

ĢENERĀLADVOKĀTA ANTONIO TICANO [ANTONIO TIZZANO]
SECINĀJUMI,

sniegti 2004. gada 9. decembrī¹

I — Ievads

II — Atbilstošās tiesību normas

Piemērojamās Kopienų tiesības

1. Ši lieta attiecas uz *Suomen Korkein Oikeus* (Somijas Augstākās tiesas) lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu par to, kā interpretējams 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmajā direktīvā 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (turpmāk tekstā — “Direktīva 89/104” vai vienkārši — “Direktīva”)². Īsumā, iesniedzējtiesa lūdz Tiesu izlemt, kādos apstākļos trešās personas preču zīmes izmantošana uzskatāma par pieļaujamu atbilstoši Direktīvai.

2. Ciktāl tas attiecas uz šo lietu, Kopiena ir iesaistījusies preču zīmju tiesību regulēšanā, pieņemot Direktīvu 89/104, ar ko noteiktos aspektos tuvina dalībvalstu tiesību aktus, taču nesasniedz pilnīgu harmonizāciju.

3. Šīs direktīvas desmitais apsvērums cita starpā nosaka, ka reģistrētas preču zīmes iegūtas aizsardzības mērķis “jo īpaši ir garantēt preču zīmi kā izcelsmes norādi”.

1 — Oriģinālvaloda — itāļu.

2 — OV 1989, L 40, 1. lpp.

4. Tālāk izskatāmās lietas sakarā ir lietderīgi citēt Direktīvas 5. panta 1. punktu, saskaņā ar kuru:

“Preču zīme nedod tās īpašniekam tiesības aizliegt trešai personai izmantot komercdarbībā:

“Reģistrētā preču zīme piešķir īpašniekam šajā ziņā ekskluzīvas tiesības. Īpašniekam ir tiesības atturēt visas trešās personas, kas nav saņēmušas viņa piekrišanu, lietot komercdarbībā:

[..]

a) jebkuru apzīmējumu, kas ir identisks preču zīmei attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ir identiski tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme;

c) preču zīmi, ja tas nepieciešams preces vai pakalpojuma paredzētā nolūka [funkcionālā uzdevuma] norādei, jo īpaši par piederumiem vai rezerves daļām;

b) jebkuru apzīmējumu, ja tā identitātes vai līdzības preču zīmei un preču vai pakalpojumu, uz ko attiecas preču zīme, identitātes vai līdzības dēļ pastāv varbūtība maldināt sabiedrību, kas ietver asociācijas iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi.”

ar nosacījumu, ka tās izmanto saskaņā ar godīgu praksi rūpnieciskās vai komerciālās lietās.”

5. Izskatāmās lietas kontekstā būtiska nozīme ir arī 6. panta 1. punktam, kurā noteikts:

6. Visbeidzot jāpiemin Padomes 1984. gada 10. septembra Direktīva 84/450/EEK par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz maldinošu reklāmu³, ar grozījumiem, kas paredzēti Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvā 97/55/EK, lai tajā iekļautu salīdzinošo reklāmu⁴(turpmāk tekstā, attiecīgi, “Direktīva 84/450 ar grozījumiem” un “Di-

3 — OV L 250, 17. lpp.

4 — OV L 290, 18. lpp.

rektīva 97/55”), kuras mērķis saskaņā ar 1. pantu ir “aizsargāt patērētājus, personas, kas nodarbojas ar tirdzniecību, uzņēmējdarbību, amatniecību vai brīvām profesijām, un sabiedrības intereses kopumā pret maldinošu reklāmu un tās negodīgajām sekām, kā arī paredzēt nosacījumus, pie kādiem salīdzinošā reklāma ir atļauta”.

[..]

kumus, citas atšķirības zīmes, preces, pakalpojumus, darbību vai apstākļus;

7. Saskaņā ar 3.a panta 1. punktu Direktīvā 84/450/EEK ar grozījumiem:

g) tā negodīgi neizmanto priekšrocības, kādas rada konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citu atšķirības zīmju reputācija vai konkurējošu produktu izcelsmes vietas norādes reputācija;

“Salīdzinošā reklāma tiktāl, ciktāl tā attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja tā atbilst šādiem nosacījumiem:

h) tajā preces vai pakalpojumus neattēlo kā tādu preču vai pakalpojumu imitācijas vai atdarinājumus, kuriem ir aizsargāta preču zīme vai tirdzniecības nosaukums.”

[..]

d) tās dēļ tirgū netiek jaukts reklāmas devējs ar konkurentu vai reklāmas devēja un konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukumi, citas atšķirības zīmes, preces vai pakalpojumi;

Valsts tiesības

8. Somijā preču zīmes regulē *tavaramerkkilaki* (Somijas likums par preču zīmēm, turpmāk tekstā — “*tavaramerkkilaki*”).⁵

e) tā nediskreditē vai nenomelno konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosau-

5 — 1964. gada 10. janvāra Likums par preču zīmēm Nr. 1964/7.

9. *Tavaramerkkilaki* 4. panta 1. punkts attiecībā uz preču zīmes īpašnieka ekskluzīvo tiesību saturu nosaka:

“Saskaņā ar šī likuma 1.–3. pantu tiesības piestiprināt atšķirīgu apzīmējumu savām precēm nozīmē, ka neviens cits, izņemot apzīmējuma īpašnieku, nevar komercdarbības ietvaros attiecībā uz savām precēm kā apzīmējumu izmantot norādes, kuru dēļ reklāmā vai komercdarbības dokumentos vai kādā citā veidā, ieskaitot mutvārdu lietojumu, varētu tikt sajauktas preces vai to iepakojumi.”

10. Tālāk šī paša likuma 4. panta 2. punktā ir precizēts:

“Pirmā punkta nozīmē par neatļautu izmantošanu *inter alia* uzskata darbības, kad persona, laižot tirgū rezerves daļas, piederumus vai tml., kas ir saderīgi ar trešās personas precī, atsaucas uz trešās personas apzīmējumu, radot iespaidu, ka tirgū laistais produkts nāk no apzīmējuma īpašnieka vai arī šis īpašnieks ir piekritis apzīmējuma izmantošanai.”

11. Saskaņā ar rīkojumu par prejudiciālā jautājuma uzdošanu šī norma ir jāsaprot kā

ierobežojums preču zīmes īpašnieka ekskluzīvajām tiesībām tādā nozīmē, ka nav noticis pārkāpums, ja persona, laižot tirgū savas preces, piemin trešās personas preču zīmi, neradot iespaidu, ka tirgū laistā prece nāk no preču zīmes īpašnieka vai ka šis īpašnieks ir piekritis preču zīmes izmantošanai.

III — Fakti un procedūra

12. Amerikas Savienoto Valstu sabiedrība *Gillette Company* ir īpašniece preču zīmēm “*Gillette*” un “*Sensor*”, kas ir reģistrētas Somijā attiecībā uz dažādām precēm, tostarp skuveklīem. Tās Somijas meitas sabiedrībai *Gillette Group Finland Oy* (turpmāk tekstā abas sabiedrības kopā — “*Gillette*”) pieder ekskluzīvas tiesības izmantot šīs preču zīmes Somijā, kur tā laiž tirgū dažādus skūšanās piederumus, to skaitā skuvekli, kas sastāv no roktura un nomaināma asmens, kā arī atsevišķi pārdodamus nomaināmos asmeņus.

