoti gan ar preču zīmi, kas apzīmē to ražotāju, gan ar citu preču zīmi, kas apzīmē to modeli, un ka šiem apsvērumiem ir nozīme arī samazināto transportlīdzekļu modeļu tirgus gadījumā. Turklāt tas, ka līdzās apstrīdētajai preču zīmei nav norādīti simboli “®” vai “TM”, nekādi nemaina šīs preču zīmes spēju pildīt tās pamatfunkciju. Ņemot vērā iepriekš minēto, Vispārējā tiesa atzīst, ka apstrīdētā preču zīme aplūkotajā laikposmā attiecībā uz samazinātiem transportlīdzekļu modeļiem tika izmantota atbilstoši tās pamatfunkcijai.

Otrām kārtām, Vispārējā tiesa izvērtē, vai apstrīdētās preču zīmes izmantošana, ko veic trešās personas, ir notikusi ar īpašnieka piekrišanu. Tā norāda, ka prasītājas iesniegtie

izvilkumi no licences līgumiem neietver to preču zīmju uzskaitījumu, kas aptvertas ar minēto līgumu, tādēļ tie neļauj konstatēt, ka prasītāja ir skaidri piekritusi, ka trešās personas izmanto tās preču zīmi. Tomēr tā uzsver, ka īpašnieka piekrišana preču zīmes izmantošanai, ko veic trešās personas, var arī netieši izrietēt no apstākļiem un elementiem, kas pastāvēja pirms, vienlaicīgi vai pēc šīs preču zīmes izmantošanas un kas ir jāpārbauda, ņemot vērā izmantošanu, ko attiecīgajā ekonomikas nozarē uzskata par pamatotu.

Tādējādi Vispārējā tiesa, pirmkārt, norāda, ka konkrētā tirgus īpašajā kontekstā apstrīdētās preču zīmes īpašnieka netieša piekrišana izriet no fakta, ka īpašnieks zināja, ka trešās personas izmanto tā preču zīmi, un neiebilda pret to, un attiecīgi tiesa secina, ka tā tas ir arī šajā lietā. Otrkārt, tā precizē, ka ražošanas uzņēmuma preču zīmes izmantošanu, ko veic cits uzņēmums, kurš tirgo attiecīgās preces kā "oficiālas" preces atbilstoši pirmā minētā uzņēmuma izsniegtai licencei, var atzīt par šīs preču zīmes izmantošanu ar īpašnieka piekrišanu, jo šāda izmantošana rada saikni starp abiem šiem uzņēmumiem, un tas nozīmē, ka preču zīmes īpašnieks ir piekritis, ka minētais uzņēmums izmanto tā preču zīmes. Treškārt, minētā tiesa uzskata, ka, iesniedzot rēķinus un trešo personu pasūtījuma veidlapas, kas attiecas uz samazināto transportlīdzekļu modeļu ar apstrīdēto preču zīmi pārdošanu, prasītāja ar mērķi pierādīt faktisku izmantošanu netieši apgalvo, ka šī preču zīmes izmantošana ir notikusi ar tās piekrišanu. Tādēļ Vispārējā tiesa atzīst, ka prasītāja ir netieši piekritusi, ka trešās personas izmanto apstrīdēto preču zīmi attiecībā uz konkrētajām precēm.

Līdz ar to, ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, Vispārējā tiesa atceļ Apelācijas padomes lēmumu daļā, kurā apstrīdētā preču zīme tika atcelta attiecībā uz samazinātiem transportlīdzekļu modeļiem.

3. Kolektīvā preču zīme

Spriedums, 2019. gada 12. decembris, Der Grüne Punkt/EUIPO (C-143/19 P, [EU:C:2019:1076](#))

Apelācija – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 15. un 66. pants – Eiropas Savienības kolektīvas preču zīmes faktiskā izmantošana – Preču zīme, kas saistīta ar iepakojuma atkritumu savākšanas un reģenerācijas sistēmu – Izvietošana uz to preču iepakojuma, attiecībā uz kurām preču zīme ir reģistrēta

Ar šo spriedumu Tiesa atcēla Vispārējās tiesas spriedumu ¹¹⁶, jo Vispārējā tiesa ir pieļāvusi tiesību kļūdu, piemērojot Eiropas Savienības kolektīvai preču zīmei "faktiskas izmantošanas" jēdzienu.

