



Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA MAČEJA ŠPUNARA [MACIEJ SZPUNAR]
SECINĀJUMI,
sniegti 2014. gada 14. maijā¹

Lieta C-205/13

Hauck GmbH & Co. KG
pret
Stokke A/S ,
Stokke Nederland BV ,
Peter Opsvik
un
Peter Opsvik A/S

(Hoge Raad der Nederlanden (Nīderlande) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Preču zīmes — Reģistrācijas atteikuma vai spēkā neesamības pamatojumi — Trīsdimensiju preču zīme, ko veido preces forma — Direktīva 89/104/EEK — 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmais ievilkums — Apzīmējums, kas sastāv tikai no formas, kas izriet no preces īpašībām — 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešais ievilkums — Apzīmējums, ko veido vienīgi forma, kura precei piešķir reālu vērtību — Bērnu krēsliņš “Tripp Trapp”

I – Ievads

1. Preču zīmju, kas atspoguļo pašu preci, problemātika nav jauna intelektuālā īpašuma tiesībās. No dokumentiem, kas izstrādāti Pasaules intelektuālā īpašuma organizācijā (PIĪO), izriet, ka Francijas tiesas jau deviņpadsmitā gadsimta vidū pieļāva iespēju aizsargāt preču zīmes, kuras veido pati preces forma vai tās iepakojums – piemēram, 1858. gadā tika noteikta aizsardzība preču zīmei, kuru veido šokolādes tāfelītes forma².

2. Nav šaubu par to, ka šāda veida apzīmējumu reģistrācijai ir būtiskas īpatnības. Tās izriet no fakta, ka atšķirība starp apzīmējumu un objektu, uz kuru šis apzīmējums attiecas, nav skaidra: objekts kļūst par apzīmējumu attiecībā pats uz sevi. Atbilstoši preču zīmju tiesībām tas ir saistīts ar risku, ka ekskluzivitāte, kas izriet no preču zīmes reģistrācijas, tiek attiecināta uz dažām preces funkcijām, kas izpaužas tās formā, kā sekas var būt iespējas laist tirgū konkurējošas preces ierobežošana.

1 — Oriģināla valoda – poļu.

2 — Skat. PIĪO pastāvīgās komitejas attiecībā uz preču zīmēm, rūpniecisko dizainu, kā arī ģeogrāfiskiem apzīmējumiem 17. sesijas izstrādāto dokumentu par jauniem preču zīmju veidiem (pieejams vietnē <http://www.wipo.int/policy/fr/sct/>). Mūsdienu doktrīnā tiek apgalvots, ka šādu preču zīmju reģistrācija nevar radīt šaubas, izņemot formas, kas “izriet no pašas lietas īpašībām” vai ko nosaka ražošanas prasības. Tiek norādīta arī kumulācijas ar aizsardzību, pamatojoties uz 1806. gada likumu par rūpniecisko dizainu, iespēja; skat. E. Pouillet, *Traité des marques de fabrique et de la concurrence déloyale en tous genres*, Parīze, Marchal et Billard, 1875, 38.–41. lpp. Polijā starpkaru posmā 1924. gada 5. februāra likuma par izgudrojumu, dizainparaugu un preču zīmju aizsardzību 107. pantā skaidri bija atļauta iespēja reģistrēt preču zīmes, ko veido plastiskas formas.

3. Iepriekš minētais apstāklis ir ņemts vērā Savienības tiesībās, kas attiecas uz preču zīmēm. Tajās ir ieviesta tiesību norma, kas attiecas uz apzīmējumiem, kurus veido preces forma. Laikā, kad notika izskatāmās lietas fakti, attiecīgā tiesību norma bija aizstāta ar Direktīvas 89/104/EEK³ 3. panta 1. punkta e) apakšpunktu.

4. *Hoge Raad der Nederlanden* (Nīderlandes Augstākā tiesa) lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu uzdotie jautājumi attiecas uz prasījumiem atzīt par spēkā neesošu telpiskas preču zīmes, kuru veido bērnu krēsls “Tripp Trapp”, reģistrāciju. Šī lieta pirmo reizi sniedz Tiesai iespēju interpretēt divus reģistrācijas šķēršļus, kas iekļauti Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā un kas aizliedz reģistrēt apzīmējumus, kas sastāv tikai no formas, “kas izriet no pašu preču īpašībām” (šīs normas pirmais ievilkums) vai “kas piešķir precēm reālu vērtību” (trešais ievilkums).

II – Atbilstošās tiesību normas

A – Savienības tiesības

5. Direktīvas 89/104 3. panta ar nosaukumu “Iemesli atteikumam vai spēkā neesamībai” 1. punktā ir noteikts:

“Neregistrē vai pierēģistrēšanas gadījumā pasludina par spēkā neesošiem:

[..]

e) apzīmējumus, kas sastāv tikai no:

- formas, kas izriet no pašu preču īpašībām, vai
- preču formas, kas vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai, vai
- formas, kas piešķir precēm reālu vērtību;

[..].”

B – Beniluksa konvencija

6. Preču zīmju tiesības Nīderlandē regulē *Benelux-Verdrag inzake de intellectuele eigendom (merken en tekeningen of modellen)* (Beniluksa konvencija par intelektuālo īpašumu), kas parakstīta Hāgā 2005. gada 25. februārī (turpmāk tekstā – “Beniluksa konvencija”). Šīs konvencijas 2. pantā ar nosaukumu “Apzīmējumi, no kuriem var sastāvēt Beniluksa preču zīme” ir noteikts

[..]

2. Tomēr par preču zīmēm nevar uzskatīt formas, kas izriet no pašas preces īpašībām, kas piešķir precei reālu vērtību vai kas vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai.”

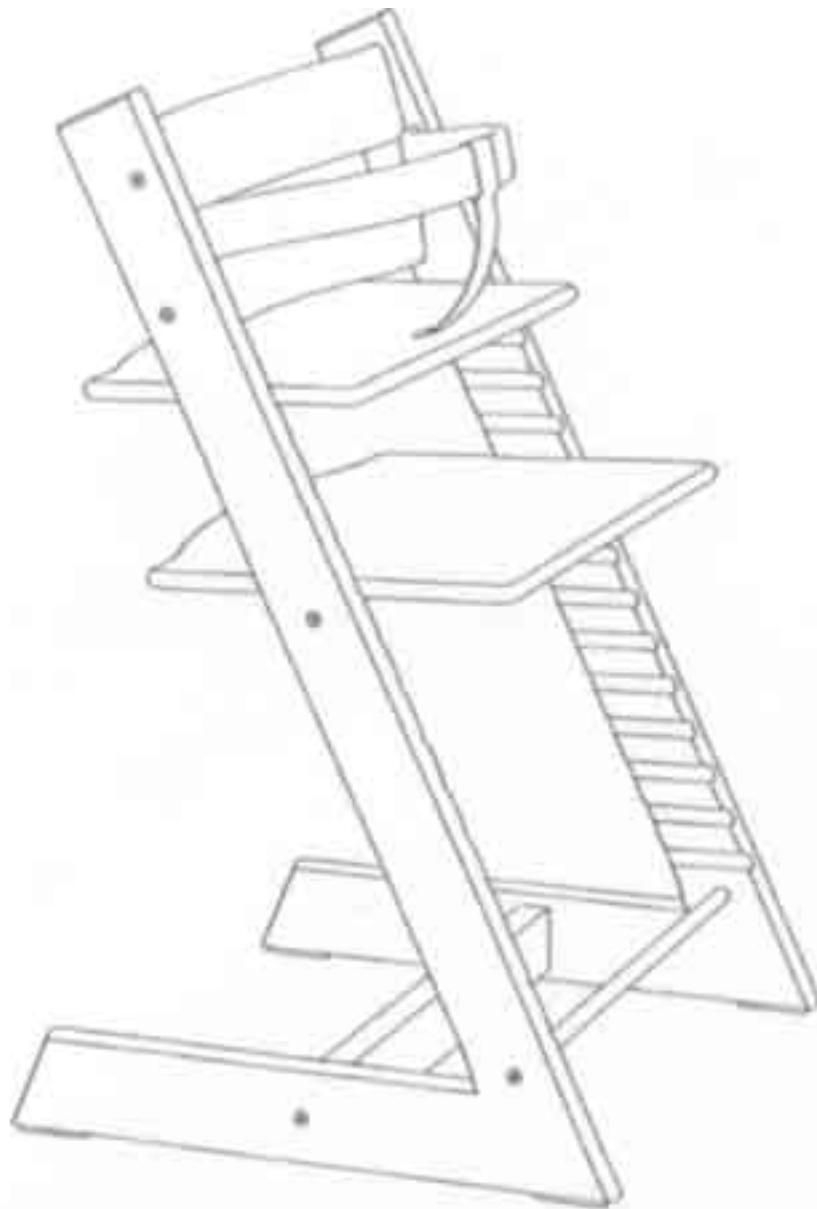
3 — Padomes 1998. gada 21. decembra Pirmā Direktīva 89/104/EEK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1, lpp.; turpmāk tekstā - “direktīva”). Šī direktīva vēlāk tika aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvu 2008/95/EK, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV L 299, 25. lpp.). Taču – ievērojot izskatāmās lietas faktus – ir jāpiemēro Direktīva 89/104. Abos tiesību aktos preču zīmju, kuras izriet no preces formas, problemātika ir regulēta 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā, kuru teksts ir identisks.