13. Šāda paša veida preces — skuveklus, kas sastāv no roktura un nomaināma asmens, kā arī atsevišķi pārdodamus nomaināmos asmeņus Somijā pārdod arī Somijas sabiedrība *LA-Laboratories Ltd Oy* (turpmāk tekstā —

“LA”). LA ir laidusi apgrozībā asmeņus ar preču zīmi “PARASON FLEXOR”, uz to iepakojuma izvietojot sarkanu uzlīmi ar uzrakstu “Visi Parason Flexor un Gillette Sensor rokturi ir saderīgi ar šo asmeni”.

14. Saskaņā ar rīkojumu par prejudiciālā jautājuma uzdošanu, LA ar licenci vai cita veida vienošanos nebija dota atļauja izmantot *Gillette* preču zīmi.

15. *Gillette* cēla prasību pret LA *Helsingin Käräjätuomioistuimelle* (Helsinku Pirmās instances tiesā), apgalvojot, ka atbildētājas rīcība ir tās reģistrēto preču zīmju “*Gillette*” un “*Sensor*” pārkāpums. Pēc prasītājas uzskatiem, LA uzvedība radīja nepareizu iespaidu, ka LA preces ir identiskas vai līdzīgas *Gillette* precēm vai ka LA ir piešķirta licence, vai tai ir cita veida likumīgas tiesības izmantot minētās preču zīmes.

16. *Helsingin Käräjätuomioistuimelle* šim argumentam piekrita un ar savu 2000. gada 30. marta lēmumu nolēma, ka, izmantojot attiecīgās preču zīmes uz saviem “PARASON FLE-

XOR” asmeņu iepakojumiem, LA ir pārkāpusi *Gillette* ekskluzīvās tiesības, ko paredz *tavaramerkkilaki* 4. panta 1. punkts.

17. *Helsingin Käräjätuomioistuimelle* uzskatīja, ka attiecīgajā gadījumā nav piemērojams *tavaramerkkilaki* 4. panta 2. punktā paredzētais izņēmums. Šis izņēmums, kas, ievērojot Direktīvu 89/104 un, konkrētāk, tās 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, ir bijis pakļauts šaurai interpretācijai, nebija piemērojams attiecībā uz galveno izstrādājumu, bet gan tikai attiecībā uz rezerves daļām, piederumiem un tamlīdzīgi. Pēc *Käräjätuomioistuimelle* domām, gan rokturis, gan asmens bija jāuzskata par būtiskām skuvekļa daļām un tāpēc neietilpa izņēmuma piemērošanas jomā.

18. Tāpēc Somijas tiesa aizliedza LA turpināt vai atsākt izdarīt attiecīgās darbības, uzdeva tai noņemt uzlīmes ar norādēm “*Gillette*” un “*Sensor*”, iznīcināt Somijā izmantotās norādes un samaksāt *Gillette* atlīdzību par zaudējumiem.

19. LA iesniedza apelācijas sūdzību *Helsingin hovioikeuteen* (Helsinku apelācijas tiesai), kura ar 2001. gada 17. maija spriedumu pilnībā atcēla pārsūdzēto spriedumu.

20. Apelācijas tiesa pirmkārt nolēma, ka asmeņi ir uzskatāmi par rezerves daļu *tavaramerkkilaki* 4. panta 2. punkta izpratnē. Jebkurā gadījumā, patērētāju, kuram jau ir "GILLETTE SENSOR" rokturis, uzlīme informēja, ka šo rokturi ir iespējams izmantot ne vien ar *Gillette* asmeņiem, bet arī ar "PARASON FLEXOR" asmeņiem. Tiesa arī atzina, ka uz *LA* asmeņu iepakojuma labi redzamā veidā izvietotas preču zīmes "PARASON" un "FLEXOR", kas skaidri parāda preces izcelsmi, kamēr preču zīmes "Gillette" un "Sensor" ir norādītas maza izmēra burtiem uz salīdzinoši nelielām uzlīmēm, kuras izvietotas uz asmeņu iepakojuma. Nevar uzskatīt, ka šāda prakse ir trešās personas preču zīmes reputācijas izmantošana vai ka tā rada iespaidu, ka pastāv komerciāla saikne starp attiecīgo preču zīmju īpašniekiem. Apelācijas tiesa tāpēc secināja, ka *LA* izmantojusi *Gillette* preču zīmi *tavaramerkkilaki* 4. panta 2. punkta pieļautā veidā.

21. *Gillette* iesniedza kasācijas sūdzību *Korkein oikeus*, kas uzskatīja, ka šis strīds izraisa jautājumus par Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta interpretāciju.

22. Attiecīgi ar 2003. gada 23. maija rīkojumu tā nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus jautājumus:

"Piemērojot Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu,

1) kādi ir kritēriji,

a) kas ļauj noteikt, vai prece ir uzskatāma par rezerves daļu vai piederumu, un

b) kas ļauj noteikt, kuras preces, kas nav uzskatāmas par rezerves daļām vai piederumiem, arī varētu ietilpt iepriekš minētās normas piemērošanas jomā?

2) Vai preču zīmes, kas pieder citai personai, izmantošanas pieļaujamība būtu jāvērtē atšķirīgi atkarībā no tā, vai šī prece ir rezerves daļa vai piederums, vai arī tā ir prece, kas var ietilpt iepriekš minētās normas piemērošanas jomā uz cita pamata?

3) Kā būtu jāinterpretē prasība, ka izmantošanai ir jābūt “nepieciešamai”, lai norādītu preces funkcionālo uzdevumu? Vai šis nepieciešamības kritērijs varētu būt izpildīts, ja būtu iespējams norādīt paredzēto funkcionālo uzdevumu bez tiešas norādes uz trešās personas preču zīmi, tikai pieminot, piemēram, šīs preces tehniskās funkcionēšanas principu? Kāda nozīme ir tam, ka šādu preces prezentēšanas veidu patērētājiem būtu grūtāk uztvert, ja nav tiešas norādes uz trešai personai piederošo preču zīmi?

kuru ir paredzēts izmantot šīs rezerves daļas vai šos piederumus?”

23. Šādi uzsāktajā tiesvedībā rakstveida apsvērumus iesniedza atbildētāja pamata prāvā, Apvienotās Karalistes valdība, Somijas valdība un Komisija.

24. Tiesas sēdē 2004. gada 21. oktobrī apsvērumus sniedza lietas dalībnieki pamata prāvā, Somijas valdība un Komisija.

4) Kādi faktori ir jāņem vērā, lai novērtētu atbilstību godīgai praksei rūpnieciskās vai komerciālās lietās? Vai trešai personai piederošās preču zīmes pieminēšana saistībā ar savas preces laišanu tirgū ir norāde uz faktu, ka šīs preces gan to kvalitātes, gan tehnisko un citu īpašību dēļ ir ekvivalentas precēm, ko pārdod ar trešās personas preču zīmi?

IV — Juridiskais izvērtējums

Ievads

25. Saskaņā ar Direktīvas 89/104 desmito apsvērumu un pastāvīgo judikatūru preču zīmes pamata funkcija ir garantēt preču izcelsmes identitāti⁶.

