

TIESAS SPRIEDUMS (pirmā palāta)

2008. gada 12. jūnijā*

Lieta C-533/06

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši EKL 234. pantam, ko *Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)* (Apvienotā Karaliste) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2006. gada 14. decembrī un kas Tiesā reģistrēts 2006. gada 28. decembrī, tiesvedībā

O2 Holdings Limited,

O2 (UK) Limited

pret

Hutchison 3G UK Limited.

TIESA (pirmā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs P. Janns [*P. Jann*], tiesneši A. Ticano [*A. Tizzano*], E. Borgs Bartets [*A. Borg Barthet*], M. Ilešičs [*M. Ilešič*] (referents) un E. Levits,

* Tiesvedības valoda — angļu.

ģenerālvokāts P. Mengoci [*P. Mengozzi*],
sekretārs J. Svēdenborgs [*J. Swedenborg*], administrators,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2007. gada 29. novembra tiesas sēdi,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— *O2 Holdings Limited* un *O2 (UK) Limited* vārdā — R. Arnolds [*R. Arnold*], QC,
M. Vanegens [*M. Vanhegen*], *barrister*, un Dž. Stobs [*J. Stobbs*], *attorney*, kurus
pilnvarojušas S. Tjerni [*S. Tierney*], A. Broudi [*A. Brodie*] un S. Medži [*S. Magee*],
solicitors,

— *Hutchison 3G UK Limited* vārdā — Dž. Hobss [*G. Hobbs*], QC, un E. Hinsvērta
[*E. Hinsworth*], *barrister*, kurus pilnvarojuši L. Silkins [*L. Silkin*], Dž. Krauns
[*G. Crown*], N. Volkers [*N. Walker*] un S. Džonss [*S. Jones*], *solicitors*,

— Eiropas Kopienu Komisijas vārdā — V. Vilss [*W. Wils*], pārstāvis,

noklausījusies ģenerālvokāta secinājumus 2008. gada 31. janvāra tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

- 1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt 5. panta 1. punktu Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmajā direktīvā 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), kā arī 3.a panta 1. punktu Padomes 1984. gada 10. septembra Direktīvā 84/450/EEK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu (OV L 250, 17. lpp.), kurā grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvu 97/55/EK (OV L 290, 18. lpp.; turpmāk tekstā — “Direktīva 84/450”).
- 2 Šis lūgums tika iesniegts saistībā ar strīdu starp *O2 Holdings Limited* un *O2 (UK) Limited* (turpmāk tekstā kopā — “O2 un O2 (UK)”), no vienas puses, un *Hutchison 3G UK Limited* (turpmāk tekstā — “H3G”), no otras puses, par to, ka H3G salīdzinošajā reklāmā izmantoja O2 un O2 (UK) piederošās preču zīmes.

Atbilstošās tiesību normas

Kopienų tiesiskais regulējums

- 3 Direktīvas 89/104 5. pantā ar virsrakstu “Tiesības, ko piešķir preču zīme” ir paredzēts:

“1. Reģistrētā preču zīme piešķir īpašniekam šajā ziņā ekskluzīvas tiesības. Īpašniekam ir tiesības atturēt visas trešās personas, kas nav saņēmušas viņa piekrišanu, lietot [izmantot] 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;

- b) jebkuru apzīmējumu, ja tā identitātes vai līdzības preču zīmei un preču vai pakalpojumu, uz ko attiecas preču zīme [un apzīmējums], identitātes vai līdzības dēļ pastāv varbūtība maldināt sabiedrību [sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja], kas ietver asociācijas iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi.

2. Ikviens dalībvalsts var arī paredzēt, ka īpašniekam ir tiesības aizkavēt [aizliegt] visas trešās personas, kam nav viņa piekrišanas, lietot [izmantot] komercdarbībā jebkuru apzīmējumu, kas ir identisks vai līdzīgs preču zīmei, attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tiem, kam šī preču zīme reģistrēta, ja pēdējai ir reputācija dalībvalstī un ja šīs zīmes nepamatota lietošana [izmantošana] rada negodīgas priekšrocības [kas izriet no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas] vai rada kaitējumu preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai.

3. Saskaņā ar šī panta 1. un 2. punktu cita starpā var aizliegt šādas darbības:

- a) apzīmējuma piestiprināšanu precēm vai to iepakojumam;

- b) preču piedāvāšanu vai to laišanu tirgū, vai uzkrājumu veidošanu šiem nolūkiem, izmantojot šo apzīmējumu, vai pakalpojumu piedāvāšanu vai sniegšanu ar šo apzīmējumu [..];

- c) preču importu vai eksportu, izmantojot šo apzīmējumu;

d) apzīmējuma lietošanu [izmantošanu] darījumu dokumentos un reklāmā.