III – Pamattiesvedība

7. 20. gadsimta septiņdesmito gadu sākumā *Peter Opsvik* uzprojektēja bērnu krēslu ar nosaukumu “Tripp Trapp”. Šis projekts tika atkārtoti apbalvots un izstādīts muzejos.

8. 1972. gadā grupa *Stokke*, kurai pieder divas sabiedrības, atbildētājas pamattiesvedībā, proti, Norvēģijas sabiedrība *Stokke A/S* un Nīderlandes sabiedrība *Stokke Nederland BV*, laida tirgū krēslu “Tripp Trapp”. Intelektuālā īpašuma tiesības attiecībā uz aplūkojamo krēslu pieder diviem pārējiem atbildētājiem *Peter Opsvik* un Norvēģijas sabiedrībai *Peter Opsvik A/S*.

9. 1998. gada 8. maijā *Stokke A/S* reģistrēja bērnu krēsla “Tripp Trapp” ārējo formu Beniluksa Preču zīmju reģistrā kā preču zīmi. Šis ieraksts attiecas uz “krēsliem, it īpaši bērnu krēsliem”, kas ietilpst 20. klasē Nicas 1957. gada 15. jūnija Nolīguma par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām ar grozījumiem izpratnē. Minētā preču zīme, kas tika reģistrēta ar numuru 0639972 (turpmāk tekstā – “preču zīme “Tripp Trapp””), attiecas uz šeit attēloto formu:



10. Vācijas sabiedrība *Hauck GmbH & Co. KG* (turpmāk tekstā – “sabiedrība *Hauck*”) nodarbojas ar bērnu preču, tostarp divu bērnu krēslu modeļu ar nosaukumiem “Alpha” un “Beta”, ražošanu un izplatīšanu.

11. *Stokke A/S*, *Stokke Nederland BV*, *Peter Opsvik* un *Peter Opsvik A/S* (turpmāk tekstā kopā – “*Stokke* un *Opsvik*”) cēla *Rechtbank 's-Gravenhage* [Hāgas tiesā] prasību pret sabiedrību *Hauck*, apgalvojot, ka krēslu “Alpha” un “Beta” pārdošana pārkāpj to autortiesības, kā arī tiesības, kas izriet no preču zīmes “Tripp Trapp” reģistrācijas.

12. Sabiedrība *Hauck* cēla pretpasību, tostarp prasot atzīt preču zīmes “Tripp Trapp” reģistrāciju par spēkā neesošu.

13. Ar 2000. gada 4. oktobra spriedumu *Rechtbank 's-Gravenhage* apmierināja *Stokke* un *Opsvik* prasījumus par autortiesību pārkāpumu. Pārējā daļā šī tiesa atzina par pamatotiem prasījumus, kas izriet no sabiedrības *Hauck* pretpasības, un atzina preču zīmes “Tripp Trapp” reģistrāciju par spēkā neesošu.

14. Apelācijas tiesvedībā *Gerechtshof 's-Gravenhage* [Hāgas apgabala Augstākā tiesa] daļēji atcēla *Rechtbank 's-Gravenhage* spriedumu, tostarp attiecībā uz lēmumu par zaudējumu atlīdzību, kas izriet no autortiesību pārkāpuma. Daļā, kas attiecas uz preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu, tā spriedumu apstiprināja.

15. Kā izriet no iesniedzējtiesas lēmuma, apelācijas tiesvedībā *Stokke* un *Opsvik* apgalvoja, ka krēsla “Tripp Trapp” pamatvērtība izriet ne tik daudz no tā formas pievilcības, kā no tā funkcionalitātes. Tie apgalvoja arī, ka preces, uz kuru attiecas preču zīme “Tripp Trapp”, forma neizriet tikai no preces īpašībām, ja tiek ņemta vērā bērnu krēslu daudzveidība. Bet sabiedrība *Hauck* apgalvoja, ka krēsla “Tripp Trapp” pievilcīgā forma būtiski ietekmē preces vērtību un turklāt šī forma ir lielā mērā funkcionāla forma, tādēļ to nosaka preces īpašības.

16. Savā nolēmumā *Gerechtshof 's-Gravenhage* nolēma tostarp, ka aplūkotais krēsls ir ļoti pievilcīgs un piešķir vērtību krēslam “Tripp Trapp”. Šis krēsls – ņemot vērā tieši tā formu – šķiet īpaši pievilcīgs kā bērnu krēsls. Šis krēsls ir drošs, izturīgs, ērts, un turklāt tā formu var uzskatīt par “pedagoģisku” un “ergonomisku”. Līdz ar to krēsla “Tripp Trapp” formu nosaka minētās preces īpašības. Tādējādi patērētājs iegādājas šo krēslu, ievērojot tā estētisko un vienlaikus praktisko vērtību. Var pieņemt, ka patērētājus tādas īpašības interesē konkurentu precēs. Uz preču zīmi, ko – kā tas ir attiecībā uz preču zīmi “Tripp Trapp” – veido vienīgi forma, kuras pamatvērtība izriet no attiecīgās preces īpašībām un arī piešķir minētajai precei reālu vērtību, attiecas Beniluksa konvencijas 2.1. panta 2. punkta paredzētais spēkā neesamības pamats. Turklāt nav nozīmes tam, ka iepriekš minētās preces īpašības var tikt iegūtas, izmantojot arī citas formas.

17. Par *Gerechtshof 's-Gravenhage* nolēmumu abas puses tiesvedībā iesniedza kasācijas sūdzības *Hoge Raad* [Augstākajā tiesā].

IV – Prejudiciālie jautājumi un tiesvedība Tiesā

18. Šajos apstākļos *Hoge Raad* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

- “1) a) Vai atteikuma pamatojums vai attiecīgi spēkā neesamības pamats atbilstoši Direktīvas [89/104], kas kodificēta ar Direktīvu [2008/95], 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta [pirmajam ievilkumam], saskaņā ar kuru trīsdimensiju preču zīme nevar sastāvēt tikai no preces formas, kas izriet no pašas preces īpašībām, attiecas uz preces funkcionēšanai nepieciešamu formu vai šāds [atteikuma] pamatojums var tikt piemērots arī tad, ja precei ir viena vai vairākas būtiskas lietošanas īpašības, kuras patērētājus, iespējams, interesē arī konkurentu precēs?
- b) Kā tiesību norma ir jāinterpretē gadījumā, ja nevar tikt atbalstīta neviena no šīm abām alternatīvām?

- 2) a) Vai atteikuma pamatojums vai attiecīgi spēkā neesamības pamats atbilstoši Direktīvas [89/104], kas kodificēta ar Direktīvu [2008/95], 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta [trešajam ievilkumam], saskaņā ar kuru trīsdimensiju preču zīmes nevar sastāvēt tikai no formas, kas piešķir precēm reālu vērtību, attiecas uz attiecīgās klientūras lēmuma izdarīt pirkumu pamudinājumu (vai attiecīgi pamudinājumiem)?
- b) Vai “forma, kas piešķir precēm reālu vērtību”⁴ minētās tiesību normas izpratnē, ir tikai tad, ja šī forma salīdzinājumā ar citām vērtībām (kā piemēram, bērnu krēslu drošība, ērtība un lietderība) ir jāuzskata par svarīgāko vai attiecīgi galveno vērtību, vai šāda forma varētu būt arī tad, ja šai precei papildus šai vērtībai ir citas, arī par reālām uzskatāmas vērtības?
- c) Vai, lai atbildētu uz otrā jautājuma a) un b) daļu, noteicošs ir attiecīgās klientūras vairākums vai arī tiesas var atzīt, ka pietiek jau ar sabiedrības daļas uzskatu, lai attiecīgo vērtību uzskatītu par “reālu” iepriekš minētās tiesību normas izpratnē?
- d) Ja atbilde uz otrā jautājuma c) daļu ir pēdējā minētā iespēja: cik lielai ir jābūt attiecīgajai sabiedrības daļai?
- 3) Vai Direktīvas [89/104], kas kodificēta ar Direktīvu [2008/95], 3. panta 1. punkta e) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tajā minētais atteikuma pamatojums ir piemērojams arī tad, ja trīsdimensiju preču zīme ietver apzīmējumu, uz kuru attiecas [pirmais] ievilkums, bet uz pārējo attiecas [trešais] ievilkums?”

19. Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu Tiesas kancelejā ir saņemts 2013. gada 18. aprīlī.

20. Rakstiskus apsvērumus iesniedza puses pamattiesvedībā, kā arī Vācijas, Itālijas, Polijas, Apvienotā Karalistes, Portugāles valdības un Eiropas Komisija.

21. Šie lietas dalībnieki, izņemot Itālijas un Portugāles valdības, piedalījās arī tiesas sēdē, kas notika 2014. gada 26. februārī.