¹¹⁶ Spriedums, 2018. gada 12. decembris, *Der Grüne Punkt/EUIPO – Halston Properties* (Apļa ar divām bultām attēls) (T-253/17, [EU:T:2018:909](#)).

Šajā lietā prasītāja *Der Grüne Punkt* ir ieguvusi kolektīvās grafiskās preču zīmes, kurā attēlots aplis ar divām bultām, reģistrāciju attiecībā uz iepakojuma atkritumu savākšanas un reģenerācijas sistēmu. Pēc pieteikuma par atcelšanu *EUIPO* daļēji apmierināja šo pieteikumu, jo minētā preču zīme netika faktiski izmantota saistībā ar visām precēm, attiecībā uz kurām tā tika reģistrēta, izņemot preces, kuras ir iepakojumi.

Apelācijas sūdzības iesniedzējas prasību atcelt tiesību aktu par *EUIPO* Apelācijas padomes lēmumu Vispārējā tiesa noraidīja.

Apelācijas sūdzības pamatojumā apelācijas sūdzības iesniedzēja norādīja, ka Vispārējā tiesa neesot ievērojusi jēdziena “faktiska izmantošana” Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta izpratnē interpretāciju un neesot pienācīgi ņēmusi vērā kolektīvo preču zīmju īpašības, kas noteiktas šīs regulas 66. pantā.

Vispirms Tiesa atgādina, ka kolektīvās preču zīmes pamatfunkcija ir nošķirt apvienības, kas ir šīs preču zīmes īpašniece, locekļu preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. Tādējādi atšķirībā no individuālas preču zīmes kolektīvās preču zīmes funkcija nav norādīt patērētājam preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, “izcelsmes identitāti”. Šajā ziņā Tiesa norādīja, ka Regulas Nr. 207/2009 66. pantā nekādi nav prasīts, ka ražotāji, izgatavotāji, pakalpojumu sniedzēji vai komersanti, kas ir piederīgi apvienībai, kura ir kolektīvās preču zīmes īpašniece, ietilpst vienā un tajā pašā sabiedrību grupā, kas ražo vai piegādā preces vai sniedz pakalpojumus ar vienotu kontroli. Turklāt Tiesa konstatēja, ka kolektīvās preču zīmes, tāpat kā individuālās preču zīmes, ir izmantotas komercdarbībā. Tātad to izmantošanai, lai to varētu kvalificēt par “faktisku” Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta izpratnē, ir faktiski jāietilpst attiecīgo uzņēmumu mērķī radīt vai saglabāt savu preču vai pakalpojumu noietu.

Turpinājumā Tiesa secināja, ka kolektīvas preču zīmes izmantošana tiek veikta atbilstoši tās pamatfunkcijai, sākot no brīža, kad tā ļauj patērētājam saprast, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no uzņēmumiem, kuri ir pievienojušies apvienībai, kas ir preču zīmes īpašniece, un tādējādi atšķirt šīs preces vai pakalpojumus no tiem, kuru izcelsme ir no uzņēmumiem, kuri nav tai pievienojušies. Šajā lietā Tiesa ir uzskatījusi, ka no Vispārējās tiesas izdarītajiem konstatējumiem izriet, ka kolektīva preču zīme tika izmantota atbilstoši tās pamatfunkcijai, jo strīdus preču ražotājs vai izplatītājs piedalās prasītājas licences līguma sistēmā.

Visbeidzot, Tiesa norādīja, ka attiecīgās preču zīmes faktiskās izmantošanas rakstura vērtējums bija jāveic, it īpaši izvērtējot izmantošanu, ko attiecīgajā ekonomiskajā nozarē uzskata par pamatotu, lai saglabātu vai radītu tirgus daļas ar preču zīmi aizsargātajām precēm vai pakalpojumiem, šo preču vai pakalpojumu raksturu, tirgus īpašības, kā arī preču zīmes izmantošanas apjomu un biežumu. Šajā ziņā Tiesa konstatēja, ka Vispārējā tiesa nav piemērojusi minētos kritērijus šajā lietā. Tiesa tostarp uzskatīja, ka Vispārējai tiesai bija jāpārbauda, vai šajā lietā pienācīgi pierādītā izmantošana, proti, attiecīgās preču zīmes izvietošana uz to uzņēmumu preču iepakojumiem, kas ir pievienojušies