[..]

5. Šā panta 1. līdz 4. punkts neietekmē normas nevienā dalībvalstī attiecībā uz aizsardzību pret šā apzīmējuma lietošanu citos nolūkos, nevis preču un pakalpojumu atšķiršanai, ja [ši] apzīmējuma nepamatota lietošana rada negodīgas priekšrocības, kas izriet no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, vai kaitē preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai.”

4 Direktīvas 89/104 6. panta ar virsrakstu “Preču zīmes [ie]darbības ierobežojumi” 1. punktā ir noteikts:

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

a) viņa paša vārdu vai adresi;

b) norādes attiecībā uz preču vai sniegtā pakalpojuma veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi, preču ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas laiku, vai citas preču vai pakalpojumu īpašības;

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

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

5 Noteikumi par salīdzinošu reklāmu Direktīvā 84/450 tika ieviesti ar Direktīvu 97/55.

6 Direktīvas 97/55 preambulas trīspadsmītajā līdz piecpadsmītajā apsvērumā ir norādīts:

“(13) tā kā 5. pants [..] Direktīvā 89/104 [..] piešķir ekskluzīvas tiesības reģistrētas preču zīmes īpašniekam, ieskaitot tiesības neļaut [aizliegt] trešām pusēm tirdzniecībā izmantot jebkādu zīmi, kas ir identiska vai līdzīga minētajai preču zīmei, attiecībā uz identiskām precēm vai pakalpojumiem vai pat, attiecīgos gadījumos, — uz citām precēm;

(14) tā kā, lai salīdzinošo reklāmu padarītu efektīvu, tomēr var būt vajadzība identificēt konkurenta preces vai pakalpojumus, atsaucoties uz pēdējam piederošo preču zīmi vai tirdzniecības nosaukumu;

(15) tā kā šādi izmantojot svešu preču zīmi, tirdzniecības nosaukumu vai citas atšķirības zīmes netiek pārkāptas šīs ekskluzīvās tiesības tajos gadījumos, kad izmantošana atbilst šajā direktīvā paredzētajiem nosacījumiem un kad šādas izmantošanas paredzētais mērķis ir vienīgi atšķirt tos un tādējādi objektīvi izcelt atšķirības.”

7 Saskaņā ar Direktīvas 84/450 1. pantu tās mērķis cita starpā ir paredzēt nosacījumus, ar kuriem salīdzinošā reklāma ir atļauta.

8 Šīs direktīvas 2. panta 2.a punktā salīdzinošā reklāma ir definēta kā “jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus”.

9 Minētās direktīvas 3.a panta 1. punktā ir noteikts:

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

a) tā nav maldinoša saskaņā ar 2. panta 2. punktu, 3. pantu un 7. panta 1. punktu;

[..]

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;

e) tā nediskreditē vai nenomelno konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukumus, citas atšķirības zīmes, preces, pakalpojumus, darbību vai apstākļus [stāvokli];

[..]

- g) tā negodīgi neizmanto priekšrocības, kādas rada konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citu atšķirības zīmju reputācija vai konkurējošu produktu izcelsmes vietas norādes [cilmes vietas nosaukuma] reputācija;
- h) tajā preces vai pakalpojumus neattēlo kā tādu preču vai pakalpojumu imitācijas vai atdarinājumus, kuriem ir aizsargāta preču zīme vai tirdzniecības nosaukums.”

Valsts tiesiskais regulējums

- 10 Direktīvas 89/104 noteikumi tika transponēti valsts tiesībās ar 1994. gada Likumu par preču zīmēm (*Trade Marks Act 1994*).
- 11 Direktīvas 84/450 noteikumi tika transponēti valsts tiesībās ar 1988. gada Noteikumiem par kontroli attiecībā uz maldinošu reklāmu (*Control of Misleading Advertisements Regulations 1988, SI 1988/915*), kuros grozījumi izdarīti ar 2003. gada noteikumiem (SI 2003/3183, turpmāk tekstā — “AK noteikumi”).
- 12 Maldinošās reklāmas apkarošanu un to noteikumu ievērošanu, kas pieņemti salīdzinošās reklāmas jomā saskaņā ar Direktīvas 84/450 4. pantu, atbilstoši AK noteikumiem nodrošina Ģenerāldirektors godīgas tirdzniecības jautājumos (*Director General of Fair Trading*), administratīvā institūcija, kuras kompetencē ir gan pieņemt lēmumus par sūdzībām, gan ierosināt attiecīgo tiesvedību.