5) Vai tas ietekmē atļauju izmantot trešās personas preču zīmi, ja tirgus dalībnieks, kas atsaucas uz trešās personas preču zīmi, papildus rezerves daļām un piederumiem pārdod arī savu preci, ar

6 — Skat., *ex multis*, 1978. gada 23. maija spriedumu lietā 102/77 *Hoffmann-La Roche* (*Recueil*, 1139. lpp., 7. punkts); 2002. gada 12. novembra spriedumu lietā C-206/01 *Arsenal Football Club* (*Recueil*, I-10273. lpp., 51. punkts); 2003. gada 11. marta spriedumu lietā C-40/01 *Ausul* (*Recueil*, I-2439. lpp., 36. punkts) un 2004. gada 16. novembra spriedumu lietā C-245/02 *Anheuser-Busch* (Krājums, I-10989. lpp., 59. punkts).

26. Lai šo funkciju pienācīgi nodrošinātu, preču zīmes īpašniekam jābūt iespējai trešajām personām aizliegt neatļautu izmantošanu, kas var maldināt patērētājus, liekot tiem kļūdaini domāt, ka attiecīgo precī ir ražojis preču zīmes īpašnieks. Tāpēc Direktīvas 5. panta 1. punkts preču zīmes īpašniekam piešķir ekskluzīvas tiesības izmantot preču zīmi.

27. Šīs tiesības tomēr nav absolūtas. Direktīvas 6. pants paredz, ka noteiktos gadījumos preču zīmi var likumīgi izvietot uz precēm, kuras nav preču zīmes īpašnieka preces.

28. Jo īpaši saskaņā ar šo pantu trešās personas veikta preču zīmes izmantošana ir atļauta preces paredzētā funkcionālā uzdevuma norādīšanai, ar nosacījumu, ka to izmanto atbilstoši godīgai praksei rūpnieciskās vai komerciālās lietās (turpmāk tekstā — “godīga prakse”).

29. Iemeslus, kas attaisno šādu ar preču zīmēm saistīto ekskluzīvo tiesību ierobežošanu, ir precizējusi pati Tiesa. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru “ierobežojot preču zīmes īpašnieka tiesību, kas izriet no Direktīvas

89/104 5. panta, iespaidu, 6. pants cenšas līdzsvarot fundamentālās intereses, proti, preču zīmju aizsardzību un brīvu preču apriti un pakalpojumu sniegšanas brīvību kopējā tirgū tādā veidā, lai preču zīmju tiesības varētu būt par pamata elementu netraucētas konkurences sistēmā, kuru cenšas nodibināt un saglabāt ar Līgumu”⁷.

30. Tāpēc var apstiprināt, ka, ierobežojot 5. panta paredzētās ekskluzīvās tiesības, Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts cenšas līdzsvarot īpašnieka intereses, lai preču zīme varētu pilnībā izpildīt savu funkciju, proti, garantēt preces izcelsmes identitāti un citu tirgus dalībnieku intereses, tas ir, saglabāt pilnu pieeju tirgum, taču neizslēdzot to, ka — kā to, šķiet, apstiprina plašā norāde uz brīvu apriti iepriekš citētajā Tiesas sprieduma punktā — vēra ņemamas varētu būt arī citas intereses.

Par pirmo un otro jautājumu

31. Pēc šīm ievada piezīmēm es tagad pievērsīšos iesniedzējtiesas uzdotajiem jautājumiem.

⁷ — 2004. gada 7. janvāra spriedums lietā C-100/02 *Gerolsteiner Brunnen* (*Recueil*, I-691. lpp., 16. punkts un tajā minētā judikatūra).

32. Ar pirmajiem diviem jautājumiem, kurus es apskatīšu kopā, iesniedzējtiesa būtībā jautā, kādi kritēriji ir izmantojami, piemērojot Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, lai nošķirtu galveno izstrādājumu no piederumiem un rezerves daļām, un izlemtu, kuras citas preces bez rezerves daļām un piederumiem var ietilpt šīs normas piemērošanas jomā. Mērķis ir noskaidrot, vai šādu citu preču gadījumā trešās personas preču zīmes izvietošana pieļaujama ir izvērtējama atšķirīgi nekā rezerves daļu un piederumu gadījumā.

33. Kā redzams iepriekš, viens no nosacījumiem, kas jāizpilda, lai varētu likumīgi uz precēm izvietot trešās personas preču zīmi, ir tas, ka šai preču zīmei jāpilda preces paredzētā funkcionālā uzdevuma norādīšanas funkcijas, nevis tās izcelsmes identificēšanas funkcija.

34. Manuprāt, no šī viedokļa, iespēja izmantot trešās personas preču zīmi, lai norādītu paredzēto funkcionālo uzdevumu, nepievienojot neko attiecībā uz izcelsmi, būtībā ir formulēta vienādi attiecībā uz visām precēm vai pakalpojumiem.

35. Protams, tas biežāk attieksies uz piederumiem un rezerves daļām, kas izmantoja-

mas kopā ar galveno izstrādājumu, ko vairumā gadījumu nevar identificēt, nepievienojot preču zīmi. Pietiek iedomāties, ja izmantojam Apvienotās Karalistes valdības minētos piemērus, automašīnas izpūtēju vai aprikojumu velosipēdu pārvadāšanai, kas īpaši izstrādāts *Volkswagen Polo*. Taču šāda pati situācija rodas arī attiecībā uz diviem izstrādājumiem, kurus var izmantot kopā, taču no kuriem neviens nav otra piederums vai rezerves daļa. Iedomāsimies, atkal sekojot Apvienotās Karalistes valdības piedāvātajiem piemēriem, savstarpēji saderīgu datoru, ko izgatavojusi sabiedrība A, un operētājsistēmu, kuru izgatavojusi sabiedrība B. Tie nav ne piederumi, ne rezerves daļas, jo abi izstrādājumi pastāv paši par sevi. Un tomēr attiecīgajam uzņēmumam ir pamats informēt sabiedrību, ka tā izstrādājuma paredzētais funkcionālais uzdevums ir otra uzņēmuma izstrādājums.

36. Es tāpēc uzskatu, ka principā neviena prece vai pakalpojums nav izslēdzams no Direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas jomas šeit apskatāmā nosacījuma dēļ. Tātad, neskatoties uz to, vai attiecīgā lieta ir galvenais izstrādājums, piederums vai rezerves daļa, ja, lai norādītu tā paredzēto funkcionālo uzdevumu, ir nepieciešams izmantot trešās personas preču zīmi, ir jāuzskata, ka šis nosacījums ir izpildīts.

37. Man šķiet, ka šādu interpretāciju nostiprina arī citi apsvērumi. Vispirms attiecībā uz šīs normas vārdisko formulējumu jāatzīmē, ka pirms norādes uz piederumiem un rezerves daļām ir ietverti vārdi “jo īpaši”. Tāpēc ir pamats domāt, ka ekskluzīvo tiesību ierobežojums var attiekties arī uz izstrādājumiem, kuri nav piederumi vai rezerves daļas, vēl jo vairāk tāpēc, kā norāda Komisija, ka sākotnējais Direktīvas priekšlikums tieši izslēdza šādu iespēju, taču vēlāk tika grozīts tieši šajā sakarā⁸.