V – Analīze

22. Kā jau norādīju, papildus preču zīmes reģistrācijas atteikuma vai tās atzīšanas par spēkā neesošu vispārīgajiem pamatiem Direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā ir paredzēts vispārīgs noteikums, kas it īpaši attiecas vienīgi uz apzīmējumiem, ko veido attiecīgās preces forma⁵.

23. Jebkurš no minētā 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trim nosacījumiem ir šķērslis preču zīmes reģistrācijai. Šiem nosacījumiem ir galīgs raksturs tādā ziņā, ka atšķirībā no reģistrācijas šķēršļiem, kas ietverti direktīvas 3. panta 1. punkta b), c), kā arī d) apakšpunktā, to piemērošanu nevar atteikt, pamatojoties uz to, ka attiecīgā preču zīme iegūst tā dēvēto “atkārtoto atšķirtspēju” tās lietošanas rezultātā (direktīvas 3. panta 3. punkts)⁶.

4 — Šeit ir jānorāda, ka tiesvedības valodā ir atšķirība starp citēto normas fragmentu, kas attiecas uz “formām, kuras precēm piešķir ievērojamu vērtību” (līdzīgi kā vācu, spāņu, angļu, franču u.c. valodās), un šīs pašas normas tekstu poļu valodā, kurā ir runa par “kształcie zwiększającym znacznie wartośc towaru”. Šī atšķirība, manuprāt, nerada atšķirības normas nozīmes izpratnē.

5 — Šis jēdziens aptver trīsdimensiju vai divdimensiju formas, kā arī grafiskas zīmes (apzīmējumus), kas veido preces formu. Skat. spriedumu *Philips* (C-299/99, EU:C:2002:377, 76. punkts). Identiska norma ir ievietota Padomes 2009. gada 26. februāra Regulas (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (OV L 78, 1. lpp.) 7. panta 1. punkta e) apakšpunktā un iepriekš – Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) 7. panta 1. punkta e) apakšpunktā.

6 — Spriedumi *Philips* (EU:C:2002:377, 75. punkts) un C-371/06 *Benetton Group* (EU:C:2007:542, 25.–27. punkts).

24. Tiesa jau vairākkārt ir interpretējusi direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta otrajā ievilkumā paredzēto nosacījumu. Šis nosacījums attiecas uz apzīmējumu, kurus veido vienīgi “preču forma, kas vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai”⁷, reģistrācijas nepieļaujamību. Bet šajā lietā Tiesai tiek lūgts interpretēt 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta normu attiecībā uz nosacījumiem, kas ietverti pirmajā, kā arī trešajā ievilkumā. Iesniedzējtiesas lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu attiecas arī uz iespēju kopā piemērot abus šos nosacījumus.

A – Direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta ratio legis

25. Tiesa uzskata, ka direktīvas 3. panta 1. punktā uzskaitītie dažādie reģistrācijas atteikuma vai atzīšanas par spēkā neesošu pamatojumi ir jāinterpretē vispārējo interešu kontekstā, kas ir katra šī pamatojuma pamatā⁸.

26. Ņemot vērā Tiesas judikatūru attiecībā uz direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta otro ievilkumu, kopējā interese, kas ir pamatā aplūkojamajai tiesību normai, ir izvairīties, ka dažas preces pamatīpašības, kas izriet no tās formas, tiek monopolizētas.

27. Pēc Tiesas uzskatiem, direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta otrajā ievilkumā noteikto reģistrācijas atteikuma pamatojumu jēga [*ratio*] ir izvairīties no tā, ka preču zīmes piešķirto tiesību aizsardzības rezultātā tās īpašniekam tiek piešķirts monopols uz tehniskiem risinājumiem vai preces funkcionālām īpašībām, kas patērētāju varētu interesēt konkurentu precēs. Šī tiesību norma novērš to, ka aizsardzība, ko piešķir preču zīme, aptver ko vairāk nekā tikai apzīmējumus, kas ļauj atšķirt preci vai pakalpojumu no konkurentu piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, un ir šķērslis šo pēdējo iespējai brīvi piedāvāt preces, kurās ietverti minētie tehniskie risinājumi vai funkcionālās īpašības⁹.

28. Nav nozīmes tam, ka iepriekš aprakstītais mērķis ir balstīts uz visiem trim direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā paredzētajiem nosacījumiem. Visi trīs nosacījumi kalpo tam, lai minētās preces pamatīpašības, kas atspoguļojas tās formā, turpinātu būt publiskas.

29. Katrā ziņā šim mērķim ir dziļāks pamatojums, kas attiecas uz preču zīmju aizsardzības tiesību aksioloģiskiem nosacījumiem.

30. Preču zīmei – kā jau nemateriālam īpašumam – piemīt brīva spēja radīt attiecīgajam patērētājam asociācijas starp precī (vai pakalpojumu) un attiecīgo nozīmi¹⁰. Pateicoties tam, patērētājs var saistīt minēto preču zīmi ar preču izcelsmi un atbilstošu kvalitātes standartu. Preču zīme nodrošina šo iegādāto preču vienveidību un tādējādi samazina, pirmkārt, risku, kas saistīts ar ierobežotu piekļuvi informācijai, kā arī, otrkārt, atbilstošās preces atrašanas izmaksām. Šādā veidā preču zīmju sistēma stiprina tirgus caurskatāmību, izlīdzinot nesamērību starp sarežģītiem mārketinga apsvērumiem un ierobežoto patērētāja informētību par šiem apsvērumiem¹¹.

7 — Spriedumi *Philips* (EU:C:2002:377), *Lego Juris/ITSB* (C-48/09 P, EU:C:2010:516), kā arī Vispārējās tiesas spriedumi *Yoshida Metal Industry/ITSB – Pi-Design* u.c. (Trīsstūrainas virsmas ar melnās krāsas punktiem attēls, T-331/10, EU:T:2012:220), *Yoshida Metal Industry/ITSB – Pi-Design* u.c. (Virsmas ar melnās krāsas punktiem attēls, T-416/10, EU:T:2012:222), *Reddig/ITSB – Morleys* (Naža spals, T-164/11, EU:T:2012:443).

8 — Spriedumi *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 25.–27. punkts) un *Philips* (EU:C:2002:377, 77. punkts).

9 — Spriedumi *Windsurfing Chiemsee* (EU:C:1999:230, 25. punkts) un *Philips* (EU:C:2002:377, 78. un 79. punkts).

10 — Skat. R. Skubisz, *Prawo z rejestracji znaku towarowego i jego ochrona. Studium z zakresu prawa polskiego na tle prawnoporównawczym*, Ļubļina, 1988, 15.–18. lpp., 235. un 236. lpp.; E. Wojcieszko-Głuszko, *Pojęcie znaku towarowego*, no: *System prawa prywatnego*, 14.b sējums – *Prawo własności przemysłowej*, Varšava, C. H. Beck, Instytut Nauk Prawnych PAN, 2012, 427. un 428. lpp.

11 — Skat. W.M. Landes, R.A. Posner, *The Economic Structure of Intellectual Property Law*, Kembridža, Harvard University Press, 2003, 166.–168. lpp.; A. Griffiths, *An Economic Perspective on Trade Mark Law*, Čeltenhema, Elgar Publishing, 2011, 47.–53. un 157. lpp.

31. Ievērojot savu saimniecisko funkciju, preču zīmju aizsardzības sistēma ir obligāts elements, kas kalpo godīgas konkurences izveidei, pamatojoties uz preču cenām un kvalitāti¹². Turklāt ir jānorāda, ka ekskluzīvas tiesības lietot attiecīgo nemateriālo lietu, kas ir viens no jebkuru intelektuālo tiesību elementiem, saistībā ar preču zīmēm vienmēr nerada konkurences ierobežojumus. Ekskluzīvas tiesības lietot attiecīgo apzīmējumu (preču zīmi) neierobežo konkurentu brīvību piedāvāt preces. Viņi var brīvi smelties no potenciālo apzīmējumu (preču zīmju) pulka, kuru skaits attiecīgi ir neierobežots.

32. Tomēr atsevišķās situācijās preču zīmes ekskluzīvo tiesību pastāvēšana var izraisīt konkurences traucējumus.

33. Direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkts palīdz izvairīties no šādas situācijas, kurā formas reģistrācija – ar atrunu par ekskluzivitāti attiecībā uz preces pamatelementiem no efektīvas konkurences viedokļa attiecīgajā tirgū – ļautu iegūt negodīgas priekšrocības konkurences ziņā. Tas apdraudētu preču zīmju aizsardzības sistēmas pastāvēšanas mērķus.

34. Šādas preču zīmes sistēmas izmantošanas piemērs – kaut arī ne vienīgais – ir aizsardzības, kas pamatojas uz preču zīmes reģistrāciju, un aizsardzības, pamatojoties uz citām intelektuāla īpašuma tiesībām, kumulācija. Es gribētu skaidri šajā ziņā norādīt, ka šāda aizsardzības kumulēšana principā ir atļauta Savienības tiesībās. Piemēram, rūpnieciskā dizaina reģistrācija neizslēdz to, ka šai pašai trīsdimensiju formai tiek piešķirtas aizsargājamas tiesības kā preču zīmei, protams, ja ir izpildīti preču zīmes reģistrācijas nosacījumi¹³.