13 AK noteikumu 4.a noteikuma 3. punktā ir precizēts:

“Šo noteikumu nedrīkst interpretēt tādējādi, ka

- a) ar to piešķir tiesības celt civiltiesisku prasību saistībā ar jebkādu šo noteikumu pārkāpumu (ja vien šajos noteikumos nav tieši norādīts citādi);

- b) ar to atkāpjas no tiesībām celt prasību vai izmantot citu tiesību aizsardzības līdzekli (civiltiesisku vai krimināltiesisku) procesā, kas nav ierosināts atbilstoši šiem noteikumiem.”

Pamata prāva un prejudiciālie jautājumi

14 *O2* un *O2 (UK)* sniedz mobilo telefonsakaru pakalpojumus.

15 Lai reklamētu savus pakalpojumus, tie izmanto dažādu veidu burbuļu attēlus. Mobilo telefonsakaru jomā patērētāji saista ūdens burbuļu attēlus — it īpaši uz zila fona ar toņu pārejām — ar pakalpojumiem, ko sniedz *O2* un *O2 (UK)*.

16 *O2* un *O2 (UK)* cita starpā pieder divas valsts grafiskas preču zīmes, ko veido statisks burbuļu attēls un kuras Apvienotajā Karalistē reģistrētas attiecībā uz

telekomunikāciju iekārtām un pakalpojumiem (turpmāk tekstā — “preču zīmes ar burbuļiem”).

- 17 *H3G* arī sniedz mobilo telefonsakaru pakalpojumus, kuru reklāmai izmanto apzīmējumu “3”. Tā piedāvā it īpaši priekšapmaksas pakalpojumu (“pay-as-you-go”) ar nosaukumu “Threepay”.
- 18 2004. gadā *H3G* īstenoja reklāmas kampaņu. Šajā sakarā cita starpā pēc tās uzdevuma televīzijā tika pārraidīta reklāma, kurā tā salīdzināja savu pakalpojumu tarifus ar tiem, ko piedāvā *O2* un *O2 (UK)*. Šis televīzijas reklāmas paziņojums (turpmāk tekstā — “strīdīgā reklāma”) sākas ar vārda “O2” un kustīgu melnbalto burbuļu attēlu izmantošanu, kam sekoja “Threepay” un “3” attēli, kā arī paziņojums, ar kuru īpašā veidā tika norādīts uz to, ka *H3G* pakalpojumi ir lētāki.
- 19 *O2* un *O2 (UK)* iesniedza pret *H3G* prasību *High Court of Justice (England & Wales), Chancery Division*, par tām piederošo preču zīmju ar burbuļiem nelikumīgu izmantošanu.
- 20 Pamata procesa gaitā tie atzina, ka strīdīgajā reklāmā ietvertais tarifu salīdzinājums bija paties un ka kopumā šī reklāma nebija maldinoša. It īpaši tā neliecināja par jebkāda veida komerciāla rakstura saikni starp *O2* un *O2 (UK)*, no vienas puses, un *H3G*, no otras puses.
- 21 Šī prasība par nelikumīgu izmantošanu tika noraidīta ar 2006. gada 23. marta spriedumu. Būtībā *High Court* uzskatīja, ka preču zīmju ar burbuļiem izmantošana strīdīgajā reklāmā ietilpa Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas jomā, bet, tā kā šī reklāma atbilda Direktīvas 84/450 3.a pantam, šis atbilstības dēļ *H3G* ir aizstāvības pamats atbilstoši Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta b) apakšpunktam.

- 22 O2 un O2 (UK) par minēto spriedumu iesniedza apelācijas sūdzību *Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)*.
- 23 Iesniedzējtiesa lūdz, pirmkārt, sniegt Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta interpretāciju.
- 24 Tā vēlas noskaidrot, no vienas puses, vai minētajā noteikumā ir paredzēta tikai tāda izmantošana, kuras mērķis ir nošķirt trešo personu piedāvāto preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi. Tā uzskata, ka apstipriņošas atbildes gadījumā konkurenta preču zīmes izmantošana salīdzinošā reklāmā neietilpstu Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta piemērošanas jomā, jo tajā preču zīme nav izmantota norādei uz reklāmas devēja preču izcelsmi.
- 25 No otras puses, tā jautā, vai, lai novērtētu sajaukšanas iespējas pastāvēšanu Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, ir jāveic tikai salīdzināšana starp strīdīgo preču zīmi un apzīmējumu un starp precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem reģistrēta preču zīme, un precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tiek izmantots apzīmējums, vai, otrādi, ir jāņem vērā faktiskā situācija, kurā tiek izmantots apzīmējums.
- 26 Otrkārt, iesniedzējtiesa uzskata, ka salīdzinošās reklāmas, kurā izmantota konkurenta preču zīme, atbilstība Direktīvas 84/450 3.a pantam ir aizstāvības pamats, ko var izvirzīt pret konkurenta prasību saistībā ar tā preču zīmes izmantošanu šādā veidā.
- 27 Turklāt gadījumā, ja Tiesa interpretētu Direktīvas 89/104 5. panta 1. punktu tādējādi, ka — tādā situācijā kā pamata lietā — šis noteikums piešķir reģistrētās preču

