



Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA MACEJA ŠPUNARA [*MACIEJ SZPUNAR*]
SECINĀJUMI,
sniegti 2023. gada 7. septembrī¹

Lieta C-361/22

Industria de Diseño Textil SA (Inditex)
pret
Buongiorno Myalert SA

(*Tribunal Supremo* (Augstākā tiesa, Spānija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Preču zīmes – Direktīva 89/104/EEK – Direktīva 2008/95/EK – Preču zīmes iedarbības ierobežojums – Preču zīmes izmantošana preces vai pakalpojuma nolūka norādei – Likumības nosacījumi

I. Ievads

1. Strīds pamatlietā, uz kuru attiecas šis lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu, ir starp informācijas pakalpojumu sniedzēju tīmekli un mobilo sakaru tīklā un preču zīmes “ZARA” īpašnieku ar šo preču zīmi piešķirto tiesību apgalvotā pārkāpuma dēļ. Proti, reklāmas kampaņas laikā informācijas pakalpojumu sniedzējs bija piedāvājis dalību izlozē, kurā viena no balvām bija “ZARA” dāvanu karte, kuras apzīmējums bija attēlots minētās reklāmas kampaņas laikā. Preču zīmes īpašnieks cēla pret minēto pakalpojumu sniedzēju prasību par preču zīmes pārkāpumu, jo tas esot guvis labumu no preču zīmes reputācijas un nodarījis kaitējumu minētajai reputācijai.
2. Tādējādi strīds pamatlietā var attiekties gan uz preču zīmju tiesībām, gan tiesību aktiem par negodīgu konkurenci. Tomēr prejudiciālais jautājums šajā lietā attiecas tikai uz direktīvām par preču zīmju tiesībām.
3. Šajā ziņā kādā no dalībvalstīm reģistrētas preču zīmes īpašnieks drīkst aizliegt jebkurai trešai personai izmantot apzīmējumus, ja ar šo izmantošanu tiek pārkāptas tā intelektuālā īpašuma tiesības, ņemot vērā šajās direktīvās paredzētos nosacījumus.
4. Tomēr īpašnieka izņēmuma tiesības nav absolūtas. Tādējādi Direktīvas 89/104/EEK² un Direktīvas 2008/95/EK³ 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā ir paredzēts, ka preču zīmes īpašnieks nevar aizliegt trešai personai izmantot komercdarbībā preču zīmi, ja tas nepieciešams preces vai

¹ Oriģinālvaloda – franču.

² Padomes Pirmā direktīva (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.).

³ Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2008, L 299, 25. lpp. un labojums – OV 2009, L 11, 86. lpp.).

pakalpojuma paredzētā nolūka norādei, jo īpaši par piederumiem vai rezerves daļām. 2015. gadā Direktīva 2008/95 tika aizstāta ar Direktīvu (ES) 2015/2436⁴, ar kuras 14. panta 1. punkta c) apakšpunktu vismaz gramatiskā jomā, šķiet, tika ieviests plašāks preču zīmes iedarbības ierobežojums nekā Direktīvas 89/104/EK un Direktīvas 2008/95/EK 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā noteiktais.

5. Uzskatot, ka pamatlietā drīzāk ir aplūkots šis plašākais ierobežojums, iesniedzējtiesa ar savu prejudiciālo jautājumu vaicā Tiesai, vai ar Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktu faktiski tika grozīts attiecīgā ierobežojuma tvērums vai arī šī tiesību norma attiecas uz praksi, kas bija jau netieši paredzēta Direktīvas 89/104/EK un Direktīvas 2008/95/EK 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā.

6. Lai arī lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu attiecas uz Direktīvu 89/104 un 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, tomēr uz šādi formulēta jautājuma sniedzamās atbildes nozīmīgums būtiski pārsniedz valsts preču zīmju sistēmu.

7. Proti, pirmkārt, šī atbilde ietekmēs arī Eiropas Savienības preču zīmju sistēmu, kas balstīta uz Regulu (EK) Nr. 207/2009⁵, kura no 2017. gada 1. oktobra ir aizstāta ar Regulu (ES) 2017/1001⁶. Starplaikā Regula Nr. 207/2009 tika grozīta ar Regulu (ES) 2015/2424⁷. Ierobežojums, kas ir līdzīgs Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētajam, bija ietverts Regulas Nr. 207/2009 12. panta c) punktā. Ar Regulu 2015/2424 šī pēdējā minētā tiesību norma tika grozīta, un būtībā tika pārņemts Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunkta formulējums.