38. Turklāt, kā konstatēja Apvienotās Karalistes valdība, attiecīgā norma norāda ne vien uz preču paredzēto funkcionālo uzdevumu, bet arī pakalpojumu paredzēto funkcionālo uzdevumu, kam būtu grūti iedomāties rezerves daļas vai piederumus.

39. Manuprāt, tas viss apstiprina, ka Direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas nolūkā nav nepieciešams precīzi vispirms kvalificēt kā galveno izstrādājumu, piederumu vai rezerves daļu, jo izšķirošais

faktors *visos gadījumos* ir tas, vai trešās personas preču zīmes izmantošana ir nepieciešama, lai norādītu preces (vai pakalpojuma) paredzēto funkcionālo uzdevumu, un nemaldina attiecībā uz to izcelsmi.

40. Tomēr ja tas tā ir, man šajā gadījumā nešķiet, ka Tiesai ir jāizlemj, kādi kritēriji ir izmantojami, lai noteiktu galvenos izstrādājumus un nošķirtu tos no piederumiem un rezerves daļām, kā to lūdz iesniedzējtiesa pirmajā jautājumā.

41. Es tāpēc ierosinu uz pirmo un otro jautājumu sniegt atbildi, ka, lai piemērotu Direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, ir vienīgi jākonstatē, vai trešās personas preču zīmes izmantošana ir nepieciešama, lai norādītu preces (vai pakalpojuma) paredzēto funkcionālo uzdevumu un netiktu jaukta to izcelsme, novērtējums, vai trešās personas preču zīmes izmantošana ir notikusi likumīgi, nav atkarīgs no tā, vai tas ir galvenais izstrādājums, piederums vai rezerves daļa.

Par trešo jautājumu

42. Ar savu trešo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, kādi apstākļi būtu jāņem vērā,

⁸ — 5. pants priekšlikumā Padomes Pirmajai direktīvai, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, kuru 1980. gada 25. novembrī iesniedza Komisija, paredzēja, ka “[p]reču zīme neļauj tās īpašniekam aizliegt trešai personai uzņēmējdarbībā izmantot: [...] c) preču zīmi, lai norādītu piederumu vai rezerves daļu paredzēto funkcionālo uzdevumu [...]” (OV C 351, 1. lpp.).

lemjot, vai trešās personas preču zīmes izmantošana ir “nepieciešama”, lai norādītu paredzēto funkcionālo uzdevumu Direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

minētā nosacījuma interpretācijas rezultāts būtu normas lietderīguma mazināšanās.

43. Tiesai iesniegtajos apsvērumos personas, kas iestājušās lietā, atbalsta divas ļoti atšķirīgas interpretācijas nosacījumam, ka trešās personas preču zīmes izmantošanai ir jābūt nepieciešamai.

44. Apvienotās Karalistes valdība apgalvo, ka būtu jāuzskata, ka nosacījums ir izpildīts, ja preču zīmes izmantošana ir “efektīvs un precīzs līdzeklis”⁹, lai potenciālos pircējus informētu par preces paredzēto funkcionālo uzdevumu.

45. Tā šajā sakarā atgādina, ka šis normas mērķis ir nodrošināt netraucētas konkurences veicināšanu un ka pārāk sašaurinātas

46. Saskaņā ar Apvienotās Karalistes viedokli, ja nosacījums, ka trešās personas preču zīmes izmantošanai jābūt nepieciešamai, būtu interpretējams tādējādi, ka tas ir izpildīts vienīgi tad, ja nav iespējams atrast nevienu citu veidu, kā sniegt informāciju, kas potenciālajam pircējam vajadzīga, lai saprastu šīs preces paredzēto funkcionālo uzdevumu, tad praksē pastāvētu risks, ka šī norma nekad nebūtu piemērojama. Gandrīz ikvienā gadījumā būtu iespējams iedomāties kādu veidu, kā norādīt preces paredzēto funkcionālo uzdevumu, nenorādot trešās personas preču zīmi, piemēram, izmantojot attēlu vai tehnisku aprakstu tāda veida precei, ar kuru tas izmantojams.

47. Šim viedoklim pievienojas Somijas valdība un Komisija, uzskatot, ka ir svarīgi ņemt vērā arī tās preces, uz kurām izvietota trešās personas preču zīme, potenciālo pircēju iezīmes. Tas, par ko ir “nepieciešams” informēt, atšķiras atkarībā no tā, vai prece ir paredzēta gala patērētājiem vai citiem uzņēmējiem. Vienīgi pēdējā gadījumā tehnikas detaļas varētu pienācīgi sniegt informāciju par preces paredzēto funkcionālo uzdevumu, tāpēc nebūtu “nepieciešams” izmantot trešās personas preču zīmi. Tomēr vidusmēra patērētājiem preču zīmes neizvietošana apgrūtinātu preces paredzētā funk-

⁹ — Apvienotās Karalistes apsvērumu oriģinālā angļu valodā — “[...] an efficient and accurate means”.

cionālā uzdevuma izprašanu, ja vien nepastāv vispārzināmi tehniskie standarti, kas pat vidusmēra patērētājam ļauj viegli saprast attiecīgās preces paredzēto funkcionālo uzdevumu. Kā tika norādīts tiesas sēdē, šāds gadījums varētu būt autoriepas, attiecībā uz kurām, lai ļautu potenciālajiem pircējiem noskaidrot, kurš modelis paredzēts viņu automašīnām, tiek izmantota viegli sprotamu kodu sistēma.

48. Pilnīgi pretēja ir *Gillette* nostāja, kura atbalsta minētā nosacījuma šauru un tikai ekonomikā balstītu interpretāciju. Saskaņā ar *Gillette* viedokli, trešās personas preču zīmes izmantošanu var uzskatīt par “nepieciešamu” vienīgi tad, ja tas ir vienīgais veids, kā tās izmantotājs faktiski var laist tirgū savu preci.

49. Piemērojot šo interpretāciju izskatāmajā lietā, *Gillette* atzīmē, ka *LA* asmeņu paredzētais funkcionālais uzdevums ir ne vien *Gillette* rokturi, bet arī pašas *LA* izgatavotie rokturi un, kā tika noskaidrots tiesas sēdē, arī citu ražotāju rokturi. Saskaņā ar *Gillette* viedokli, no tā izriet, ka *LA* asmeņiem būtu

pieeja tirgum un tos būtu iespējams laist tirgū ar saprātīgiem ekonomiskiem nosacījumiem, pat uz iepakojuma nenorādot, ka tie ir saderīgi arī ar *Gillette* ražotajiem rokturiem.

50. Būtu citādi, ja, nenorādot minētās preču zīmes, nebūtu iespējams norādīt *LA* asmeņu paredzēto funkcionālo uzdevumu, jo šādā gadījumā asmeņiem nebūtu pieprasījuma un tāpēc nebūtu nekādas iespējas tos rentabli tirgot. Taču tas tā nav šajā lietā, kā uzsver *Gillette*, tā kā arī pati *LA* ražo rokturus, tās ražotajiem asmeņiem nebūtu pilnībā liegta pieeja tirgum, pat ja nebūtu ļauts uz to iepakojuma izvietot *Gillette* preču zīmes.