35. Tāpat ir jāpiemin, ka preču zīmju aizsardzības sistēmas mērķis, kas veido pamatu godīgai konkurencei, stiprinot caurskatāmību, atšķiras no pieņēmumiem, kas ir dažu citu intelektuālo tiesību aizsardzības veidu pamatā, kas kalpo – vienkāršoti sakot – inovāciju un kreativitātes atbalstam.

36. Šī mērķu atšķirība rada skaidrību par to, kādēļ tiesību, kas izriet no preču zīmes reģistrācijas, aizsardzības iespēja ir beztermiņa, bet citu intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzību likumdevējs ir ierobežojis laikā. Šis ierobežojums izriet no sabiedrības intereses, kas balstās uz inovāciju un kreativitātes aizsardzību, no vienas puses, un valsts intereses, kas balstās uz iespēju izmantot citu personu intelektuālos sasniegumus ar mērķi veicināt turpmāku sociālekonomisko attīstību, no otras puses, līdzsvarošanas.

37. Preču zīmju tiesību izmantošana ar mērķi attiecināt ekskluzīvās tiesības uz nemateriālu lietu, uz kuru attiecas aizsardzība, pamatojoties uz citām intelektuālā īpašuma tiesībām, varētu – pēc šo tiesību izbeigšanās – radīt interešu līdzsvara, ko likumdevējs noteicis, tostarp paredzot šo citu tiesību aizsardzības jomu ierobežojumus, pārkāpumu.

38. Minētie jautājumi ir dažādi regulēti atsevišķās tiesību sistēmās¹⁴. Savienības likumdevējs atrisināja to tādā veidā, ka noteica normatīvus kritērijus, kas varētu būt absolūts šķērslis zīmes, kuru veido preces forma, reģistrācijai.

12 — Skat. līdzīgus spriedumus *Lego Juris/ITSB* (EU:C:2010:516, 38. punkts) un *Pi-Design u.c./Yoshida Metal Industry* (no C-337/12 P līdz C-340/12 P, EU:C:2014:129, 42. punkts).

13 — Tostarp tas izriet no Eiropas Parlamenta un Padomes 1998. gada 13. oktobra Direktīvas 98/71/EK par dizainparaugu tiesisko aizsardzību 16. panta (OV L 289, 28. lpp.). Skat. J. Szwaja, E. Wojcieszko-Głuszko, I. B. Mika, *Kumulacja i kolizja praw własności przemysłowej (na przykładzie wzorów przemysłowych i znaków towarowych)*, *Kwartalnik Prawa Prywatnego*, 2001, 2. sējums, 343. lpp.

14 — Savienoto valstu federālajās tiesībās uz šo jautājumu attiecas tā dēvētā “funkcionalitātes koncepcija” (“functionality doctrine”), kas attīstīta tiesu praksē un pēc tam kodificēta ar likumu; skat. A. Horton, *Designs, shapes and colours: a comparison of trade mark law in the United Kingdom and the United States*, *European intellectual property review*, 1989, 11. sējums, 311. lpp.

39. Šie kritēriji, kas iekļauti direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā, tāpēc kavē izmantot preču zīmju tiesības ar mērķi, kas neatbilst to noteikumiem. Tie ir paredzēti godīgas konkurences aizsardzībai, padarot neiespējamu attiecīgās preces pamatīpašību, kas ir nozīmīgas no efektīvas konkurences attiecīgajā tirgū viedokļa, monopolizāciju. It īpaši tie kalpo arī interešu līdzsvara nodrošināšanai, ko likumdevējs ir definējis, nosakot dažu citu intelektuālā īpašuma tiesību aizsardzības ierobežojumus laikā.

40. Pamatojoties uz iepriekš minētajiem apsvērumiem, turpinājumā pievērsīšos iesniedzējtiesas iesniegto jautājumu analīzei.

B – *Direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmā ievilkuma interpretācija (pirmais jautājums)*

41. Pirmajā jautājumā iesniedzējtiesa lūdz interpretēt jēdzienu “forma, kas izriet no pašu preču īpašībām”.

42. Attiecībā uz šī jautājuma kontekstu no *Hoge Raad* lēmuma izriet, ka minētā bērnu krēsla formas funkcijas – vismaz daļēji – ir noteiktas ar tā funkcionālajām īpašībām, bet it īpaši drošību, ērtību, kā arī izturību. Šim krēslam ir arī “pedagoģiska un ergonomiska” vērtība.

43. *Stokke* un *Opsvik* pamattiesvedībā apgalvo, ka minētā krēsla vērtība nav pietiekama, lai piemērotu reģistrācijas šķērsli attiecībā uz formu, kas izriet no preces īpašībām (3. panta 1. punkta e) apakšpunkts pirmais ievilkums). *Stokke* un *Opsvik* uzskata, ka šis šķērslis attiecas uz precēm, kam ir iepriekš noteikta forma, kas nav aizstājama ar citu formu.

44. Kā jau pieminēju, Tiesai vēl nav bijis iespējas izteikties jautājumā par 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmā ievilkuma interpretāciju¹⁵.

45. Vispirms es gribētu uzsvērt, ka pastāv divas nostājas attiecībā uz šīs normas interpretāciju, kas atspoguļotas gan attiecīgajā literatūrā, gan tiesvedības dalībnieku apsvērumos.

46. Pirmkārt, atbilstoši šaurākajai nostājai jēdziens “forma, kas izriet no pašu preču īpašībām” attiecas uz formu, kas neatraujami izriet no attiecīgās preces īpašībām un kas neatstāj nekādu brīvību ražotāja individuālam ieguldījumam¹⁶. Šī interpretācija ierobežo attiecīgā reģistrācijas nosacījuma piemērošanas jomu tikai uz precēm, kam nav alternatīvas formas, un pat dabiskām precēm (klasisks šī nosacījuma piemērošanas piemērs ir iespējas reģistrēt “banāna formu banāniem” izslēgšana), kā arī ražojumiem ar noteiktām formas īpašībām (kā, piemēram, regbija spēles bumba).

47. Šķiet, ka šāda nostāja dominē Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (Preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) (turpmāk tekstā – “ITSB”) praksē attiecībā uz Kopienų preču zīmi¹⁷.

15 — Skat. attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta no e) līdz i) apakšpunktam Vispārējās tiesas spriedumu *Procter & Gamble/ITSB* (Ziepju forma, T-122/99, EU:T:2000:39, 55. punkts).

16 — Šajā lietā šāda nostāja izriet no *Stokke* un *Opsvik* apsvērumiem pamatlietā, kā arī no Itālijas un Portugāles, kā arī Komisijas apsvērumiem.

17 — Skat. Procedūras ITSB pamatnostādņu, kas apstiprinātas ar ITSB priekšsēdētāja pēdējo 2013. gada 4. decembra Lēmumu Nr. EX-13-5 (turpmāk tekstā – ITSB pamatnostādnes), B daļas 4. nodaļas (Absolūti reģistrācijas atteikuma pamati) 2.5.2. punktu. Skat. arī A. Folliard-Monguiral, D. Rogers, *The protection of shapes by the Community trade mark*, European intellectual property review, 2003, 25. sējums, 173. lpp.

48. Atbilstoši otrajai nostājai, kas pamatojas uz paplašinātu interpretāciju, aplūkojamais šķērsliis ietver – attiecībā uz visām precēm – visizplatītāko formu, kas vislabāk izsaka attiecīgās preces būtību¹⁸. Šeit ir runa par apzīmējumu, kas ir kļuvis tipisks attiecīgās semantiskās kategorijas piemērs, citiem vārdiem sakot, par apzīmējumu, kas ir saistīts ar patērētāju priekšstatu par attiecīgās preces pamatīpašībām. Reģistrācijas aizliegums attiektos uz šīs preces tipiskajām (vispārējām) īpašībām, kas izriet no tās funkcijām. Savukārt aizliegums neattiektos uz īpašībām, kas ir īpašas attiecīgajai precei, kā arī uz tām, kas izriet no šīs preces konkrētas lietošanas¹⁹.

49. Atbilstoši otrajai nostājai nebūtu pieļaujams reģistrēt formas, ko veido vienīgi īpašības, kas parasti piemīt minētajai precei, izmantojot Lielbritānijas piemērus lietā, kas ne reizi vien ir norādīti doktrīnā, piemēram, ķieģeļu kvadrāta formu, tvertnes ar snīpi, tējkannas formu ar vāciņu un rokturi vai arī zaru formu galda dakšiņai.

50. Manuprāt, sašaurināta nostāja, kaut arī tā ir pieļaujama, interpretējot tiesību normu gramatiski, nav precīza, ievērojot tās *rationis legis*.