8. Otrkārt, saskaņā ar Tiesas pastāvīgo judikatūru ar preču zīmes īpašnieka tiesību iedarbības ierobežojumu, ko paredzējis Savienības likumdevējs, ir mēģināts samierināt fundamentālās intereses, proti, preču zīmju aizsardzību un brīvu preču apriti un pakalpojumu sniegšanas brīvību kopējā tirgū tādā veidā, lai preču zīmes tiesības var pildīt savu būtiskā elementa funkciju neizkropļotas konkurences sistēmā, kuru paredz ieviest un uzturēt Līgums⁸.

⁴ Eiropas Parlamenta un Padomes direktīva (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2015, L 336, 1. lpp.).

⁵ Padomes Regula (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.).

⁶ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.).

⁷ Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (2015. gada 16. decembris), ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (OV 2015, L 341, 21. lpp.).

⁸ Attiecībā gan uz Savienības, gan valstu preču zīmju sistēmu skat. rīkojumu, 2015. gada 6. oktobris, *Ford Motor Company* (C-500/14, EU:C:2015:680, 43. punkts un tajā minētā judikatūra).

II. Atbilstošās tiesību normas

A. Savienības tiesības

1. Direktīva 89/104

9. Direktīvas 89/104 5. pantā “Tiesības, ko piešķir preču zīme” bija noteikts:

“1. 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;
- 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, kas ietver asociācijas iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi.

2. Ikviens dalībvalsts var arī paredzēt, ka īpašniekam ir tiesības aizkavēt visas trešās personas, kam nav viņa piekrišanas, lietot 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 rada negodīgas priekšrocības 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 nosaukumu;
- c) preču importu vai eksportu, izmantojot šo apzīmējumu;
- d) apzīmējuma lietošanu darījumu dokumentos un reklāmā.

[..]”

10. Direktīvas 89/104 6. panta “Preču zīmes darbības ierobežojumi” 1. punktā bija paredzēts:

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

[..]

- 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.”

2. Direktīva 2008/95

11. Direktīva 89/104 tika atcelta un aizstāta ar Direktīvu 2008/95, kura stājās spēkā 2008. gada 28. novembrī. Ar Direktīvu 2008/95 netika izdarīti būtiski grozījumi ne Direktīvas 89/104 5. panta 2. punktā, ne šīs direktīvas 6. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktā.

3. Direktīva 2015/2436

12. Direktīvas 2015/2436, ar ko no 2019. gada 15. janvāra ir atcelta un aizstāta Direktīva 2008/95, 14. pantā “Preču zīmes tiesisko seku ierobežojumi” ir noteikts:

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

[..]

c) preču zīmi nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam, jo īpaši, ja preču zīmes lietošana ir vajadzīga, lai norādītu produkta vai pakalpojuma paredzēto nolūku, jo īpaši kā uz piederumiem vai rezerves daļām.

2. Šī panta 1. punktu piemēro tikai tad, ja trešā persona lietošanu veic saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi.

[..]”

B. Spānijas tiesības

13. Ar *Ley 17/2001 de Marcas* (2001. gada 7. decembra Likums 17/2001 par preču zīmēm; 2001. gada 8. decembra *BOE* Nr. 294, 45579. lpp.), redakcijā, kas piemērojama faktiem pamatlietā (turpmāk tekstā – “Preču zīmju likums”), 34. pantu Spānijas tiesību sistēmā ir transponēts Direktīvas 89/104 5. pants. Šajā pantā bija noteikts:

“1. Preču zīmes reģistrācija piešķir tās īpašniekam ekskluzīvas tiesības izmantot to savā komercdarbībā.

2. Reģistrētas preču zīmes īpašniekam ir tiesības aizliegt visām trešām personām bez viņa piekrišanas komercdarbībā izmantot:

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, kurš tā identiskuma vai līdzības preču zīmei dēļ un aptverto preču vai pakalpojumu identiskuma vai līdzības dēļ varētu radīt sabiedrībai sajaukšanas iespēju; sajaukšanas iespēja ietver asociāciju iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi;

c) 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 Spānijā un apzīmējuma izmantošana bez attaisnojoša iemesla var norādīt uz saikni starp šīm precēm vai pakalpojumiem un preču zīmes īpašnieku vai vispārīgi, ja šī izmantošana rada negodīgas priekšrocības reģistrētas preču zīmes reputācijas vai atšķirtspējas dēļ vai rada tām kaitējumu.”