51. No savas puses es atzīstu, ka *Gillette* piedāvātā pieeja šķiet vairāk atbilstoša Direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta burtam, kas norāda, ka trešās personas preču zīmes izmantošanai jābūt “nepieciešamai”, nevis “efektīvai”, un nav vajadzības piebilst, ka šie divi jēdzieni nav sinonīmi.

52. Turklāt to, šķiet, apstiprina normu galīgā formulējuma un Komisijas sākotnējā priekš-

likuma¹⁰ salīdzinājums. Sākotnējais priekšlikums paredzēja, ka trešās personas citas personas preču zīmi var izmantot, "lai norādītu piederumu vai rezerves daļu paredzēto mērķi"¹¹; galīgā redakcija, kā redzams, ir formulēta ierobežotākā veidā, paredzot, ka šāda izmantošana ir atļauta "ja tas nepieciešams [...] paredzētā funkcionālā uzdevuma norādīšanai".

53. Tomēr ir jāvaicā, vai jautājumus var atrisināt, izmantojot attiecīgās normas izolētas frāzes semantisku analīzi, vai arī ir nepieciešama visaptverošāka pieeja, kas pilnīgāk ņemtu vērā šīs normas nozīmi un apjomu, un tai izvirzītos mērķus.

54. Konkrētāk, ir jāvaicā, vai preču zīmes aizsardzība, kas neapšaubāmi ir Direktīvas būtiskais mērķis, ir apskatāma tikai no preču zīmes īpašnieka vajadzību viedokļa un tāpēc ir pakļauta vienīgi tādiem ierobežojumiem, kuri no ekonomikas viedokļa ir obligāti nepieciešami, lai sniegtu citiem piegādātā-

jiem reālu klātbūtni tirgū, vai arī 6. panta 1. punkta paredzētais izņēmums balstās arī uz citu vajadzību nozīmīgumu.

55. Man faktiski šķiet, ka šī norma pieļauj arī citas vērtības un intereses, kuras tā tieši nepiemin, taču kuras plašākā perspektīvā būtu grūti neņemt vērā. Vēl jo vairāk tāpēc, ka uz tām norādīts iepriekš minētajā spriedumā (skat. iepriekš 29. punktu), kurā Tiesa apliecināja, ka 6. panta 1. punkts "cenšas līdzsvarot fundamentālās intereses, proti, preču zīmju aizsardzību un brīvu preču apriti, un pakalpojumu sniegšanas brīvību kopējā tirgū tādā veidā, lai preču zīmju tiesības varētu būt par pamata elementu netraucētas konkurences sistēmā, kuru cenšas nodibināt un saglabāt ar Līgumu".

56. Tāpēc, kā tieši uzsvērusi Tiesa, tas ir divu tādu dažādu interešu līdzsvarošanas jautājums, kuras abas tomēr ir vērstas uz netraucētas konkurences sistēmas nodrošināšanu un, galu galā, uz to, lai nodrošinātu patērētājiem tiesības izvēlēties vienu no daudziem savstarpēji saderīgiem izstrādājumiem. Citiem vārdiem sakot, tas nozīmē, ka Direktīva ne vien aizsargā preču zīmes īpašnieka ekonomiskās intereses, bet arī cenšas nodrošināt izvēli patērētājiem, atļaujot tiem ne tikai būt pārliecinātiem par preču

10 — 5. panta c) apakšpunkts, minēts 8. zemsvītras piezīmē.

11 — Uzsvērums — mans.

izcelsmi, bet arī pilnībā izmantot labumus, kuri izriet no dažādu preču, kuras var apmierināt to pašu vajadzību, savstarpējas konkurences.

57. Tomēr, tā kā 6. panta 1. punktā paredzētais izņēmums ir paredzēts, lai samierinātu šīs atšķirīgās intereses, no tā izriet, ka, normas visaptverošāka izvērtējuma kontekstā, kas minēts iepriekš, nevar izmantot vienīgi uz tekstu balstītus argumentus, kas atvasināti no šīs normas vienas frāzes, lai par pārākām uzskatītu vienas no šīm interesēm un neņemtu vērā pārējās, jo šīs normas mērķis, saskaņā ar Tiesas viedokli, ir līdzsvarot visas šīs intereses.

58. Turklāt būtisks apliecinājums nepieciešamībai ņemt vērā un iespēju robežās līdzsvarot dažādās prasības, manuprāt, ir atrodams Tiesas judikatūrā, šajā gadījumā spriedumā lietā *BMW*¹², kurā Tiesa patiešām līdzsvaro prasību aizsargāt preču zīmes īpašnieku un prasību aizsargāt patērētāju, it īpaši no iespējami lielākas konkurences un pilnīgas tam nodrošināmās informācijas viedokļa.

59. Ciktāl tas attiecas uz šo lietu, es atgādināšu, ka minētajā lietā tehniskās apkopes stacijas īpašnieks, kas nebija saistīts ar *BMW* izplatīšanas tīklu, nodarbojās ar šo automašīnu remontu un reklamā norādīja, ka viņš “ir specializējies *BMW*”. *BMW* uzskatīja, ka šāda prakse neietilpst Direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētajā izņēmumā un tāpēc ir uzskatāma par *BMW* ekskluzīvo tiesību pārkāpumu. Saskaņā ar *BMW* viedokli, tā kā uzņēmējs, no viņa darbības ekonomiskās pastāvētspējas viedokļa, varēja piedāvāt remontēšanas pakalpojumus arī nenosaucot kādu konkrētu automobiļu marķu (un tāpat, neminot preču zīmi), preču zīmes “*BMW*” izmantošana neatbilda šajā normā izvirzītajam nosacījumam, ka tai jābūt “nepieciešamai”.

60. Taču šāda nosacījuma interpretācija, kas, manuprāt, ir līdzīga *Gillette* izvirzītajai, man šķiet, no Tiesas puses nav saņēmusi atsaucību. Tā vietā, lai apsvērtu, vai tehniskās apkopes stacijas īpašnieka darbība būtu komerciāli pastāvētspējīga, ja tas neizmantotu norādes uz *BMW* preču zīmi, Tiesa vērā ņēma tikai nepieciešamību sniegt viņa potenciālajiem klientiem iespējami pilnīgāku informāciju.

61. Tiesa vispirms atzīmēja, ka “[*BMW* preču zīmes] izmantošana iecerēta, lai iden-

12 — 1999. gada 23. februāra spriedums lietā C-63/97 *BMW* (*Recueil*, I-905. lpp.).

tificētu preces, attiecībā uz kurām [tika] nodrošināts pakalpojums [un bija] nepieciešams norādīt pakalpojuma paredzēto funkcionālo uzdevumu” un turpinājumā piebilda, ka “ja neatkarīgs uzņēmējs veic BMW automašīnu tehnisko apkopi un remontu vai faktiski ir šīs jomas speciālists, par šo faktu nav iespējams informēt viņa klientus, neizmantojot BMW preču zīmi”¹³.