iepakojumu atkritumu tuvumā esošas savākšanas vietas un ekoloģiskas apstrādes sistēmai, attiecīgajās ekonomikas nozarēs ir uzskatāma par pamatotu, lai saglabātu vai radītu preču tirgus daļas. Tiesas ieskatā nevar tikt izslēgts, ka ražotāja vai izplatītāja norāde uz plaša patēriņa preču iepakojuma par dalību šādā pārstrādes sistēmā var ietekmēt patērētāju lēmumus par pirkumu un tādējādi veicināt ar šīm precēm saistītu tirgus daļu saglabāšanu vai radīšanu.

Uzskatot, ka Vispārējā tiesa ir pieļāvusi tiesību kļūdu, piemērojot jēdzienu “faktiska izmantošana”, Tiesa atcēla pārsūdzēto spriedumu, kā arī *EU/PO* Apelācijas padomes lēmumu.

4. Sertifikācijas zīme

Spriedums, 2019. gada 11. aprīlis, *ÖKO-Test Verlag* (C-690/17, [EU:C:2019:317](#))

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Intelektuālais īpašums – Preču zīmes – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 9. panta 1. punkts – Direktīva 2008/95/EK – 5. panta 1. un 2. punkts – Ar preču zīmi piešķirtas tiesības – Individuāla preču zīme, ko veido kvalitātes zīme

ÖKO-Test Verlag ir uzņēmums, kas ar lietderības un atbilstības testiem izvērtē preces un pēc tam informē sabiedrību par sava vērtējuma rezultātiem. Tas pārdod Vācijā iznākošu žurnālu, kurā minētie rezultāti ir iekļauti līdžās vispārīgai patērētājiem paredzētai informācijai.

Kopš 2012. gada *ÖKO-Test Verlag* ir īpašnieks Eiropas Savienības preču zīmei, kas attēlo markējumu, kurš paredzēts, lai norādītu produktu testu rezultātus (turpmāk tekstā – “kvalitātes zīme”). Tāpat tas ir valsts preču zīmes, kas sastāv no šīs pašas kvalitātes zīmes, īpašnieks. Šīs preču zīmes (turpmāk tekstā kopā – “preču zīmes “ÖKO-TEST””) tostarp ir reģistrētas attiecībā uz iespiedprodukciju un pakalpojumiem, kas ietver testu veikšanu un informācijas, kā arī padomu sniegšanu patērētājiem.

ÖKO-Test Verlag izvēlas preces, kuras tas vēlas testēt, un izvērtē tās, balstoties uz zinātniskiem rādītājiem, ko arī pats ir izvēlējis, bez ražotāju piekrišanas. Pēc tam tas publicē šo testu rezultātus savā žurnālā.

Dr. Liebe ir uzņēmums, kas ražo un tirgo zobu pastas, tostarp sēriju “Aminomed”. Vienu no šīs sērijas zobu pastām, precī “Aminomed Fluorid-Kamillen-Zahncreme”, *ÖKO-Test Verlag* ir testējis 2005. gadā, un tā ieguvusi vērtējumu “sehr gut” (“ļoti labi”). Šajā pašā gadā *Dr. Liebe* noslēdza ar *ÖKO-Test Verlag* licences līgumu.

2014. gadā *ÖKO-Test Verlag* uzzināja, ka *Dr. Liebe* vienu no savām precēm tirgo iepakojumā, uz kura ir attēlota preču zīme “ÖKO-TEST”.

ÖKO-Test Verlag cēla *Landgericht Düsseldorf* (Diseldorfas apgabaltiesa, Vācija) prasību par pārkāpumu pret *Dr. Liebe*, norādot, ka *Dr. Liebe* 2014. gadā nebija atļauts izmantot preču

zīmes “ÖKO-TEST”, pamatojoties uz 2005. gadā noslēgto licences līgumu, jo citstarp 2008. gadā tika publicēts jauns tests ar jauniem zobu pastas vērtēšanas parametriem un *Dr. Liebe* prece vairs neatbilda precei, kas bija 2005. gadā veiktā testa priekšmets, jo tās nosaukums, apraksts un iepakojums bija mainīts.