14. Preču zīmju likuma 37. panta 1. punkta c) apakšpunktā, ar ko Spānijas tiesībās ir transponēts Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts, bija paredzēts:

“1. Preču zīme nedod tās īpašniekam tiesības aizliegt trešai personai izmantot komercdarbībā, ja vien šī izmantošana notiek saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi:

[..]

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

15. Pēc Direktīvas 2015/2436 stāšanās spēkā Spānijas likumdevējs grozīja Preču zīmju likuma 37. panta 1. punkta c) apakšpunktu, kas ir formulēts šādi:

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

[..]

c) preču zīmi nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam, it īpaši, ja preču zīmes izmantošana ir nepieciešama preces vai pakalpojuma paredzētā nolūka norādei, jo īpaši par piederumiem vai rezerves daļām”.

III. Pamatlietas faktiskie apstākļi

16. *Buongiorno Myalert SA* (turpmāk tekstā – “*Buongiorno*”) ir uzņēmums, kas 2010. gadā sniedza informācijas pakalpojumus tīmeklī un mobilo sakaru tīklā. Šajā pašā gadā tas rīkoja reklāmas kampaņu, piedāvājot abonēt multivides satura izziņu piesūtīšanas pakalpojumu ar nosaukumu “*Club Blinko*”, kuras ietvaros tas dāvāja iespēju piedalīties izlozē, kuras balva bija “ZARA” dāvanu karte 1000 EUR vērtībā. Ekrānā, kas atvērās pēc noklikšķināšanas uz reklāmkaroga, lai piekļūtu izlozei, abonents ieraudzīja apzīmējumu “ZARA”, kurš bija norobežots ar taisnstūri, kas atgādina dāvanu karšu formātu.

17. Sabiedrība *Industria de Diseño Textil SA* (turpmāk tekstā – “*Inditex*”) cēla pret *Buongiorno* prasību par pārkāpumu saistībā ar to, ka ir aizskartas ar valsts preču zīmi piešķirtās ekskluzīvās tiesības, kas aizsargā apzīmējumu “ZARA”. Šīs uz Preču zīmju likuma 34. panta 2. punkta b) un c) apakšpunktu balstītas prasības pamatojumam *Inditex* norādīja iemeslus, kas attiecīgi ir sajaukšanas iespējas esamība, kā arī gūtais labums no preču zīmes reputācijas un šai reputācijai radītais kaitējums.

18. *Buongiorno* noliedza ar preču zīmi “ZARA” piešķirto tiesību pārkāpumu, apgalvojot, ka šis apzīmējums tika izmantots laiku pa laikam nevis kā preču zīme, bet kā norāde uz vienu no balvām, kas tiks piešķirta laimētājiem izlozē. *Buongiorno* uzskata, ka šāda izmantošana “nolūkā norādīt” ir Preču zīmju likuma 37. pantā paredzētā likumīga atšķirtspējīgu apzīmējumu izmantošana, ko veic trešā persona.

19. Pirmās instances tiesa šos *Inditex* prasījumus noraidīja. Šī tiesa, konstatējusi, ka preču zīmes “ZARA” izmantošana, ko veica *Buongiorno*, nebija izmantošana “nolūkā norādīt”, uz ko attiecas Preču zīmju likuma 37. pants, uzskatīja, ka Preču zīmju likuma 34. panta 2. punkta b) un c) apakšpunktā minētie nosacījumi nebija izpildīti.

20. *Inditex* par šo nolēmumu iesniedza apelācijas sūdzību, atsaucoties uz preču zīmes pārkāpumu saskaņā ar Preču zīmju likuma 34. panta 2. punkta c) apakšpunktu. Otrās instances tiesa šo apelācijas sūdzību noraidīja, uzskatot, ka preču zīmes “ZARA” izmantošana neapdraudēja šīs preču zīmes reputāciju un ka nav ticis netaisnīgi gūts labums no tās reputācijas.

21. *Inditex* iesniedza kasācijas sūdzību *Tribunal Supremo* (Augstākā tiesa, Spānija), kas ir iesniedzējtiesa šajā lietā.