62. Tādā veidā Tiesa ir sekojusi ģenerāladvokāta Džeikobsa [Jacobs] secinājumiem minētajā lietā¹⁴, kurā viņš uzsvēra, ka jautājums šādos apstākļos būtībā bija par to, vai uzņēmējam aprakstītajā situācijā “ir tiesības aprakstīt viņa piedāvāto pakalpojumu raksturu”¹⁵. Ģenerāladvokāts attīstīja pamatojumu tiktāl, ka apgalvoja, ka “aizliegt šādu preču zīmes izmantošanu [pie šādiem pieņēmumiem] būtu nepamatots uzņēmēja brīvības ierobežojums”¹⁶.

63. Man šķiet, ka attiecīgā nosacījuma interpretācija, kas izriet no šīs judikatūras, ir

13 — Iepriekš minētais spriedums lietā *BMW*, 59. un 60. punkts.

14 — Savos 1998. gada 2. aprīlī sniegtajos secinājumos ģenerāladvokāts Džeikobss kā “nereālu” noraidīja ierosinājumu, ka apkopes stacijas īpašnieks būtu varējis savus pakalpojumus sniegt bez nepieciešamības norādīt jebkādu konkrētu automašīnu marku, norādot, ka “ja [viņš] faktiski specializējas BMW automašīnu apkopē un remontā, ir grūti iedomāties, kā viņš varētu efektīvi par šo faktu informēt savus klientus, neizmantojot apzīmējumu “BMW”” (54. punkts).

15 — Iepriekš minētie secinājumi, 54. punkts.

16 — Iepriekš minētie secinājumi, 55. punkts.

plašāka nekā *Gillette* atbalstītā. Šķiet, ka nosacījums ir izpildīts vienkārši ar to, ka trešās personas preču zīmes izmantošana ir vienīgais efektīvais veids, lai paplašinātu preču sortimentu, no kurām [vienu] var izvēlēties potenciālais pircējs.

64. Ja šāda interpretācija iedvesmo arī izskatāmo lietu, no tās izriet, ka, ja *Gillette* preču zīmes neparādītos uz *LA* asmeņu iepakojumiem, patērētājiem varētu nebūt cita veida, kā noskaidrot objektīvo faktu, ka šie izstrādājumi ir saderīgi ar *Gillette* rokturiem, un tiem tādējādi varētu tikt liegta informācija, kurai ir nozīme, pircējiem pieņemot komerciālus lēmumus. Tā rezultātā, ja tas ir vienīgais veids, kā nodrošināt šo informāciju, *Gillette* preču zīmes izmantošana būtu uzskatāma par “nepieciešamu” Direktīvas izpratnē.

65. Protams, šis jautājums ir jāizlemj valsts tiesai, proti, tai jāpārlicinās, vai neizvietojot *Gillette* preču zīmes uz *LA* asmeņu iepakojuma, potenciālos pircējus varētu, izmantojot citus paņēmienus, efektīvi informēt, ka šos asmeņus ir iespējams izmantot kopā ar *Gillette* rokturiem. *Gillette* preču zīmes izmantošana var nebūt nepieciešama, piemē-

ram, ja pastāv patērētājiem zināmi tehniskie standarti, kas norāda asmeņu un rokturu sadarību (kā tas ir, kā minēts iepriekš, automašīnu riepu gadījumā).

jums tiek sadalīts, tādējādi nesaskatot tiešo saikni, kura pastāv starp normas atsevišķajām daļām un kas tāpēc iespaido katras šīs daļas interpretāciju.

66. Šādā gadījumā, kaut arī es esmu norādījis, ka dodu priekšroku iepriekš minētajai nostājai, man ir jāatzīst, ka papildus faktam, ka tā daļēji neatbilst *Gillette* izvirzītajiem vispārēja rakstura iebildumiem (nepamatots preču zīmes īpašnieka aizsardzības ierobežojums), tā atstāj arī plašas neskaidrības attiecībā uz tās piemērošanu. Taču, manuprāt, būs grūti no tā izvairīties, ja diskusija par “nepieciešamības” kritēriju arī turpmāk notiks izolēti no pārējiem 6. panta 1. punktā paredzētajiem kritērijiem, samazinot tās iespaidu līdz, kā es esmu minējis, semantiskam strīdam par šīs normas attiecīgo frāzi.

68. Man šķiet, ka neskaidro robežu, kas, kā es minēju, ir neizbēgams “nepieciešamības” kritērija blakus apstākļi, var atrisināt fāzē, kurā tiek pārbaudīti preču zīmes izmantošanas apstākļi un kārtība atbilstoši 6. panta 1. punktā norādītajam. Šādā veidā arī ir iespējams novērst pamatotās bažas attiecībā uz kaitējumu, kas varētu tikt nodarīts preču zīmes aizsardzībai mazāk stingras “nepieciešamības” nosacījuma interpretācijas rezultātā.

67. Situācija būtu pavisam citādāka, ja tiktu ņemts vērā fakts, ka šis kritērijs nav visa attiecīgā norma, bet gan ka to faktiski papildina un ar to ir cieši saistīts skaidrs nosacījums attiecībā uz preču zīmes izmantošanas, kas, kā tiek apgalvots, ir bijusi nepieciešama, veidu (t.i., atbilstoši godīgai praksei). Citiem vārdiem sakot, faktam, ka šī nosacījuma interpretācija ir atsevišķa iesniegta prejudiciāla jautājuma priekšmets, nevajadzētu būt tādām iespaidam, ka jautā-

69. Jo mazāk stingra varētu būt šāda interpretācija, jo rūpīgāk jānotiek izmantošanas veida pārbaudei. Vienlaicīgi, tieši pamatojoties uz šīs pārbaudes stingrību, ir iespējams labāk novērtēt faktisko preču zīmes izmantošanas “nepieciešamību” un kļūdēt šaubas, kuras šajā sakarā varētu rasties abstraktā veidā.

70. Turklāt Tiesa attiecīgo jautājumu nerisina, izmantojot atsevišķus un secīgus kritērijus, vispirms “izmērot”, ciktāl trešās perso-

nas preču zīmes izmantošana bija “nepieciešama”, un tad izlemjot, vai šī izmantošana ir notikusi atbilstoši “godīgai praksei”. Tā vietā Tiesa izmantoja vienotu pieeju, kuras ietvaros, es teiktu, ka uzsvars tika mazāk likts uz jautājumu par “nepieciešamību”, nekā atbilstību godīgai praksei, pamatojot ar to, ka tā ir izšķiroša, novēršot to, ka tiek jauktas preču izcelsmes, un tādējādi aizsargājot preču zīmes īpašnieku¹⁷.

71. Tāpēc — vienīgi šo ierobežojumu dēļ — es ierosinu Tiesai uz trešo jautājumu atbildēt, ka trešās personas preču zīmes izmantošana ir “nepieciešama”, lai norādītu preces paredzēto funkcionālo uzdevumu, ja tas ir vienīgais veids, kā patērētājiem nodrošināt pilnīgu informāciju par attiecīgās preces iespējamo izmantošanu.

Par ceturto jautājumu

72. Es nonāku pie frāzes “[saskaņā ar] godīgu praksi rūpnieciskās vai komerciālās

lietās” interpretācijas, ko ar savu ceturto jautājumu Tiesai lūdz sniegt iesniedzējtiesa, tā kā Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkts atļauj izmantot trešās personas preču zīmi ar nosacījumu, ka tas notiek atbilstoši šai praksei.