51. Vispirms, šī pirmā nostāja var nelabvēlīgi ietekmēt direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajā ievilkumā ietvertā nosacījuma būtību. Proti, ir grūti iedomāties saprātīgu likumdevēju, kas paredzētu reģistrācijas šķērsli tik šaurā jomā, atbilstoši attiecinot to tikai uz dabas radītām vai normatīvi vienādotām formām. Interpretējot tik sašaurināti, minētais kritērijs šķiet lieks, jo tādai formai acīmredzami nav atšķirtspējas un tā to nevar iegūt arī lietošanas ceļā. To reģistrācija būtu izslēgta jebkurā gadījumā, ievērojot direktīvas 3. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktu, un 3. panta 3. punkts nekad netiktu piemērots.

52. Turklāt piedāvājums interpretēt minēto tiesību normu tik ierobežojoši ne tikai atņemtu tai normatīvu vērtību, bet šāda interpretācija būtu arī pretrunā pieņēmumam, ka direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā iekļautajiem trim kritērijiem ir kopīgs mērķis²⁰.

53. Pirms secinājuma par 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmo ievilkumu izdarīšanas es gribētu aplūkot Tiesas judikatūru par šīs normas otro ievilkumu. Jāatgādina, ka šajā tiesību normā ir aizliegta “preču formas, kas vajadzīga tehniska rezultāta iegūšanai” reģistrācija. Spriedumā lietā *Philips* (EU:C:2002:377) Tiesa nolēma, ka šī norāde attiecas uz formām, kuru *pamata īpašības* (mans izcēlums) atbilst tehniskai funkcijai. Preču zīmei neatņemami piederīgā ekskluzivitāte nevar radīt šķērsli konkurentu iespējai piedāvāt precī, kurā ietverta tāda pati funkcija. Ja kādas preces formas pamata funkcionālās īpašības ir piedēvējamas tikai tehniskam rezultātam, minētais 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta otrais ievilkums izslēdz tāda apzīmējuma reģistrāciju, kas sastāv no minētās formas, pat ja attiecīgo tehnisko rezultātu var sasniegt, izmantojot citas formas²¹.

54. Manuprāt, minētais apsvēruma – ievērojot konverģences pieņēmumus, kas ir visu trīs direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā paredzēto kritēriju pamatā – ir piemērojams arī kritērijam, kas izslēdz apzīmējuma, ko veido “forma, kas izriet no pašu preču īpašībām”, reģistrāciju.

18 — Šāda nostāja ir atspoguļota sabiedrības *Hauck* apsvērumos, kā arī – ar dažiem iebildumiem – Vācijas, Polijas un Apvienotās Karalistes valdību apsvērumos.

19 — Skat. H. Fezer, *MarkenG* § 3, no: H. Fezer (izd.), *Markenrecht*, 4. izdevums, MünchK, Beck, 2009, 663. punkts; G. Eisenführ, *Art 7*, no: G. Eisenführ, D. Schennen (izd.), *Gemeinschaftsmarkenverordnung*, 3. izdevums, Kluwer, Wolters Kluwer, 2010, 197. punkts; kā arī A. Firth, E. Gredley, S. Maniatis, *Shapes as trade marks: public policy, functional considerations and consumer perception*, *European intellectual property review*, 2001, 23. sējums, 92. lpp.

20 — Šajā lietā Komisija vadās no – manuprāt, maldīga – pieņēmuma, ka minētās normas pirmajā ievilkumā iekļautajam reģistrācijas aizlieguma nosacījumam ir citāds raksturs nekā divos pārējos ievilkumos, tas ir, otrajā un trešajā, ietvertajiem nosacījumiem. Pēc Komisijas domām, šis nosacījums neattiecas uz dažu preces pamatīpašību monopolizāciju, bet ar to tiek vienīgi novērsta “dabiska monopola” attiecībā uz tādām precēm radīšana, tātad situācijām, kad vienīgās iespējamās preces formas rezervēšana par labu vienam subjektam izslēgtu jebkādu konkurenci.

21 — Spriedums *Philips* (EU:C:2002:377, 79. un 83. punkts).

55. Ņemot vērā iepriekš minēto, uzskatu, ka direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmais ievilkums izslēdz formas, kuras visas pamatīpašības izriet no attiecīgās preces īpašībām un līdz ar to tās izriet no attiecīgās preces lietošanas funkcijas, reģistrāciju.

56. Manuprāt, šajā ziņā ir jāņem vērā sekojošs apstāklis. Dažām formas īpašībām ir īpaša būtiska nozīme funkcijai, ko pilda norādītā prece. Tās var būt tādas formas īpašības, ko grūti nosaukt par vajadzīgām, lai sasniegtu “tehnisku rezultātu” direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta otrā ievilkuma izpratnē.

57. Šeit ir runa par šādām īpašībām, kam ir pamatnozīme attiecīgās preces funkcijām, un neapšaubāmi ir arī tas, ka patērētāju šīs īpašības interesē konkurentu precēs. Lietojot ekonomikas terminus, šeit ir runa par formas īpašībām, kam nav līdzvērtīga aizstājēja (perfektas aizstājējas īpašības).

58. Šādu īpašību atruna par labu vienam saimnieciskam subjektam apgrūtinātu konkurējošām sabiedrībām iespēju savām precēm piešķirt tikpat noderīgu formu. Tādējādi preču zīmes īpašnieks iegūtu būtiskas priekšrocības, kas negatīvi ietekmētu konkurences struktūru attiecīgajā tirgū.

59. Ņemot vērā iepriekš norādītos apsvērumus, nozīmes nav tam, ka 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmais ievilkums acīmredzami ietver formu, kuru pamatīpašības izriet no attiecīgās preces funkcijas, reģistrāciju. Tā tas būtu, ja, piemēram, runa būtu par galda kāju ar horizontālu plakni vai arī par zoli ortopēdiskā formā kopā ar atloku siksnu “v” burta formā. Tomēr minētajai tiesību normai var būt ievērojama nozīme arī, ņemot vērā iespēju reģistrēt preču zīmes, ko veido ļoti sarežģītu ražojumu – piemēram, burinieka korpusa vai lidmašīnas propellera – forma.

60. Šajā ziņā jāņem vērā arī apstāklis, ka attiecībā uz reģistrācijas šķēršļiem, kas ietverti direktīvas 3. panta 1. punkta b), c) un d) apakšpunktā, likumdevējs ir paredzējis iespēju, ka attiecīgais apzīmējums iegūst atkārtotu atšķirtspēju tā lietošanas rezultātā direktīvas 3. panta 3. punkta izpratnē.

61. Savukārt reģistrācijas šķēršļa, kas norādīts direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajā ievilkumā, piemērošana var tikt atteikta, pamatojoties uz 3. panta 3. punktu. Šī šķēršļa piemērošana tāpat nozīmē, ka minētās formas reģistrācija ir galīgi izslēgta. Šāds pieņēmums atbilst aplūkojamās tiesību normas mērķim, jo tas kalpo tam, lai formas pamatīpašības, kas ir nozīmīgas minētās preces funkcijām, nevarētu tikt monopolizētas, pierādot atkārtotu atšķirtspēju.

62. Interpretējot direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmo ievilkumu, papildus ir jāņem vērā apstākļi, ka vienīgi preces funkcionālas formas kā preču zīmes reģistrācija var šīs preču zīmes īpašniekam dot tiesības aizliegt citiem uzņēmumiem ne vien tās pašas formas, bet arī līdzīgu formu izmantošanu. Tādējādi pastāv risks, ka minētā īpašnieka konkurentiem kļūs neiespējama alternatīvu formu būtiska skaita izmantošana²².

63. Šim argumentam īpaša nozīme ir attiecībā uz sadzīves priekšmetu formām, attiecībā uz kuriem jaunradi ierobežo mērķis iegūt funkcionālu efektu. Šī iespēja pamato tādu formu reģistrācijas nepieļaujamību, kuru pamatīpašības nosaka vienīgi attiecīgās preces sadzīves funkcijas.

64. Savukārt, manuprāt, 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajā ievilkumā noteiktais šķērslis, kas izslēdz reģistrāciju, nav piemērojams formām, kam papildus tādām tipiskām (vispārējām) funkcionālajām īpašībām ir citas būtiskas funkcijas. Taču šīs īpašības nevar vienkārši izrietēt no šīs preces funkcijas, bet tām ir jābūt tikai konkrētās šīs funkcijas piemērošanas izpaušmei. Šāds konkrētas piemērošanas veids var būt, piemēram, zobu suku rokturis multiplikācijas filmas varoņa formā, vai arī ģitāras korpus izveidots formā, kas atšķiras no parastī sastopamās šī instrumenta formas.

22 — Skat. attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta ii) punktu spriedumu *Lego Juris/ITSB* (EU:C:2010:516, 56. punkts).

65. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, manuprāt, uz iesniedzējtiesas uzdotā pirmā jautājuma a) daļu ir jāatbild sekojoši. Direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmais ievilkums attiecas uz formu, kuras visas sadzīves pamatīpašības izriet no minētās preces īpašībām, turklāt nav nozīmes apstāklim, ka šai precei var būt arī cita, alternatīva forma.