22. Ņemot vērā, ka Direktīvas (ES) 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā ir lietota vārdkopa “jo īpaši”, lai vispārīgāka rakstura darbību (“norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam”), kas nebija ietverta Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā, saistītu ar konkrētāko darbību, kas bija minēta šajā otrajā minētajā direktīvā (ja preču zīmes lietošana “ir vajadzīga, lai norādītu produkta vai pakalpojuma paredzēto nolūku, jo īpaši kā uz piederumiem vai rezerves daļām”), iesniedzējtiesai ir šaubas par šī Direktīvas (ES) 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā ietvertā fragmenta tvērumu. Tā vaicā, vai ar to tika paskaidrots elements, kurš bija netieši ietverts Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā, vai arī izmantošanas “nolūkā norādīt” tvērums tika paplašināts. Iesniedzējtiesa uzskata, ka *Buongiorno* rīcība drīzāk atbilst tam, kas ir noteikts pašlaik spēkā esošajā Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunkta redakcijā, nevis Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā.

23. Iesniedzējtiesa precizē, ka tā ir uzaicinājusi pamatlietas dalībniekus iesniegt savus apsvērumus saistībā ar lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu par Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta interpretāciju nozīmīgumu, “gadījumā, ja kasācijas sūdzības pamats par Preču zīmju likuma 34. panta 2. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu ir jāapmierina, būtu jāpārbauda, vai ir piemērojams preču zīmes iedarbības ierobežojums, kas ir paredzēts minētā likuma 37. panta [1. punkta] c) apakšpunktā”.

IV. Prejudiciālais jautājums un tiesvedība Tiesā

24. Šajos apstākļos *Tribunal Supremo* (Augstākā tiesa) ar 2022. gada 12. maija rīkojumu, kas iesniegts Tiesai 2022. gada 3. jūnijā, nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai prejudiciālu jautājumu, kas ir formulēts šādi:

“Vai Direktīvas [89/104] 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka ar to preču zīmes īpašnieka tiesību ierobežojumos tiek implicīti ietverts arī ierobežojums aizliegt vispārīgāka rakstura rīcību, kas pašlaik ir minēta Direktīvas [2015/2436] 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā, proti, aizliegt lietot “preču zīmi nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam?”

25. Rakstveida apsvērumus iesniedza pamatlietas dalībnieki, Spānijas valdība, kā arī Eiropas Komisija. Tiesas sēde netika rīkota.

V. Juridiskā analīze

A. Prejudiciālā jautājuma robežu noteikšana

26. Ar savu prejudiciālo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā vēlas noskaidrot, vai Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šī tiesību norma attiecas uz preču zīmes izmantošanu komercdarbībā “nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam”, kas pašlaik minēta Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā.

27. Iesākumā, ņemot vērā lietas dalībnieku rakstveida apsvērumos iekļautās piezīmes, manuprāt, ir nozīmīgi formulēt šādus apsvērumus par prejudiciālā jautājuma robežu noteikšanu.

28. Pirmkārt, jānorāda, ka fakti pamatlietā norisinājās 2010. gadā, savukārt prejudiciālajā jautājumā ir atsauce uz Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu. Šī direktīva tika aizstāta ar Direktīvu 2008/95, kura stājās spēkā 2008. gada 28. novembrī. Lai arī Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ar šo direktīvu netika grozīts, tomēr, šķiet, ka tā *ratione temporis* ir piemērojama pamatlietā. Tāpēc šajos secinājumos atsauksos uz Direktīvu 2008/95 un tās 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, un tādējādi ierosinu pārformulēt prejudiciālo jautājumu šajā nozīmē⁹.

29. Otrkārt, var mēģināt pārformulēt prejudiciālo jautājumu, uzskatot, ka iesniedzējtiesa ar to vēlas noskaidrot, vai Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka šī tiesību norma var tikt attiecināta uz trešās personas rīcību, kas izpaužas kā preču zīmes izmantošana reklāmas kampaņas laikā, lai norādītu, kādu balvu izlozē laimēs kāds no tās klientiem. Tomēr atbilde uz jautājumu, kā to formulējusi iesniedzējtiesa, ļaus tai lietderīgi atrisināt tajā izskatāmo strīdu, tāpēc šīs tiesas vietā nav jāveic tās uzdevums un šis jautājums nav jāpārformulē.

30. Treškārt, *Buongiorno* apgalvo, ka prejudiciālajā jautājumā nav atsauces uz Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzēto preču zīmes iedarbības ierobežojumu, atbilstoši kuram preču zīmes īpašnieks nevar aizliegt trešai personai izmantot

⁹ Skat. šo secinājumu 26. punktu.

komercdarbībā 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. Tomēr *Buongiorno* norāda, ka tā jau ir atsaukusies uz šo tiesību normu pirmajā instancē, lai aizstāvētu savas rīcības likumību. Tādējādi tā uzskata, ka, lai sniegtu lietderīgu un izsmelšu atbildi iesniedzējtiesai, Tiesai arī ir jāizskata prejudiciālais jautājums no minētās tiesību normas skatpunkta.