Minētā tiesa, pieprasot pārtraukt kvalitātes zīmes izmantošanu attiecībā uz preču sēriju “Aminomed”, lika *Dr. Liebe* izņemt attiecīgās preces no tirdzniecības un tās iznīcināt. *Dr. Liebe*, izmantojot kvalitātes zīmi attiecībā uz pakalpojumiem “informācijas un padomu sniegšana patērētājiem”, kas ietilpst pakalpojumos, attiecībā uz kuriem preču zīmes “ÖKO-TEST” ir reģistrētas, esot pārkāpis šīs preču zīmes.

Dr. Liebe pārsūdzēja šo spriedumu iesniedzējtiesā *Oberlandesgericht Düsseldorf* (Federālās zemes Augstākā tiesa Diseldorfā, Vācija; turpmāk tekstā – “iesniedzējtiesa”). Savukārt *ÖKO-Test Verlag* iesniedza pretapelācijas sūdzību, pieprasot paplašināt pirmās instances tiesas spriedumu uz dažiem *Dr. Liebe* izmantotiem vārdiskiem un grafiskiem apzīmējumiem, kas nav reģistrēti kā preču zīmes, bet esot identiski preču zīmēm “ÖKO-TEST”.

Iesniedzējtiesas skatījumā pirmās instances tiesa pamatoti ir uzskatījusi, ka licences līgums ir beidzies pirms 2014. gada. Līdz ar to šī tiesa no tā secināja, ka *Dr. Liebe* bez *ÖKO-Test Verlag* piekrišanas ir izmantojis komercdarbībā preču zīmēm “ÖKO-TEST” līdzīgu vai identisku apzīmējumu. Turpretim neesot skaidrs, vai *ÖKO-Test Verlag* attiecībā pret *Dr. Liebe* var atsaukties uz savām ekskluzīvajām tiesībām, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta a) vai b) apakšpunktā un Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punktā. *Dr. Liebe* esot pieņēmis preču zīmēm “ÖKO-TEST” identisku vai līdzīgu apzīmējumu precēm, kas neesot nedz identiskas, nedz līdzīgas precēm, attiecībā uz kurām ir reģistrētas preču zīmes “ÖKO-TEST”. Turklāt varot uzskatīt, ka šis apzīmējums nav izmantots “kā preču zīme”.

Tādēļ minētā tiesa šaubās par pirmās instances tiesas īstenoto pieeju, preču zīmēm “ÖKO-TEST” identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu, ko veicis *Dr. Liebe*, pielīdzinot izmantošanai saistībā ar pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem šīs preču zīmes ir reģistrētas. Turklāt tā jautā par Direktīvas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta c) apakšpunkta un Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punkta tvērumu.

Šajos apstākļos iesniedzējtiesa nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai vairākus prejudiciālus jautājumus.

Pirmām kārtām, Tiesa atgādina, ka Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkts un Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tie nedod tiesības individuālas preču zīmes, ko veido kvalitātes zīme, īpašniekam iebilst pret to, ka trešā persona pieņēma šai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu precēm, kuras nav nedz identiskas, nedz līdzīgas precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem minētā preču zīme reģistrēta.

Šajā ziņā tā norāda, pirmkārt, ka Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta a) apakšpunkts un Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts attiecas uz tā dēvēto “divkāršā identiskuma” gadījumu, kad preču zīmei identisku apzīmējumu kāda trešā persona izmanto attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ir identiski tiem, attiecībā uz kuriem preču zīme reģistrēta. Savukārt izteiciens “attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem” principā neattiecas uz preču zīmes īpašnieka precēm vai pakalpojumiem, kuri atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta a) apakšpunktam un Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) apakšpunktam ietilpst vārdu savienojumā “attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme”. Tomēr izņēmuma kārtā minēto tiesību normu piemērošanas jomā var ietilpt apzīmējuma izmantošana, ko veic trešā persona, lai identificētu preču zīmes īpašnieka preces, ja šīs preces ir arī šīs trešās personas sniegto pakalpojumu priekšmets. Tādā gadījumā šis apzīmējums tiek izmantots, lai identificētu to preču izcelsmi, kas ir šo pakalpojumu priekšmets, un starp precēm, kas apzīmētas ar preču zīmi, un minētajiem pakalpojumiem pastāv specifiska un nesaraujama saikne.