66. Ņemot vērā iepriekš minēto, uz pirmā jautājuma b) daļu nav jāatbild.

C – Direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma interpretācija (otrais jautājums)

67. Otrajā jautājumā iesniedzējtiesa uzdod vairākus jautājumus, kas saistīti ar zīmes, kas uzskatāma par “formu, kura precēm piešķir reālu vērtību”, reģistrācijas atteikuma pamata interpretāciju.

68. Kā izriet no iesniedzējtiesas lēmuma, *Stokke* un *Opsvik* pamattiesvedībā apšaubā *Gerechthof 's-Gravenhage* konstatējumu, ievērojot kuru aplūkojamā forma ietilpst minētā reģistrācijas šķēršļa piemērošanas jomā, ņemot vērā apstākli, ka tā ir ļoti pievilcīga un piešķir bērnu krēslam “Tripp Trapp” ievērojamu vērtību. Tie it īpaši apgalvo, ka patērētāji iegādājas “Tripp Trapp”, galvenokārt ņemot vērā to, ka šis krēsls ir stabils, drošs, funkcionāls un ergonomisks. Tomēr šī krēsla dizains, kaut arī tas ietekmē tā vērtību, nav galvenais tā iegādāšanās iemesls.

69. Turpinājumā gribētu norādīt, ka direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma norma nav noformulēta skaidri. Par to liecina daudzās atšķirības tās interpretācijā²³.

70. Man ir radies iespaids, ka visi uzskaitītie 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma interpretācijas veidi, kas norādīti doktrīnā un judikatūrā, ir balstīti uz līdzīgiem teleoloģiskiem apsvērumiem. Šie apsvērumi izriet no pieņēmuma, ka formu, kas piešķir reālu vērtību precei, reģistrācijas aizlieguma mērķis ir preču zīmju aizsardzības un citu nemateriālo lietu (kas ir aizsargājamas, pamatojoties uz rūpnieciskā dizaina tiesībām vai autortiesībām) aizsardzības nošķiršana. Tāpēc, interpretējot aplūkojamo tiesību normu, jācenšas izslēgt tādu situāciju, kad preču zīmju tiesības tiktu izmantotas vienīgi mērķiem, kuru īstenošanai ir paredzētas citas intelektuālā īpašuma tiesības²⁴.

71. Šādu teleoloģisku nosacījumu pieņemšana tomēr nepalīdz vienotai direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma izpratnei.

72. Šajā ziņā var norādīt uz diviem virzieniem, kas iezīmējas judikatūrā. No vienas puses, vispirms ir runa par Vācijas tiesu judikatūru, no otras puses – par Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja praksi, ka arī Eiropas Savienības Vispārējās tiesas judikatūru.

73. Atbilstoši *Bundesgerichtshof* (Vācijas Federāla Augstākā tiesa)²⁵, judikatūrai²⁶, kā arī Vācijas doktrīnai minētā tiesību norma izslēdz tādu formu reģistrāciju, kuru gadījumā preces estētiskā vērtība, kas izpaužas tās formā, ir tik svarīga, ka preču zīmes galvenā funkcija, kas ir norādīt uz tās izcelsmi, zaudē jēgu. Savukārt, ja minēto precī neveido vienīgi pati estētiskā forma, bet šī forma ir viens no preces kopuma “elementiem”, kuras sadzīves funkcija vai lietošanas mērķis izriet no citām īpašībām, tad šādas formas reģistrācija ir pieļaujama.

23 — Piemēram, Komisijas *Max Planck* vārdā nosauktajā Intelektuālā īpašuma un konkurences tiesību institūtā pasūtītā pētījuma autori uzskata, ka šīs normas *ratio legis* nav skaidras, un ir ieteikts to atcelt vai nomainīt; skat. *Study of the overall functioning of the European trade mark system*, Mīnhene, 2011, 2.32.–2.33. punkts, 72. un 73. lpp. (pieejams interneta vietnē http://ec.europa.eu/internal_market/indprop/tm/index_en.htm). Direktīvas atjaunošanas priekšlikumā, pie kura šobrīd tiek strādāts, tomēr ir pieļauts, ka norma tiks atstāta nogrozīta (2013. gada 27. marta COM(2013) 162).

24 — Skat. ģenerālvokāta D. Ruiza-Harabo Kolomera [*D. Ruiz-Jarabo Colomer*] secinājumus lietā *Philips* (C-299/99, EU:C:2001:52, 30. un 31. punkts).

25 — Skat. iepriekš minētos (19. zemsvītras piezīme) H. Fezer, 696. punkts, un G. Eisenführ, 201. punkts.

26 — Skat. 2007. gada 24. maija spriedumu “Fronthaube” (I ZB 37/04) *BGH GRUR* 2008, 71, 23. punkts. Tajā *Bundesgerichtshof* atkāpās no piecdesmito gadu judikatūras: 1952. gada 22. janvāra sprieduma “Hummelfiguren” (I ZR 68/51) *BGHZ* 5, 1, kā arī 1958. gada 9. decembra sprieduma “Rosenthal-Vase” (I ZR 112/57) *BGHZ* 29, 62, 64.

74. Ņemot vērā norādīto interpretāciju, minētais reģistrācijas šķērslis attiecas galvenokārt uz mākslas darbiem un lietišķās mākslas darbiem, kā arī uz speciāliem ražojumiem vienīgi dekoratīvai funkcijai. Savukārt tas neizslēdz tādu preču formu reģistrāciju, kam papildus dekoratīvajai funkcijai ir arī citas sadzīves funkcijas, kā, piemēram, krēslam vai klubkrēslam²⁷.

75. Citā virzienā ir vērsta ITSB prakse, ko apstiprina Vispārējās tiesas spriedums lietā *Bang & Olufsen* /ITSB (skandu forma)²⁸.

76. Ņemot vērā šo spriedumu, atzinums, ka forma piešķir reālu vērtību precei, neizslēdz iespēju, ka arī citas preces īpašības, tādas kā tehniskās īpašības aplūkojamajā gadījumā, varētu piešķirt attiecīgajai precei ievērojamu vērtību. Citiem vārdiem sakot, pats fakts, ka aplūkojamās preces dizains ir elements, kuram būs ļoti liela nozīme patērētāja izvēlē, nosaka to, ka forma piešķir precei reālu vērtību. Turklāt nav nozīmes tam, ka patērētājs ņems vērā arī citas konkrētās preces īpašības²⁹. Šķiet, ka ITSB šādu interpretāciju konsekventi piemēro savā praksē³⁰.

77. Atbilstoši šim pirmajam spriedumu virzienam, ko pārstāv galvenokārt Vācijas tiesu judikatūra, trešajā ievilkumā ietvertā norāde ir piemērojama tikai tādās situācijās, kad attiecīgās formas estētiskā vērtība ir tik nozīmīga, ka preču zīmes galvenā funkcija zaudē nozīmi. Tā tas ir šajā lietā, kad aplūkotās preces saimnieciskā vērtība balstās tikai uz dizainu, kā tas ir lietišķās mākslas vai dažu kolekciju ražojumu gadījumā.

78. Man ir šaubas par šādu nostāju. Piekrītu acīmredzot, ka mākslas darba forma, tostarp lietišķās mākslas darba forma, ievērojot tās raksturu, nevar pildīt preču zīmes funkciju attiecībā uz šo darbu. Tomēr apstākļi, ka minētā forma kalpo tikai kā estētisks priekšmets un tādēļ nevar darboties kā preču zīme, manuprāt, nav vienīgā situācija, uz kuru attiecas minētā tiesību norma. Grūti piekrist minētās nostājas galvenajam priekšnoteikumam, ka jēdziens “forma, kura precēm piešķir reālu vērtību” attiecas tikai uz situācijām, kad preces saimniecisko vērtību veido vienīgi tās estētiskā forma.

79. Manuprāt, minētās tiesību normas interpretācijai ir jātiecas piešķirt tai nozīmi, kas būtu saderīga ar direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta kopējo mērķi. Šīs normas mērķis ir panākt, ka preču zīmes aizsardzība tiek izmantota tikai ar vienu mērķi, kam tā ir noteikta, un it īpaši, lai tā netiktu lietota nolūkā iegūt negodīgas priekšrocības tirgū, kas neizriet no cenu un kvalitātes konkurences.

80. Pēc manām domām, direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešajā ievilkumā ietvertās norādes mērķis ir izslēgt tādu attiecīgās preces ārējo īpašību monopolizāciju, kas nepilda ne tehniskas, ne lietošanas funkcijas, bet vienlaikus ievērojami palielina preces pievilcīgumu un nozīmīgi ietekmē patērētāju izvēli.

81. Šādi interpretējot, trešajā ievilkumā ietvertās norādes piemērošanas joma neattiecas tikai uz mākslas darbiem vai lietišķās mākslas darbiem. Tā attiecas arī uz visiem citiem sadzīves priekšmetiem, kuru dizains ir viens no to galvenajiem elementiem, kas nosaka to pievilcīgumu, tādējādi nosakot attiecīgās preces panākumus tirgū.