31. Ciktāl iesniedzējtiesa nepauž šaubas par Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta b) apakšpunkta interpretāciju, arī es neierosināšu Tiesai pārformulēt prejudiciālo jautājumu tādējādi, lai interpretētu arī šo tiesību normu. Proti, iespēja formulēt Tiesai uzdodamos jautājumus ir dota tikai valsts tiesai, un pamatlietas dalībnieki nevar mainīt to saturu¹⁰.

32. Tomēr pilnīguma labad pirmām kārtām norādišu, ka Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu var piemērot tikai tad, ja *Buongiorno* rīcība ir atzīta par “lietošanu” šīs direktīvas 5. panta izpratnē. Ciktāl šis aspekts, šķiet, ir pretrunīgs arī no minētās direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas skatpunkta, šim jautājumam es atkal pievērsīšos, izskatot prejudiciālo jautājumu pēc būtības¹¹.

33. Otrām kārtām, Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir pieejamības prasības izpaušme, kā to ir nospriedusi Tiesa. Lai trešā persona varētu atsaukties uz pieejamības prasību, kas ir šīs tiesību normas pamatā, tās izmantotajai norādei jābūt tādai, kas attiecas uz šīs trešās personas tirgotās preces vai sniegtā pakalpojuma īpašībām¹². Tomēr Tiesa arī ir nospriedusi, ka apzīmējuma, kas ir identisks preču zīmei, kura ir reģistrēta cita starpā attiecībā uz mehāniskajiem transportlīdzekļiem, piestiprināšana miniatūriem ar šo preču zīmi apzīmēto transportlīdzekļu modeļiem, lai tos atbilstoši atveidotu, nav vērsta uz to, lai sniegtu norādi attiecībā uz kādu minēto samazināto modeļu īpašību, bet gan ir vienīgi oriģinālā transportlīdzekļa atbilstošas atveidošanas elements¹³.

34. Tas, ka reklāmas kampaņas laikā trešā persona rāda īpašnieka preču zīmi, lai atsauktos uz balvu, kuru tās klienti var laimēt izlozē, šajā gadījumā drīzāk norāda uz īpašību, kas piemīt īpašnieka precei, nevis minētās trešās personas sniegtā multivides satura piegādes pakalpojumam. Proti, pat pieņemot, ka *Inditex* pārdeva dāvanu kartes, kurām piemita *Buongiorno* reklāmas kampaņas laikā minētās īpašības, nevar uzskatīt, ka šo dāvanu karšu reproducēšanas mērķis šīs reklāmas kampaņas laikā bija sniegt norādi uz *Buongiorno* sniegtā pakalpojuma īpašību.

35. Ceturtkārt, ņemot vērā iesniedzējtiesas aprakstītos faktiskos apstākļus, varētu arī jautāt, vai uz *Buongiorno* rīcību attiecās Direktīvas 2008/95 7. pants “Preču zīmes piešķirto tiesību izmantošana”. Šajā tiesību normā bija paredzēts, ka ar preču zīmi piešķirtās tiesības nedod īpašniekam tiesības aizliegt tās lietošanu attiecībā uz precēm, ko laidis Kopienas tirgū, izmantojot šo preču zīmi, īpašnieks vai kas laistas Kopienas tirgū ar īpašnieka piekrišanu, ja vien nepastāv likumīgi iemesli, kas attaisno minētā īpašnieka iebildumu izvirzīšanu pret minēto preču turpmāku tirdzniecību.

¹⁰ Skat. spriedumu, 2011. gada 21. decembris, *Danske Svineproducenter* (C-316/10, EU:C:2011:863, 32. punkts). Šajā nozīmē skat. arī spriedumu, 2000. gada 4. aprīlis, *Darbo* (C-465/98, EU:C:2000:184, 19. punkts).

¹¹ Skat. šo secinājumu 49.–53. punktu.

¹² Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2008. gada 10. aprīlis, *adidas un adidas Benelux* (C-102/07, EU:C:2008:217, 46. un 47. punkts).

¹³ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2007. gada 25. janvāris, *Adam Opel* (C-48/05, EU:C:2007:55, 44. punkts).