Otrkārt, Tiesa uzsver, ka no Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta b) apakšpunkta un Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta, kuros preču zīmes īpašniekam ir piešķirta īpaša aizsardzība pret to, ka trešās personas izmanto apzīmējumus, kas ir identiski vai līdzīgi preču zīmei un tādējādi var radīt sajaukšanas iespēju sabiedrībai, izriet, ka minētā aizsardzība preču zīmes īpašniekam tiek piešķirta tikai tajos gadījumos, kad pastāv identiskums vai līdzība ne tikai starp trešās personas izmantoto apzīmējumu un preču zīmi, bet arī starp precēm vai pakalpojumiem, kas aptverti ar šo apzīmējumu, no vienas puses, un tiem, ko aptver preču zīme, no otras puses. Tāpat kā frāze “attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem”, kas ietverta Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta a) apakšpunktā un Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā, vārdi “[..] [ar apzīmējumu] aptvert[ās] pre[ces] vai pakalpojum[i]”, kuri ir iekļauti minēto 1. punktu b) apakšpunktos, principā attiecas uz trešās personas tirgotām precēm vai sniegtiem pakalpojumiem. Ja nepastāv līdzība starp trešās personas precēm vai pakalpojumiem un precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem preču zīme reģistrēta, ar šīm tiesību normām piešķirto aizsardzību nav pamata piemērot.

Otrām kārtām, Tiesa precizē, ka Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta c) apakšpunkts un Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tie dod tiesības ar reputāciju apveltītas individuālas preču zīmes, ko veido kvalitātes zīme, īpašniekam iebilst pret to, ka trešā persona piestiprina šai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu precēm, kuras nav nedz identiskas, nedz līdzīgas precēm, attiecībā uz kurām minētā preču zīme ir reģistrēta, ar nosacījumu, ka tiek pierādīts, ka ar šo piestiprināšanu šī trešā persona ir netaisnīgi guvusi labumu no šīs pašas preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai ir nodarījusi kaitējumu šai atšķirtspējai vai reputācijai un ka minētā trešā persona šajā gadījumā nav pierādījusi, ka šo tiesību normu izpratnē pastāv “pietiekams iemesls” šādas piestiprināšanas pamatojumam. Minētajās tiesību normās ir noteikts tās aizsardzības apjoms, kas piešķirta preču zīmju ar reputāciju īpašniekiem. Ar tām šiem īpašniekiem ir dotas tiesības aizliegt visām trešām personām darījumos bez minētā īpašnieka piekrišanas izmantot identisku vai līdzīgu apzīmējumu

bez pietiekama iemesla – vai tas būtu attiecībā uz līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, vai arī precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem šīs preču zīmes ir reģistrētas, – kā rezultātā tiek netaisnīgi gūts labums no minēto preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas vai tiek nodarīts kaitējums šai atšķirtspējai vai šai reputācijai. Šo tiesību izmantošana nenozīmē, ka konkrētās sabiedrības daļai pastāv sajaukšanas iespēja. Tādēļ iesniedzējtiesai ir jāizvērtē, vai preču zīmēm “ÖKO-TEST” identiska vai līdzīga apzīmējuma piestiprināšana savām precēm, ko veicis *Dr. Liebe*, ir ļāvusi *Dr. Liebe* netaisnīgi gūt labumu no šo preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas vai ir kaitējusi šai atšķirtspējai vai reputācijai. Ja tā konstatē, ka tas tā ir, tai turklāt ir jāpārbauda, vai *Dr. Liebe* šajā gadījumā ir pierādījis, ka ir bijis “pietiekams iemesls” Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta c) apakšpunkta un Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punkta izpratnē šī apzīmējuma piestiprināšanai uz šīm precēm. Šajā pēdējā minētajā gadījumā būtu jāsecina, ka *ÖKO-Test Verlag* nav tiesību aizliegt šo izmantošanu, pamatojoties uz šīm tiesību normām.



EIROPAS SAVIENĪBAS
TIESA

Pētniecības un dokumentācijas direkcija

2026. gada janvāris