zīmes īpašniekam tiesības aizliegt tā preču zīmes izmantošanu salīdzinošajā reklāmā, iesniedzējtiesa lūdz sniegt Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta interpretāciju — vai, lai salīdzinošā reklāma, kurā izmantots konkurenta preču zīmei identisks vai līdzīgs apzīmējums, būtu uzskatāma par atļautu, šā apzīmējuma izmantošanai ir jābūt “[obligāti] vajadzīgai”, lai salīdzinātu konkurenta un reklāmas devēja preces vai pakalpojumus.

28 Šajos apstākļos *Court of Appeal (England & Wales) (Civil Division)* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

- “1) Vai gadījumā, ja uzņēmējs, reklamējot savas preces vai pakalpojumus, izmanto konkurentam piederošu reģistrētu preču zīmi, lai salīdzinātu tā piedāvāto preču vai pakalpojumu īpašības (it īpaši cenu) ar šā konkurenta piedāvāto un ar šādu preču zīmi apzīmēto preču vai pakalpojumu īpašībām (it īpaši ar cenu), tādā veidā, ka attiecīgā izmantošana neizraisa sajaukšanu un citādi nekaitē preču zīmes pamatfunkcijai norādīt uz preces vai pakalpojuma izcelsmi, šāda izmantošana ietilpst vai nu Direktīvas 89/104 5. panta [1. punkta] a) apakšpunkta, vai arī tās 5. panta [1. punkta] b) apakšpunkta piemērošanas jomā?

- 2) Vai gadījumā, ja uzņēmējs salīdzinošajā reklāmā izmanto konkurenta reģistrētu preču zīmi, šādai izmantošanai, lai tā būtu saderīga ar [...] Direktīvas 84/450 3.a panta [1. punktu], ir jābūt “[obligāti] vajadzīgai” un, ja tas tā ir, kādi ir vajadzības izvērtēšanas kritēriji?

- 3) Vai tad, ja pastāv nosacījums par vajadzību, šis nosacījums izslēdz jebkādu tāda apzīmējuma izmantošanu, kas nav identisks ar reģistrēto preču zīmi, bet ir ļoti līdzīgs tai?”

Par prejudiciālajiem jautājumiem

Ievada apsvērumi

- 29 Ar saviem jautājumiem iesniedzējtiesa lūdz Tiesu sniegt gan Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta, gan Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta interpretāciju.
- 30 Pamata lietā *O2* un *O2 (UK)* apgalvo, ka tas, ka *H3G* izmanto salīdzinošajā reklāmā apzīmējumu, kas ir līdzīgs tām piederošajām preču zīmēm ar burbuļiem, kaitē ekskluzīvajām tiesībām, ko tām piešķir minētās preču zīmes.
- 31 Līdz ar to pirms prejudiciālo jautājumu izskatīšanas ir jāprecizē attiecības starp Direktīvu 89/104 un Direktīvu 84/450.
- 32 Saskaņā ar Direktīvas 89/104 5. panta 1. un 2. punktu reģistrētā preču zīme piešķir tās īpašniekam ekskluzīvas tiesības — ar zināmiem nosacījumiem — aizliegt visām trešām personām, kas nav saņēmušas tā piekrišanu, izmantot komercdarbībā apzīmējumu, kas ir identisks vai līdzīgs tā preču zīmei. Saskaņā ar šīs direktīvas 5. panta 3. punkta d) apakšpunktu tas cita starpā var aizliegt visām trešām personām šāda apzīmējuma izmantošanu reklāmā.
- 33 Tas, ka reklāmas devējs izmanto konkurenta preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu salīdzinošā reklāmā, varētu būt izmantošana Direktīvas 89/104 5. panta 1. un 2. punkta izpratnē.