27 — Skat., piemēram, Vācijas *Bundespatentgericht* [vajadzētu tulkojumu] 2011. gada 8. jūnija spriedumu “Barcelona – Sessel” (26 W (pat) 93/08), attiecībā uz tā dēvēto Barselonas krēslu, ko ir projektējis slavenais vācu arhitekts *Ludwig Mies van der Rohe*. Vācijas tiesa nolēma, ka aplūkotā forma neatbilst nosacījumam par spēka neesamību attiecībā uz formu, kas piešķir reālu vērtību precei, ja tās galvenais lietošanas mērķis un sadzīves funkcija ir mēbeles, kas kalpo sēdēšanai (“Sitzmöbel”), kam papildus estētiskajiem aspektiem ir jāatbilst ergonomiskām prasībām.

28 — 2011. gada 6. oktobra spriedums *Bang & Olufsen*/ITSB (Skandu forma, T-508/08, EU:T:2011:575); šis spriedums attiecās uz sūdzību par ITSB Pirmās apelāciju padomes 2008. gada 10. septembra lēmumu (lieta R 497/2005-1).

29 — Skat. attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta iii) punktu spriedumu lietā *Bang & Olufsen*/ITSB (Skandu forma, EU:T:2011:575, 73. un 77. punkts). Līdzīgi plašākam nolējumam, kas attiecas ne tikai uz ražojumiem, kam ir vienīgi dekoratīva funkcija, arī ir pamatojums doktrinā; skat. iepriekš minētos (17. zemsvītras piezīme) A. Folliard-Monguiral, D. Rogers, 175. lpp., un (19. zemsvītras piezīme) A. Firth, E. Gredley, S. Maniatis, 94. lpp.

30 — Skat. ITSB Apelāciju padomes lēmumu par krēsla “Alu-Chair” formu, ko projektējuši amerikāņu arhitekti *Charles* un *Ray Eames* (2010. gada 14. janvāra lēmums lietā R 486/2010-2), kā arī par pudeli dimanta formā, kas ir Ēģiptes dizainera *Karim Rashid* projekts (2013. gada 23. maija lēmums lietā R 1313/2012-1), kā arī ITSB pamatnostādņu B daļas 4. iedaļas 2.5.4. punktu.

82. Turklāt es šeit runāju ne tikai par dažām preču kategorijām, kas – vispār – tiek pirktas, ievērojot estētisko formu, kā tas ir bižutērijas vai dekoratīvu galda piederumu gadījumā.

83. Minētā norma, manuprāt, attiecas arī uz tādām precēm, kas parasti netiek uztvertas kā priekšmeti, kam ir dekoratīva funkcija, bet kuru gadījumā formas estētikai ir izšķiroša nozīme noteiktā tirgus organizācijas segmentā, kā tas ir dizaina mēbeļu gadījumā.

84. Taisnība ir, ka neviens nepērk skandu tikai tādēļ, lai to noliktu stūrī kā priekšmetu, kas izrotā telpas interjeru. Tomēr visā tirgus segmentā skandu forma neapstrīdami liecina par to pievilcīgumu.

85. Manis ierosinātajā minētās tiesību normas interpretācijā ir ņemts vērā fakts, ka minētā prece var pildīt vairākus uzdevumus. Proti, nav šaubu par to, ka papildus savai galvenajai sadzīves funkcijai (piemēram, skanda kā ierīce, kas kalpo, lai klausītos mūziku) prece var apmierināt arī citas patērētāja vajadzības. Var iedomāties, ka būtiska preces vērtība izriet ne tikai no funkcijām, kas kalpo tās sadzīves funkciju īstenošanai, bet arī no tās estētiskās vērtības (piemēram, skandai var būt arī dekoratīva funkcija). Apstākļi, ka attiecīgā prece papildus estētiskajai funkcijai pilda sadzīves funkciju, pēc manām domām, neizslēdz iespēju piemērot direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešo ievilkumu. Tā tas, manuprāt, ir atsevišķu dizaina preču gadījumā, kuru estētiskā formas vērtība kļūst par galveno vai vienu no galvenajiem iemesliem, kādēļ patērētājs pieņem lēmumu par pirkumu.

86. Vienlaikus īpaši ir jāapsver jautājums par to, kādi faktiskie apstākļi ir jāņem vērā, lai parādītu, ka minētā preces forma šai precei piešķir “reālu vērtību” (otrā jautājuma a), c) un d) punkts).

87. Iesniedzējtiesas jautājums galvenokārt attiecas uz iespējamo nepieciešamību ņemt vērā to, kā minēto formu uztver patērētāji, kam tā ir paredzēta.

88. Vispirms gribētu norādīt, ka direktīvas 3. panta 1. punktā ietvertie reģistrācijas aizlieguma nosacījumi var – vienkāršojot – tikt iedalīti divās grupās. Pirmkārt, nosacījumi, kas reģistrācijas aizliegumu aplūko no patērētāja viedokļa, jo attiecas uz apzīmējumiem, kas neatbilst atpazīstamības kritērijam, kas patērētājam nevar kalpot kā preces izcelsmes norāde vai var maldināt patērētāju (b) un g) apakšpunkts). Otrkārt, tie ir tādi nosacījumi, kas kalpo arī konkurējošu uzņēmumu aizsardzībai, jo to mērķis ir paturēt publiskā sfērā dažus apzīmējumus (c) un e) apakšpunkts).

89. Analizējot minēto nolēmumu attiecībā uz tā atbilstību pirmajai nosacījumu grupai, veids, kā apzīmējumu uztver patērētāju mērķgrupa, ir obligāti jāņem vērā³¹. Savukārt attiecībā uz otro nosacījumu grupu ir jānovērtē veids, kādā minētais apzīmējums tiek uztverts plašākā perspektīvā. Jāņem vērā arī veids, kādā minēto apzīmējumu uztver preces pircēji, kā arī ekonomiskā ietekme, kas izrietēs no attiecīgā apzīmējuma rezervēšanas viena uzņēmēja vajadzībām. Citiem vārdiem sakot, ir jāapsver, vai apzīmējuma reģistrācija negatīvi neietekmē iespēju laist tirgū konkurējošas preces.

90. Attiecībā uz analogiskas normas, proti, direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta otrā ievilkuma interpretāciju, Tiesa ir nolēmusi, ka veids, kā apzīmējumu uztver vidusmēra patērētājs, nav noteicošais elements un, lielākais, var būt lietderīgs kompetentās iestādes vērtējuma elements, tai identificējot būtiskās apzīmējuma īpašības³².

91. Uzskatu, ka līdzīgu argumentāciju var izmantot, interpretējot direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešo ievilkumu.

31 — Spriedumi *Koninklijke KPN Nederland* (C-363/99, EU:C:2004:86, 34. un 56. punkts) un *Deutsche SiSi-Werke/ITSB* (C-173/04 P, EU:C:2006:20, 60.–63. punkts).

32 — Skat. attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta iii) punktu spriedumu *Lego Juris/ITSB* (EU:C:2010:516, 76. punkts). Kā arī attiecībā uz šī panta iii) punktu – Vispārējās tiesas spriedumu lietā *Bang & Olufsen/ITSB* (Skandu forma, EU:T:2011:575, 72. punkts).

92. Neizslēdzu, ka direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma piemērošanas gadījumā prezumētajam patērētāja uztveres veidam var būt lielāka nozīme nekā normas otrā ievilkuma piemērošanas gadījumā. Citādāk nekā formu, kas ir vajadzīgas tehniska rezultāta sasniegšanai (otrais ievilkums), gadījumā vērtējums, vai attiecīgā forma piešķir precei ievērojamu vērtību (trešais ievilkums), piemēram, ar formas estētiskām funkcijām, prasa ņemt vērā vidusmēra patērētāja viedokli.

93. Tomēr – kā norādīju šo secinājumu 89. punktā – veids, kā apzīmējumu uztver patērētāji, nav izšķirošais vērtēšanas kritērijs. Tas ir viens no būtībā objektīviem faktiskiem konstatējumiem, kas parāda, ka minētās formas estētiskā vērtība ietekmē preces pievilcību tik nozīmīgi, ka tās rezervēšana par labu vienam uzņēmējam sagrautu konkurences apstākļus attiecīgajā tirgū. Citi šādi apstākļi ir, piemēram: aplūkotās preču kategorijas raksturs, minētās formas mākslas vērtība, tās atšķirība no citām formām, kas parasti sastopamas attiecīgajā tirgū, konkurentu ražojumu, kam ir līdzīgas īpašības, būtiska cenas atšķirība, ražotāja izstrādāta reklāmas stratēģija, kurā tiek uzsvēta minētās preces galvenā estētiskā vērtība³³.

94. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, uzskatu, ka, lai sniegtu atbildi uz iesniedzējtiesas uzdotā otrā jautājuma b) daļu, jāatzīst, ka formas, “kura precēm piešķir reālu vērtību”, jēdziens 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma izpratnē attiecas uz formu, kuras estētiskās īpašības ir viens no galvenajiem elementiem, kas nosaka attiecīgās preces tirgus vērtību, kas vienlaikus ir viens no pamatiem patērētāja lēmumam par pirkumu. Šī interpretācija neizslēdz, ka precei ir citas patērētājam svarīgas īpašības.