36. Neskarot atbildi, kas jāsniedz uz šo jautājumu, vispirms jānorāda, ka iesniedzējtiesa nelūdz interpretēt Direktīvas 2008/95 7. pantu. Turpinājumā, *Inditex* apgalvo, ka, tā kā nebija preces, proti, dāvanu kartes, pirmās pārdošanas vai pirmās laišanas tirgū ar tās piekrišanu, brīdī, kad *Buongiorno* izmantoja tās preču zīmi, tās preču zīmes tiesības nebija izsmeltas. Visbeidzot, šī sabiedrība citā kontekstā apgalvo, ka tā nedz tirgo, nedz tajā laikā tirgoja dāvanu kartes, kurām piemita reklāmas kampaņas laikā norādītās īpašības. Tādējādi runa esot par neesošu preci.

37. Ņemot vērā iepriekš minēto, ierosinu izskatīt prejudiciālajā jautājumā skarto juridisku problēmu tikai no saistības starp Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu un Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktu skatpunkta. Tomēr vispirms ir jāizskata lietas dalībnieku argumenti par prejudiciālā jautājuma pieņemamību.

B. Par pieņemamību

38. *Inditex* izvirza divus argumentus, apgalvodama, ka šis lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu esot nepieņemams.

39. Pirmkārt, *Inditex* norāda, ka Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta interpretācija – kā to konstatē pati iesniedzējtiesa¹⁴ – tai būs noderīga tikai tad, ja kasācijas sūdzība, par kuru šai tiesai jāpieņem nolēmums, tiks apmierināta, konstatējot, ka ir ticis pārkāpts Preču zīmju likuma 34. panta 2. punkta c) apakšpunkts, kas ir valsts tiesību norma, ar ko Spānijas likumdevējs izmantoja ar šīs direktīvas 5. panta 2. punktu tam paredzēto iespēju, un ar ko ir piešķirta īpaša aizsardzība tā sauktajām preču zīmēm “ar reputāciju”. Tomēr *Inditex* uzskata, ka preču zīmei ar reputāciju identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošana, uz ko attiecas pēdējā minētā tiesību norma, nekādā ziņā nav saderīga ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi, tādējādi trešās personas, kas lieto šo preču zīmi, nevar atsaukties uz minētās direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu. Piebildīšu – pat ja es priekšlaicīgi atsaucos uz manu turpmāko izklāstu – ka *Inditex* izvirzīto argumentu par prejudiciālā jautājuma nepieņemamību var analizēt arī pēc būtības kā argumentu par iepriekš minēto tiesību normu interpretāciju¹⁵.

40. Otrkārt, *Inditex* apgalvo, ka atbilde uz prejudiciālo jautājumu katrā ziņā neesot lietderīga, jo tā esot skaidri nepietiekama, lai lemtu par pamatlietā uzdoto tiesību jautājumu. Proti, preču zīmes izmantošana “nolūkā norādīt” pati par sevi neesot likumīga. Lai šāda izmantošana būtu likumīga, izmantošanai esot jāatbilst “godīgai rūpnieciskai vai komercdarījumu praksei” un esot jāievēro preču zīmes tiesību izsmelšana darījumos, kas attiecas uz citu personu precēm.

41. Šajā ziņā arguments, ka prejudiciālā jautājuma pamatā esot pieņēmums, ka iesniedzējtiesai par to vēl ir jāpieņem nolēmums, un tāpēc šis jautājums būtu jāuzskata par priekšlaicīgu un hipotētisku¹⁶, vai saskaņā ar kuru atbilde, kas sniedzama uz prejudiciālo jautājumu, esot nepietiekama, lai atrisinātu strīdu pamatlietā¹⁷, neļauj automātiski konstatēt šī jautājuma nepieņemamību.

42. Proti, vienīgi valsts tiesai, kura iztiesā lietu un kurai jāuzņemas atbildība par pieņemamo tiesas nolēmumu, ir jāizvērtē Tiesai uzdodamā jautājuma nozīmīgums, ņemot vērā pamatlīetas īpatnības. Tādēļ, ja uzdotais jautājums attiecas uz Savienības tiesību normas interpretāciju vai

¹⁴ Skat. šo secinājumu 23. punktu.

¹⁵ Skat. šo secinājumu 49.–53. punktu.

¹⁶ Par šo problemātiku skat. spriedumu, 2023. gada 12. janvāris, *RegioJet* (C-57/21, EU:C:2023:6, 95.–97. punkts).