- 34 No vienas puses, Direktīvas 89/104 5. panta 1. un 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tas attiecas uz preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu attiecībā uz trešās personas tirgojamām precēm vai sniedzamiem pakalpojumiem (šajā sakarā saistībā ar Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu skat. 2007. gada 25. janvāra spriedumu lietā C-48/05 *Adam Opel*, Krājums, I-1017. lpp., 28. punkts).
- 35 No otras puses, reklāmas, kurā reklāmas devējs salīdzina tā piedāvātās preces un pakalpojumus ar konkurenta precēm un pakalpojumiem, mērķis acīmredzami ir popularizēt šā reklāmas devēja preces un pakalpojumus. Šādā reklāmā reklāmas devējs cenšas izcelt savas preces un savus pakalpojumus, salīdzinot to īpašības ar konkurenta preču un pakalpojumu īpašībām. Šo interpretāciju apstiprina Direktīvas 97/55 preambulas piecpadsmitais apsvērums, kurā Kopienų likumdevējs uzsvēra, ka salīdzinošās reklāmas mērķis ir atšķirt reklāmas devēja preces un pakalpojumus no tā konkurenta precēm un pakalpojumiem (skat. 2001. gada 25. oktobra spriedumu lietā C-112/99 *Toshiba Europe, Recueil*, I-7945. lpp., 53. punkts).
- 36 Tātad tas, ka reklāmas devējs salīdzinošajā reklāmā izmanto konkurenta preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, lai identificētu konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus, ir jāinterpretē kā izmantošana attiecībā uz paša reklāmas devēja precēm vai pakalpojumiem Direktīvas 89/104 5. panta 1. un 2. punkta izpratnē.
- 37 Līdz ar to šāda izmantošana attiecīgos gadījumos varētu tikt aizliegta atbilstoši minētajiem noteikumiem.
- 38 Tomēr no Direktīvas 97/55 preambulas otrā līdz sestā apsvēruma izriet Kopienų likumdevēja vēlme veicināt salīdzinošu reklāmu, cita starpā uzsverot otrajā apsvērumā, ka salīdzinošā reklāma “var arī veicināt konkurenci starp preču piegādātājiem un pakalpojumu sniedzējiem par labu patērētājam”, un trešajā apsvērumā — ka tā “var būt kā likumīgs līdzeklis, lai informētu patērētājus par tiem sniegtajām priekšrocībām”.

39 Saskaņā ar Direktīvas 97/55 preambulas trīspadsmito līdz piecpadsmito apsvērumu Kopieniu likumdevējs uzskatīja, ka nepieciešamība veicināt salīdzinošu reklāmu prasa zināmā mērā ierobežot preču zīmes piešķirtās tiesības.

40 Šāda preču zīmes iedarbības ierobežošana, lai veicinātu salīdzinošu reklāmu, izrādās nepieciešama ne tikai tad, kad reklāmas devējs izmanto pašu konkurenta preču zīmi, bet arī tad, ja tiek izmantots šai preču zīmei līdzīgs apzīmējums.

41 Saskaņā ar Direktīvas 84/450 2. panta 2.a punktu “salīdzinošā reklāma” ir jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus.

42 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru runa ir par plašu definīciju, kas ļauj aptvert visu veidu salīdzinošo reklāmu tādējādi, ka pietiek ar paziņojumu, kurā pat netieši veikta atsauce uz konkurentu vai tā piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, lai tiktu uzskatīts, ka pastāv salīdzinošā reklāma (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Toshiba Europe*, 30. un 31. punkts, 2003. gada 8. aprīļa spriedumu lietā *C-44/01 Pippig Augenoptik, Recueil*, I-3095. lpp., 35. punkts, kā arī 2007. gada 19. aprīļa spriedumu lietā *C-381/05 De Landtsheer Emmanuel*, Krājums, I-3115. lpp., 16. punkts).

43 Līdz ar to elementi, kas ir vajadzīgi, lai konstatētu, ka reklāmas sludinājumam ir salīdzinājuma raksturs, ir reklāmas devēja konkurenta vai tā piedāvāto preču vai pakalpojumu tieša vai netieša identifikācija (iepriekš minētie spriedumi lietā *Toshiba Europe*, 29. punkts, un lietā *De Landtsheer Emmanuel*, 17. punkts).

44 Tātad gadījumā, ja vidusmēra patērētājs uztver reklāmā izmantoto reklāmas devēja konkurenta preču zīmei līdzīgo apzīmējumu kā norādi uz šo konkurentu vai tā piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem — kā tas ir pamata lietā —, pastāv salīdzinošā reklāma Direktīvas 84/450 2. panta 2.a punkta izpratnē.