73. Šajā sakarā es atzīmētu, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru “godīgas prakses nosacījums ir [...] izpaušme pienākumam rīkoties taisnīgi attiecībā uz preču zīmes īpašnieka legītimajām interesēm”¹⁸. Tomēr ir jāizvērtē šī pienākuma apjoms, tā kā tas nav definēts Direktīvā 89/104.

74. Man šķiet, ka to ir iespējams paveikt, vienkārši apskatot Tiesas attiecīgo judikatūru, kas sniedz līdzekļus šī pienākuma apjoma noteikšanai. Tiesa ir izskaidrojusi, ka trešā persona nedrīkst izmantot preču zīmi tādējādi, ka “tas var radīt iespaidu, ka pastāv komerciāla saikne starp otru uzņēmumu un preču zīmes īpašnieku un, konkrētāk, ka [...] pastāv īpašas attiecības starp šiem diviem uzņēmumiem”¹⁹. Tāpat ir atzīmēts, ka uzņēmums, izmantojot trešās personas preču zīmi, nedrīkst “negodīgi izmantot priekšro-

17 — Skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *BMW*, 61. un turpmākie punkti, un secinājumus šajā lietā, 55. un 56. punkts.

18 — Iepriekš minētie spriedumi lietās *BMW*, 61. punkts, un *Gerolsteiner Brunnen*, 24. punkts.

19 — Iepriekš minētais spriedums lietā *BMW*, 64. punkts.

cības, kas saistītas ar tās atšķirtspēju vai reputāciju”. Konkrētāk, priekšrocības ir izmantotas negodīgi, ja tā rezultātā potenciāliem pircējiem liek domāt, ka pastāv saikne starp preču zīmes īpašnieku un uzņēmumu, kas precī ir ražojis²⁰.

75. Taču, tāpat kā ierosina pati iesniedzējtiesa, Apvienotās Karalistes valdība un Komisija, noderīgas vadlīnijas sniedz ne vien judikatūra, bet arī Kopienas normas par maldinošu un salīdzinošo reklāmu, proti, Direktīva 84/450 ar grozījumiem, kas izdarīti ar Direktīvu 97/55.

76. Direktīvas 97/55 trīspadsmitais līdz piecpadsmitais apsvēruma norāda, ka ekskluzīvās tiesības, ko preču zīmes īpašniekam piešķir Direktīvas 89/104 5. pants, nav pārkāptas, ja trešā persona preču zīmi izmanto atbilstoši Direktīvā 97/55 paredzētajiem nosacījumiem.

20 — *Ibidem*, 52. un 53. punkts. Ir jāprecizē, ka šis pamatojums attiecas uz Direktīvas 89/104 7. panta 2. punktu; tomēr Tiesa 62. un 63. punktā norādīja, ka šie paši apsvērumi "*mutatis mutandis*" ir piemērojami attiecībā uz 6. panta 1. punktu.

77. No tā izriet, ka, ja, preču zīmi izmantojot, sniegtā informācija ir likumīga normu par maldinošu un salīdzinošo reklāmu izpratnē, var uzskatīt, ka ir ievērota Direktīvas 89/104 6. panta 1.punktā minētā "godīgā prakse".

78. Faktiski Direktīvas 84/450 3.a pantā paredzētie nosacījumi pēc grozījumiem (kuri paredzēti Direktīvas 97/55 1. panta 4. punktā), lai salīdzinoša reklāma būtu pieļaujama (un tas ir visbūtiskākais izskatāmajā lietā), būtiski neatšķiras no nosacījumiem, kuri ir izsecināmi no iepriekš minētās Tiesas judikatūras. Šie nosacījumi ir tādi, ka reklāmas dēļ tirgū netiek jaukts reklāmas devējs ar konkurentu (d) apakšpunkts) un netiek negodīgi izmantotas priekšrocības, kuras rada konkurenta preču zīmes reputācija (g) apakšpunkts).

79. Tāpēc no iepriekš minētās judikatūras un Direktīvas 84/450 normām izriet, ka ir acīmredzami pretlikumīgi izmantot trešās personas preču zīmi, tādējādi radot potenciālajiem pircējiem sajukumu attiecībā uz preces izcelsmi. Precīzāk, potenciālajiem pircējiem nedrīkst likt domāt, ka prece ir saistīta ar preču zīmes īpašnieku un tāpēc tai ir tāda pati kvalitāte kā preču zīmes īpašnieka precei.

80. Somijas un Apvienotās Karalistes valdības tomēr atzīst, ka gadījumos, kad uzņēmums uz savas preces izvietoj trešās personas preču zīmi, tam nav obligāti jābūt iecerējumam ar to apgalvot, ka viņa precēm un preču zīmes īpašnieka precēm ir vienāda kvalitāte. Spriedumā lietā *BMW Tiesa* faktiski atzina, ka pieļaujama ir trešās personas preču zīmes izmantošana, ko veic tirgus dalībnieks, kurš vēlas “savai uzņēmējdarbībai pievienot kvalitātes auru”²¹.

81. Tomēr, kā aprakstīts iepriekš (skat. iepriekš 59. punktu), minētā lieta, ciktāl tai ir nozīme izskatāmajā lietā, attiecās uz *BMW* automašīnu remonta veikšanu. Tirgus dalībnieka uzņēmējdarbības priekšmets bija izstrādājumi, uz kuriem likumīgi bija izvietota *BMW* preču zīme; “kvalitātes aura”, ko tirgus dalībnieks ieguva no viņa paša uzņēmējdarbības priekšmeta, nebija prettiesiska, jo tā atspoguļoja viņa prasmi strādāt ar izstrādājumiem, kuru kvalitāti garantēja *BMW* preču zīme.

82. Izskatāmajā lietā, tieši pretēji, *LA* asmeņu ražošana ir process, kas jau ir pabeigts brīdī, kad tiek sniegta informācija, ka asmeņus var izmantot ar *Gillette* rokturiem. Tāpēc faktam, ka šie divi izstrādājumi ir saderīgi, nekādi nevajadzētu iespaidot patērētāja vērtējumu par *LA* asmeņu kvalitāti. Ja

tomēr preču zīmes izmantošana liek patērētājiem domāt, ka abu veidu asmeņu kvalitāte ir vienāda, tad ir jāsecina, ka nav izpildīts nosacījums par atbilstību godīgai praksei.

83. Tāpēc valsts tiesai ir jāizlemj, vai *Gillette* preču zīmes izmantošana uz *LA* asmeņu iesaiņojuma ir vērsta tikai uz to, lai informētu potenciālos pircējus par to, ka *LA* asmeņus var pievienot *Gillette* rokturiem, jo tie ir savstarpēji saderīgi, vai arī tas tāpat liek domāt, ka *LA* asmeņiem ir tādas pašas griešanas iezīmes un tādad — tāda pati kvalitāte — kā *Gillette* asmeņiem.