95. Savukārt attiecībā uz jautājumiem, par kuriem ir runa otrā jautājuma a), c) un d) daļā, ir jānorāda, ka veids, kā uztver vidusmēra patērētājs, ir viens no apstākļiem, kas ir jāaplūko, veicot aplūkotā reģistrācijas atteikuma pamata piemērošanas analīzi – tostarp kopā ar tādiem apstākļiem kā aplūkojamās preču kategorijas īpašības, attiecīgās formas mākslas vērtība, tās atšķirība no citām formām, kas parasti sastopamas attiecīgajā tirgū, konkurentu ražojumu, kam ir līdzīgas īpašības, būtiska cenas atšķirība, ražotāja izstrādāta reklāmas stratēģija, kurā tiek uzsvēta minētās preces galvenā estētiskā vērtība.

D – Iespēja direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajā un trešajā ievilkumā ietvertos nosacījumus piemērot kopā (trešais jautājums)

96. Trešajā jautājumā iesniedzējtiesa apsver iespēju divus atsevišķus reģistrācijas nosacījumus, kas paredzēti attiecīgi 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajā un trešajā ievilkumā, piemērot kopā.

97. Kā izriet no iesniedzējtiesas lēmuma, aplūkojamais jautājums attiecas uz pieļaujamību reģistrēt apzīmējumu, kam ir trīsdimensiju forma un kura dažas īpašības piešķir attiecīgajai precei reālu vērtību (trešais ievilkums) un citas izriet no tā īpašībām (pirmais ievilkums).

98. Lietas dalībnieku uzskati jautājumā par šādas kumulācijas pieļaujamību dalās³⁴.

99. Manuprāt, atbilde uz šādi uzdotu jautājumu izriet vispirms no direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta normatīvās struktūras, kas satur trīs alternatīvus nosacījumus, no kuriem katrs rada patstāvīgu reģistrācijas šķērslī. Šāda normas struktūra, šķiet, izslēdz tās piemērošanu situācijā, kad pilnībā nav izpildīts neviens no trim nosacījumiem.

33 — Skat. līdzīgus apstākļus, ko Vispārējā tiesa ir aplūkojusi attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta e) apakšpunkta iii) punktu spriedumā *Bang & Olufsen/ITSB* (Skandu forma, EU:T:2011:575, 74. un 75. punkts).

34 — Sabiedrība *Hauck*, Polijas valdība, kā arī Apvienotās Karalistes valdība piedāvā atbildēt, ka šāda kumulācija ir pieļaujama, bet pārējās lietas dalībnieces šādu iespēju izslēdz.

100. Šādu uzskatu pamato arī gramatiskā interpretācija. Atbilstoši šīs normas tekstam katrs no šiem trim alternatīvajiem nosacījumiem, kas ietverti direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā, attiecas uz apzīmējumiem, ko veido “vienīgi” formas, par kurām ir runāts atsevišķos ievilkumos.

101. Savukārt, ja ņem vērā direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta teleoloģisko interpretāciju, tad – kā jau norādīju – šai tiesību normai ir viens kopīgs mērķis. Katrs no trim ievilkumiem nepieļauj tādu situāciju, kad ar ekskluzīvu tiesību uz attiecīgo apzīmējumu palīdzību tiktu monopolizētas preces galvenās funkcijas, kas izpaužas tās formā.

102. Manis ierosinātā 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta interpretācija nozīmē, ka šīs normas pirmajā ievilkumā norādītā kritērija piemērošana neizslēdz, ka minētajai precei var būt dažādas formas, bet trešajā ievilkumā norādītā kritērija piemērošana neizslēdz to, ka papildus estētiskajai funkcijai precei ir arī citas funkcijas, kas ir tikpat nozīmīgas patērētājam.

103. Atbilstoši šādai direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta interpretācijai, aplūkojamo nosacījumu kopīga piemērošana, manuprāt, nav nepieciešama, lai sasniegtu mērķi, kam šī norma ir paredzēta.

104. Šajā lietā, ja iesniedzējtiesa nolemtu, ka krēsla “Tripp Trapp” forma piešķir tam vērtību direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma izpratnē, jo kopumā izpilda šī nosacījuma piemērošanas prasības, nebūtu nozīmes tam, ka šī forma atbilst arī citām prasībām, kā, piemēram, drošības vai ergonomijas prasībām, kas papildus varētu tikt prasītas atbilstoši direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajam ievilkumam.

105. Tādējādi piedāvātā direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta interpretācija neizslēdz paralēlu vienu un to pašu apstākļu analīzi attiecībā uz viena vai vairāku nosacījumu, kas ir minēti atsevišķos ievilkumos, izpildi. Reģistrācijas atteikums vai tās spēkā neesamības apstiprinājums ir iespējams tikai tad, ja vismaz viens no nosacījumiem ir izpildīts pilnībā.

106. Nobeigumā tomēr ir jāizvirza viens aplūkotās tiesību normas interpretācijas priekšlikuma iebildums.

107. Proti, es gribētu norādīt, ka direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunktā ietverto nosacījumu kopīgai piemērošanai ir jābūt pieļaujamai attiecībā uz apzīmējumiem, ko patērētāji uztver tikai kā dažādu formu kopumu. Šeit es runāju par apzīmējumiem, kas atspoguļo dažus atsevišķus priekšmetus, kā, piemēram, apzīmējumi, kas atspoguļo degvielas uzpildes stacijas vai mazumtirdzniecības veikala uzbūvi³⁵, kas tādējādi tiešām neveido preces formu, bet apstākļu, kādos attiecīgais pakalpojums tiek sniegts, materiālo atspulgu.

108. Manuprāt – ja mēs uzskatām, ka tāda veida “grupas” apzīmējumi var pildīt preču zīmes funkcijas –, būtu jāpieļauj arī iespēja kumulēt kritērijus, piemērojot tiem direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunktu.

109. Taču šis jautājums iziet ārpus šīs lietas robežām.

110. Ņemot vērā minētos apsvērumus, uz trešo jautājumu, manuprāt, ir jāatbild tādējādi, ka viens un tas pats apzīmējums paralēli var tikt pārbaudīts atbilstoši nosacījumiem, kas norādīti 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajā un trešajā ievilkumā, tomēr preču zīmes reģistrācijas atteikuma vai spēkā neesamības atzīšanas pamats ir tikai tad, kad viena no šiem nosacījumiem piemērošanas nosacījumi ir pilnībā izpildīti.

35 — Skat. attiecībā uz veikala uzbūvi Francijas *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) 2000. gada 11. janvāra spriedumu Nr. 97-19.604, kā arī lietu *Apple* (C-421/13, tiek izskatīta).

VI – Secinājumi

111. Ņemot vērā apsvērumus, ko iepriekš aplūkojām, piedāvāju Tiesai uz *Hoge Raad der Nederlanden* uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

- 1) formas, “kas izriet no pašu preču īpašībām”, jēdziens Padomes 1998. gada 21. decembra Pirmās Direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmā ievilkuma izpratnē attiecas uz formu, kuras visas sadzīves pamatīpašības izriet no minētās preces īpašībām. Turklāt nav nozīmes apstāklim, ka šai precei var būt arī cita, alternatīva forma;
- 2) jēdziens forma, “kura precēm piešķir reālu vērtību”, šīs direktīvas 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta trešā ievilkuma izpratnē attiecas uz formu, kuras estētiskās īpašības ir viens no galvenajiem elementiem, kas nosaka attiecīgās preces tirgus vērtību, kas vienlaikus ir viens no pamatiem patērētāja lēmumam par pirkumu. Šī interpretācija neizslēdz, ka precei ir citas patērētājam svarīgas īpašības.

Veids, kā uztver vidusmēra patērētājs, ir viens no apstākļiem, kas ir jāaplūko, veicot aplūkotā reģistrācijas atteikuma pamata piemērošanas analīzi – tostarp kopā ar tādiem apstākļiem kā aplūkojamās preču kategorijas īpašības, attiecīgās formas mākslas vērtība, tās atšķirība no citām formām, kas parasti sastopamas attiecīgajā tirgū, konkurentu ražojumu, kam ir līdzīgas īpašības, būtiska cenas atšķirība, ražotāja izstrādāta reklāmas stratēģija, kurā tiek uzsvēta minētās preces galvenā estētiskā vērtība;

- 3) viens un tas pats apzīmējums paralēli var tikt pārbaudīts atbilstoši nosacījumiem, kas norādīti 3. panta 1. punkta e) apakšpunkta pirmajā un trešajā ievilkumā, tomēr preču zīmes reģistrācijas atteikuma vai spēkā neesamības atzīšanas pamats ir tikai tad, kad viena no šiem nosacījumiem piemērošanas nosacījumi ir pilnībā izpildīti.