- 45 Tādējādi, lai saskaņotu reģistrēto preču zīmju aizsardzību un salīdzinošās reklāmas izmantošanu, Direktīvas 89/104 5. panta 1. un 2. punkts un Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka reģistrētās preču zīmes īpašnieks nevar aizliegt trešai personai izmantot tā preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu salīdzinošajā reklāmā, kas atbilst visiem 3.a panta 1. punktā izklāstītajiem nosacījumiem, ar kuriem tā ir atļauta.
- 46 Tomēr ir jānorāda, ka gadījumā, ja Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā izklāstītie nosacījumi, lai aizliegtu reģistrētai preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu, ir izpildīti, salīdzinošā reklāma, kurā izmantots šis apzīmējums, nevar atbilst Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta d) apakšpunktā minētajam nosacījumam, ar kuru tā būtu atļauta.
- 47 No vienas puses, gadījumā, ja pastāv līdzība starp preču zīmi un apzīmējumu un starp precēm vai pakalpojumiem, sajaukšanas iespēja ir īpašs priekšnosacījums aizsardzībai. Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir piemērojams tikai tad, ja preču zīmju un preču vai pakalpojumu, ko tās apzīmē, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja (2005. gada 6. oktobra spriedums lietā C-120/04 *Medion*, Krājums, I-8551. lpp., 24. un 25. punkts).
- 48 No otras puses, no Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta d) apakšpunkta izriet, ka salīdzinošā reklāma nav atļauta, ja pastāv sajaukšanas iespēja starp reklāmas devēju un konkurentu vai starp reklāmas devēja un konkurenta preču zīmēm, precēm vai pakalpojumiem.
- 49 Ņemot vērā Direktīvas 97/55 preambulas trīspadsmito līdz piecpadsmito apsvērumu, jēdziens "sajaukšana", kas izmantots gan Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā, gan Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta d) apakšpunktā, ir jāinterpretē vienādā veidā.

50 Līdz ar to, ja reklāmas devējs salīdzinošajā reklāmā izmanto konkurenta preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, tad vai nu konkurents nepierāda sajaukšanas iespējas pastāvēšanu un tātad nav tiesīgs aizliegt šā apzīmējuma izmantošanu, pamatojoties uz Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktu, vai arī tas pierāda sajaukšanas iespējas pastāvēšanu un tādējādi reklāmas devējs nevar iebilst pret šādu aizliegumu, pamatojoties uz Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punktu, jo attiecīgā reklāma neatbilst visiem minētajā normā izklāstītajiem nosacījumiem.

51 Tātad vispirms ir jāatbild, ka Direktīvas 89/104 5. panta 1. un 2. punkts un Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka reģistrētās preču zīmes īpašnieks nevar aizliegt trešai personai izmantot tā preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu salīdzinošajā reklāmā, kas atbilst visiem 3.a panta 1. punktā izklāstītajiem nosacījumiem, ar kuriem tā ir atļauta.

Tomēr gadījumā, ja Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā izklāstītie nosacījumi, lai aizliegtu reģistrētai preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu, ir izpildīti, salīdzinošā reklāma, kurā izmantots šis apzīmējums, nevar atbilst Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta d) apakšpunktā minētajam nosacījumam, ar kuru tā būtu atļauta.

Par pirmo jautājumu, kas attiecas uz Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta interpretāciju

52 Nav strīda par to, ka pamata lietā *H3G* izmantoja nevis preču zīmes ar burbuļiem, kādas tās reģistrējušas *O2* un *O2 (UK)*, bet gan šīm preču zīmēm līdzīgu apzīmējumu.

- 53 Tomēr Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts ir piemērojams tikai tad, ja apzīmējumu, kas ir identisks preču zīmei, izmanto attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski tiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta.
- 54 Tā kā šo normu nevar piemērot pamata lietā, tā nav jāinterpretē.
- 55 Līdz ar to pirmais jautājums ir saprotams tā, ka ar to iesniedzējtiesa vēlas noskaidrot, vai Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka reģistrētās preču zīmes īpašniekam ir tiesības aizliegt trešām personām salīdzinošajā reklāmā izmantot šai preču zīmei līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski vai līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem reģistrēta minētā preču zīme, ja šī izmantošana sabiedrībai nerada sajaukšanas iespēju.
- 56 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, lai izvairītos no preču zīmes īpašniekam piešķiramās aizsardzības atšķirībām dažādās dalībvalstīs, Tiesai ir jāsniedz Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta un it īpaši tajā norādītā “izmantošanas” jēdziena vienota interpretācija (2002. gada 12. novembra spriedums lietā *C-206/01 Arsenal Football Club, Recueil*, I-10273. lpp., 45. punkts; iepriekš minētais spriedums lietā *Adam Opel*, 17. punkts, un 2007. gada 11. septembra spriedums lietā *C-17/06 Céline*, Krājums, I-7041. lpp., 15. punkts).
- 57 Kā izriet no Tiesas judikatūras (iepriekš minētais spriedums lietā *Arsenal Football Club*, 2004. gada 16. novembra spriedums lietā *C-245/02 Anheuser-Busch*, Krājums, I-10989. lpp., un iepriekš minētie spriedumi lietā *Medion*, lietā *Adam Opel* un lietā *Céline*), reģistrētas preču zīmes īpašnieks var aizliegt trešai personai izmantot apzīmējumu, kas ir identisks vai līdzīgs tā preču zīmei, atbilstoši Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktam tikai tad, ja izpildīti šādi četri nosacījumi:

— šai izmantošanai jānotiek komercdarbībā;

- tai jānotiek bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas;

- tai jānotiek attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski vai līdzīgi tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme, un

- tai jākaitē vai jāspēj kaitēt preču zīmes pamatfunkcijai, kas ir garantēt patērētājiem preču vai pakalpojumu izcelsmi, sajaukšanas iespējas dēļ sabiedrības uztverē.

58 Konkrēti attiecībā uz ceturto nosacījumu, pirmkārt, šā sprieduma 47. punktā ir atgādināts, ka Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir piemērojams tikai tad, ja preču zīmju un preču vai pakalpojumu, ko tās apzīmē, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja.

59 Otrkārt, saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja šīs normas izpratnē ir iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena uzņēmuma vai attiecīgā gadījumā no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem (skat. cita starpā 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā *C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 17. punkts, un iepriekš minēto spriedumu lietā *Medion*, 26. punkts). Tātad preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošana, kas rada sajaukšanas iespēju sabiedrībai, kaitē vai var kaitēt preču zīmes pamatfunkcijai.

60 Pamata lietā netiek apstrīdēts, ka *H3G* izmantoja preču zīmēm ar burbuļiem līdzīgu apzīmējumu uzņēmējdarbībā ekonomiska labuma gūšanai, nevis privātajā sfērā. Tātad tā izmantoja šo apzīmējumu komercdarbībā (skat. pēc analogijas iepriekš minēto spriedumu lietā *Céline*, 17. punkts).

- 61 Tāpat netiek apstrīdēts, ka *H3G* izmantoja minēto apzīmējumu bez *O2* un *O2 (UK)*, preču zīmju ar burbuļiem īpašnieku, piekrišanas.
- 62 Turklāt runa ir par izmantošanu attiecībā uz pakalpojumiem, kas ir identiski pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem reģistrētas minētās preču zīmes.
- 63 Savukārt ir jāatzīst, ka saskaņā ar pašas iesniedzējtiesas izdarītajiem konstatējumiem tas, ka *H3G* strīdīgajā reklāmā bija izmantojusi preču zīmēm ar burbuļiem līdzīgus burbuļu attēlus, neradīja sajaukšanas iespēju patērētājiem. Strīdīgā reklāma kopumā nebija maldinoša un it īpaši neliecināja par jebkāda veida komerciāla rakstura saikni starp *O2* un *O2 (UK)*, no vienas puses, un *H3G*, no otras puses.
- 64 Šajā sakarā — pretēji *O2* un *O2 (UK)* apgalvojumiem — iesniedzējtiesa, novērtējot sajaukšanas iespējas esamību, pamatoti aprobežoja tās veikto analīzi ar kontekstu, kurā *H3G* bija izmantojusi preču zīmēm ar burbuļiem līdzīgu apzīmējumu.
- 65 Sajaukšanas iespējas jēdziens Direktīvas 89/104 4. panta 1. punkta b) apakšpunktā un 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā noteikti ir vienāds (šajā sakarā skat. 2000. gada 22. jūnija spriedumu lietā *C-425/98 Marca Mode, Recueil*, I-4861. lpp., 25.–28. punkts).
- 66 Tomēr Direktīvas 89/104 4. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir saistīts ar preču zīmes reģistrācijas pieteikumu. Tiklīdz preču zīme ir reģistrēta, šīs preču zīmes īpašniekam ir tiesības to izmantot pēc saviem ieskatiem, un līdz ar to, lai izvērtētu, vai uz reģistrācijas pieteikumu attiecas šajā normā paredzētais atteikuma pamatojums, ir jāpārbauda, vai pastāv sajaukšanas iespēja ar iebildumu iesniedzēja agrāku preču zīmi visos apstākļos, kādos reģistrācijai pieteiktā preču zīme varētu tikt izmantota, ja tā būtu reģistrēta.