84. Izvērtēšanai, kas šajā sakarā ir jāveic valsts tiesai, ir jāastāv no visaptveroša vērtējuma “ņemot vērā visus uz izskatāmo lietu attiecināmos faktoros”²². To *Tiesa* ir noteikusi saistībā ar sajaukšanas iespējas novērtējumu, nosakot preču zīmes īpašnieka ekskluzīvo tiesību apjomu saskaņā ar Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktu. Tomēr, tā kā godīgas prakses nosacījuma noteikšana neizbēgami iespaido šo

21 — Iepriekš minētais spriedums lietā *BMW*, 53. punkts.

22 — 2000. gada 22. jūnija spriedums lietā *C-425/98 Marca Mode (Recueil, I-4861. lpp., 40. punkts)*.

ekskluzīvo tiesību apjomu, vairāk vai mazāk nozīmīgi ierobežojot to, man šķiet, ka valsts tiesas veicamajam izvērtējumam par to, vai šis nosacījums ir izpildīts, arī ir jāatbilst iepriekš minētajam kritērijam²³.

Par piekto jautājumu

85. Pamatojoties uz iepriekš minētajiem apsvērumiem, es tāpēc ierosinu Tiesai uz ceturto jautājumu atbildēt, ka tirgus dalībnieks ir rīkojies “atbilstoši godīgai praksei rūpnieciskās vai komerciālās lietās”, ja, izmantojot trešās personas preču zīmi, netiek radīts iespaids, ka pastāv komerciāla saikne starp viņu pašu un preču zīmes īpašnieku, un netiek negodīgi izmantotas priekšrocības, kuras rada preču zīmes atšķirtspēja vai reputācija. Fakts, ka tirgus dalībnieks arī pārdod šīs preces un izvieto uz tām trešās personas preču zīmi, obligāti nenozīmē to, ka tā atspoguļo to, ka viņa preces no kvalitātes viedokļa ir līdzvērtīgas preču zīmes īpašnieka precēm. Tāpēc tirgus dalībnieka uzvedība ir izvērtējama, balstoties uz visu uz lietu attiecināmo faktu visaptverošu novērtējumu.

23 — Ievadam es vēlētos atzīmēt, ka šādu pašu pieeju izmantoja Tiesa, lai izlemtu, vai Direktīvā 84/450, ar attiecīgajiem grozījumiem, paredzētie nosacījumi ir izpildīti, kādā tā norādīja, ka “ir jāņem vērā apstrīdētās reklāmas vispārējais izskats”; 2001. gada 25. oktobra spriedums lietā C-112/99 *Toshiba Europe*, (Recueil, I-7945. lpp., 60. punkts).

86. Ar savu piekto jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai trešās personas preču zīmes izmantošanas pieļaujamības izvērtējumu iespaido fakts, ka tirgus dalībnieks, kas uz savām precēm izvieto trešās personas preču zīmi, pārdod arī savu preci, ar kuru ir paredzēts izmantot minēto preču zīmi.

87. Manuprāt, lai atbildētu uz šo jautājumu, ir atsevišķi jāapskata divi dažādi aspekti, no kuriem viens attiecas uz “nepieciešamības” nosacījumu un otrs — uz atbilstību “godīgai praksei”, kas, attiecīgi, tika apskatīti, analizējot trešo un ceturto jautājumu.

88. Kas attiecas uz pirmo aspektu, man ir jāsaka, ka, ja tiktu pieņemta *Gillette* ierosinātā ekonomikā balstītā pieeja “nepieciešamības” kritērija interpretēšanai, tad faktam, ka *LA* pārdod ne vien asmeņus, bet arī *rokturus*, kas ir viens no to paredzētajam funkcionālajiem uzdevumiem, varētu radīt šaubas par to, vai minētais nosacījums ir izpildīts, jo — pat neizmantojot *Gillette* preču zīmes — pastāvētu pieprasījums pēc *LA* asmeņiem no *LA* ražoto rokturu īpašnieku puses.

89. Tomēr, tā kā iepriekš minēto iemeslu dēļ es esmu nonācis pie secinājuma, ka “nepieciešamības” nosacījums ir izpildīts, ja trešās personas preču zīmes izmantošana attiecībā uz precī ir vienīgais veids, kā patērētājiem sniegt pilnīgu informāciju par attiecīgās preces iespējamo izmantošanu, manuprāt, preču zīmes izmantošanas pieļaujamības novērtējumu neiespaido fakts, ka tirgus dalībnieks pārdod arī precī, kas ir viens no iespējamajiem paredzētajiem funkcionālajiem uzdevumiem tai precei, uz kuras viņš izvietoj trešās personas preču zīmi.

90. Kas attiecas uz “godīgas prakses” aspektu, es vienīgi līdz ar Apvienoto Karalisti, Somiju un Komisiju atzīmēšu, ka šajā jautā-

jumā ir aprakstīts tikai viens, kaut arī nozīmīgs faktors, kas ir jāņem vērā valsts tiesai, novērtējot, vai trešās personas veikta preču zīmes izmantošana atbilst godīgai praksei.

91. Es tāpēc ierosinu uz piekto jautājumu atbildēt, ka fakts, ka tirgus īpašnieks, kas uz paša precēm izvietoj trešās personas preču zīmi, pārdod arī tāda veida precī, ar kuru kopā ir paredzēts izmantot pirmo precī, ir nozīmīgs faktors, novērtējot preču zīmes izmantošanas pieļaujamību, taču nemaina šī vērtējuma kritērijus.

V — Secinājumi

92. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, es ierosinu Tiesai uz *Korkein Oikeus* uzdotajiem jautājumiem atbildēt šādi:

“1) tā kā, lai piemērotu Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm,

6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, ir vienīgi jākonstatē, vai trešās personas preču zīmes izmantošana ir nepieciešama, lai norādītu preces (vai pakalpojuma) paredzēto funkcionālo uzdevumu, un netiek jaukta to izcelsme, trešās personas preču zīmes izmantošanas pieļaujamības novērtējums nav atkarīgs no tā, vai tā ir galvenā prece vai piederums, vai rezerves daļa;

- 2) trešās personas preču zīmes izmantošana ir nepieciešama, lai norādītu paredzēto funkcionālo uzdevumu, ja tas ir vienīgais veids, kā patērētājiem sniegt pilnīgu informāciju par attiecīgās preces iespējamajiem izmantošanas veidiem;
- 3) tirgus dalībnieks ir rīkojies atbilstoši “godīgai praksei rūpnieciskās vai komerciālās lietās”, ja, izmantojot trešās personas preču zīmi, viņš nerada iespaidu, ka starp viņu un preču zīmes īpašnieku pastāv komerciāla saikne un neizmanto negodīgas priekšrocības preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas dēļ. Fakts, ka tirgus dalībnieks pārdod arī savas preces un izvieto trešās personas preču zīmi uz tām, obligāti nenozīmē, ka tas apgalvo, ka viņa preces no kvalitātes viedokļa ir identiskas preču zīmes īpašnieka precēm. Tāpēc tirgus dalībnieka rīcība izvērtējama, balstoties uz visu uz lietu attiecošos faktoru visaptverošu novērtējumu;
- 4) fakts, ka tirgus dalībnieks, kas uz savām precēm izvieto trešās personas preču zīmi, pārdod arī tāda veida preces, ar kurām ir paredzēts šo preču zīmi izmantot, ir svarīgs faktors, izvērtējot preču zīmes izmantošanas pieļaujamību, taču nemaina šī vērtējuma kritērijus.”