¹⁷ Par šo problemātiku skat. spriedumu, 2008. gada 6. novembris, *Trespa International* (C-248/07, EU:C:2008:607, 31.–37. punkts).

spēkā esamību, Tiesai principā ir jāpieņem nolēmums. No tā izriet, ka uz prejudiciālo jautājumu par Savienības tiesībām ir attiecināma nozīmīguma prezumpcija. Tiesa var atteikties izskatīt šādu jautājumu vienīgi tad, ja ir acīmredzams, ka prasītajai Savienības tiesību interpretācijai nav nekāda sakara ar pamatlietas faktisko situāciju vai tās priekšmetu, ja izvirzītā problēma ir hipotētiska vai ja Tiesai nav zināmi faktiskie vai juridiskie apstākļi, kas nepieciešami, lai sniegtu lietderīgu atbildi uz tai uzdotajiem jautājumiem¹⁸.

43. Šajā gadījumā tas tā nav. Protams, lai pieņemtu nolēmumu par kasācijas sūdzību, pirms prejudiciālajā jautājumā izvirzītās juridiskās problēmas (preču zīmes ar reputāciju izmantošana, uz ko attiecas Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punkts) izvērtēšanas iesniedzējtiesai, iespējams, būs jāveic papildu un turpmāks izvērtējums (izmantošana saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi). Tomēr nav acīmredzams, ka Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts nav piemērojams situācijā, kurā preču zīme ir izmantota trešās personas rīkotās reklāmas kampaņas laikā, lai norādītu uz balvu, kuru šīs trešās personas klients var laimēt izlozē.

44. Turklāt, tieši neapšaubot prejudiciālā jautājuma pieņemamību, Komisija apgalvo, ka, tā kā valsts pirmās instances tiesa, šķiet, nav pieļāvusi tiesību kļūdu, uzskatot, ka uz preču zīmes “ZARA” izmantošanu neattiecas neviens no “preču zīmes izmantošanas” gadījumiem, kas paredzēts Preču zīmju likuma 34. pantā, ar ko Spānijas likumdevējs transponēja Direktīvas 89/104 5. pantu, neesot jāpārbauda, vai šajā lietā Preču zīmju likuma 37. pantā un Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā definētie nosacījumi ir izpildīti. Tomēr uzskatu, ka Komisijas arguments nevar izraisīt prejudiciālā jautājuma nepieņemamību to pašu iemeslu dēļ, kas izklāstīti šo secinājumu 41. un 42. punktā attiecībā uz *Inditex* argumentiem.

45. Proti, kaut gan es piekrītu argumentiem, kurus izvirza Komisija, lai pamatotu savu nostāju, ka *Buongiorno* rīcība nav uzskatāma par izmantošanu Direktīvas 89/104 5. panta izpratnē, jāatgādina, ka iesniedzējtiesa neapšaubā šīs tiesību normas interpretāciju, un tas nevar izraisīt prejudiciālā jautājuma nepieņemamību¹⁹.

46. No tā izriet, ka prejudiciālais jautājums ir pieņemams.

C. Par lietas būtību

47. Pirms tiks izskatīta prejudiciālajā jautājumā aplūkotā tiesību problēma, īsumā analizēšu aspektu, kuru rakstveida apsvērumos minējuši lietas dalībnieki attiecībā uz *Buongiorno* rīcības, proti, Direktīvas 89/104 5. panta 2. punktā paredzētās “preču zīmei ar reputāciju identisku vai līdzīgu apzīmējumu lietošanas”, kvalifikāciju.

48. Šai analīzei ir divkārša nozīme. Proti, pirmkārt, lai varētu piemērot Direktīvas 2008/95 6. pantu, trešai personai ir jāizmanto apzīmējums, pret ko īpašnieks var iebilst saskaņā ar šīs direktīvas 5. pantu. Otrkārt, *Inditex* argumentu par prejudiciālā jautājuma nepieņemamību var interpretēt kā argumentu, kas attiecas uz lietas būtību, saskaņā ar kuru minētās direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu nevar piemērot tad, ja runa ir par preču zīmes ar reputāciju izmantošanu, uz kuru attiecas šīs direktīvas 5. panta 2. punkts.

¹⁸ Skat. neseno spriedumu, 2023. gada 29. jūnijs, *International Protection Appeals Tribunal* u.c. (Atentāts Pakistānā) (C-756/21, EU:C:2023:523, 36. punkts).