- 67 Savukārt gadījumā, kas paredzēts Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā, trešā persona, kas izmanto reģistrētai preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu, nepretendē ne uz kādām preču zīmes tiesībām attiecībā uz šo apzīmējumu, bet izmanto to atsevišķā gadījumā. Šajos apstākļos, izvērtējot, vai reģistrētas preču zīmes īpašnieks ir tiesīgs iebilst pret šo konkrēto izmantošanu, jāaprobežojas ar apstākļiem, kas raksturo šo izmantošanu, un nav jāpārbauda, vai šā paša apzīmējuma cita izmantošana kādos citos apstākļos arī varētu radīt sajaukšanas iespēju.
- 68 Tādējādi ceturtais nosacījums, kas jāizpilda, lai reģistrētas preču zīmes īpašnieks būtu tiesīgs aizliegt izmantot tā preču zīmei līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski vai līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem reģistrēta minētā preču zīme, pamata lietā nav izpildīts.
- 69 Līdz ar to uz pirmo jautājumu ir jāatbild, ka Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka reģistrētās preču zīmes īpašniekam nav tiesību aizliegt trešām personām salīdzinošajā reklāmā izmantot šai preču zīmei līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski vai līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem reģistrēta minētā preču zīme, ja šī izmantošana sabiedrībai nerada sajaukšanas iespēju — neatkarīgi no tā, vai minētā salīdzinošā reklāma atbilst visiem Direktīvas 84/450 3.a pantā izklāstītajiem nosacījumiem, ar kuriem salīdzinošā reklāma ir uzskatāma par atļautu.

Par otro un trešo jautājumu, kas attiecas uz Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta interpretāciju

- 70 Ar savu otro un trešo jautājumu iesniedzējtiesa jautā, vai Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka salīdzinošā reklāma, kurā reklāmas devējs izmanto konkurenta preču zīmi vai tai līdzīgu apzīmējumu, ir uzskatāma par atļautu tikai tad, ka šī izmantošana ir obligāti vajadzīga, lai salīdzinātu reklāmas devēja un

konkurenta preces vai pakalpojumus, un, attiecīgā gadījumā, vai konkurenta preču zīmei līdzīga apzīmējuma izmantošana var tikt uzskatīta par obligāti vajadzīgu.

71 Tomēr iesniedzējtiesa ir lūgusi interpretēt šo normu tikai gadījumā, ja Tiesa atbildētu apstiprinoši uz pirmo prejudiciālo jautājumu.

72 Līdz ar to nav jāizskata otrais un trešais prejudiciālais jautājums.

Par tiesāšanās izdevumiem

73 Attiecībā uz pamata lietas dalībniekiem šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Tiesāšanās izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto lietas dalībnieku tiesāšanās izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (pirmā palāta) nospriež:

- 1) **Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 5. panta 1. un 2. punkts un Padomes 1984. gada 10. septembra Direktīvas 84/450/EEK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu, kurā grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvu 97/55/EK, 3.a panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka reģistrētās preču zīmes īpašnieks nevar**

aizliegt trešai personai izmantot tā preču zīmei identisku vai līdzīgu apzīmējumu salīdzinošajā reklāmā, kas atbilst visiem minētajā 3.a panta 1. punktā izklāstītajiem nosacījumiem, ar kuriem tā ir atļauta.

Tomēr gadījumā, ja Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā izklāstītie nosacījumi, lai aizliegtu reģistrētai preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu, ir izpildīti, salīdzinošā reklāma, kurā izmantots šis apzīmējums, nevar atbilst Direktīvas 84/450, kura grozīta ar Direktīvu 97/55, 3.a panta 1. punkta d) apakšpunktā minētajam nosacījumam, ar kuru tā būtu atļauta;

- 2) Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka reģistrētās preču zīmes īpašniekam nav tiesību aizliegt trešām personām salīdzinošajā reklāmā izmantot šai preču zīmei līdzīgu apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski vai līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem reģistrēta minētā preču zīme, ja šī izmantošana sabiedrībai nerada sajaukšanas iespēju — neatkarīgi no tā, vai minētā salīdzinošā reklāma atbilst visiem Direktīvas 84/450, kura grozīta ar Direktīvu 97/55, 3.a pantā izklāstītajiem nosacījumiem, ar kuriem salīdzinošā reklāma ir uzskatāma par atļautu.**

[Paraksti]