¹⁹ Skat. šo secinājumu 41. un 42. punktu, ciktāl tie attiecas uz argumentu, saskaņā ar kuru prejudiciālais jautājums ir balstīts uz pieņemumu, par kuru iesniedzējtiesai vēl ir jāpieņem nolēmums, tādējādi šis jautājums esot uzskatāms par priekšlaicīgu un hipotētisku.

1. Par preču zīmes ar reputāciju izmantošanu, uz ko attiecas Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punkts

49. Jautājums par to, vai trešās personas rīcība, kas attiecas uz preču zīmi, var būt likumīga saskaņā ar Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzēto noteikumu, rodas tikai tad, ja šī rīcība ir uzskatāma par izmantošanu šīs direktīvas 5. panta izpratnē²⁰.

50. Izskatāmajā lietā iesniedzējtiesa uzdod prejudiciālo jautājumu gadījumā, ja tā apmierinātu kasācijas sūdzības pamats, kas balstīts uz Preču zīmju likuma 34. panta 2. punkta c) apakšpunktu, ar ko Spānijas likumdevējs ir izmantojis Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā paredzēto iespēju. Citiem vārdiem sakot, pirms nolēmuma pieņemšanas par argumentu, kas attiecas uz izmantošanu norādei, iesniedzējtiesai būtu jākonstatē, ka *Buongiorno* rīcība ietvēra preču zīmei ar reputāciju identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu, kas bez pamatota iemesla ir netaisnīga labuma gūšana no preču zīmes reputācijas vai atšķirtspējas vai kaitējuma radišana tās reputācijai vai atšķirtspējai.

51. Kā jau esmu norādījis šo secinājumu 39. punktā, *Inditex* argumentu par prejudiciālā jautājuma hipotētisko raksturu var saprast tādējādi, ka preču zīmes īpašnieka tiesības iebilst pret Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā paredzēto izmantošanu, pēc šīs sabiedrības domām, nekādā ziņā neietekmē šīs direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais preču zīmes iedarbības ierobežojums.

52. Šajā ziņā *Inditex* apgalvo, pirmkārt, ka preču zīmes izmantošanai nolūkā norādīt ir jānotiek saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi, kā tas noteikts Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā, lasot to kopsakarā ar šīs direktīvas 6. panta 1. punkta beigu daļu. Tā norāda, ka Tiesa spriedumā *Gillette Company* un *Gillette Group Finland*²¹ ir nospriedusi, ka preču zīmes izmantošana neatbilst šādai godīgai praksei, it īpaši, ja tā ietekmē preču zīmes vērtību, netaisnīgi gūstot labumu no tās atšķirtspējas vai reputācijas. Tā norāda, otrkārt, ka preču zīmes ar reputāciju izmantošana, uz ko attiecas minētās direktīvas 5. panta 2. punkts, nozīmē preču zīmei ar reputāciju identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu, bez pamatota iemesla netaisnīgi gūstot labumu no tās atšķirtspējas vai reputācijas vai radot kaitējumu tās reputācijai vai atšķirtspējai.

53. Šajos apstākļos *Inditex* uzskata, ka Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētie likumīgas izmantošanas nosacījumi atbilst nosacījumiem par preču zīmes ar reputāciju izmantošanu, pret ko tās īpašnieks var iebilst saskaņā ar šīs direktīvas 5. panta 2. punktu, un tādējādi šīs divas tiesību normas savstarpēji izslēdz viena otru. No minētā tā secina, ka trešā persona, kas nelikumīgi izmanto preču zīmi ar reputāciju saskaņā ar minētās direktīvas 5. panta 2. punktu, nevar atsaukties uz izmantošanu “nolūkā norādīt”.

54. Lai gan es saprotu šādu argumentāciju, uzskatu, ka sistēmiski un uz judikatūru balstīti apsvērumi ir pretrunā šādai šaurai interpretācijai, kas jau iepriekš un katrā ziņā izslēdz šo divu tiesību normu kopīgu piemērojamību.

55. Pirms šo apsvērumu izklāstīšanas jānorāda, ka nekas neliecina, ka Spānijas likumdevējs, kurš ir izmantojis Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā paredzēto iespēju, būtu vēlējies izslēgt šādu minēto tiesību normu kopīgu piemērojamību. Tāpēc nav jāizvērtē tas, vai valsts likumdevējs, izmantojot šo iespēju, var nolemt, ka preču zīmes ar reputāciju īpašnieka tiesībām nav piemērojams šīs direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais ierobežojums.

²⁰ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 1999. gada 23. februāris, *BMW* (C-63/97, EU:C:1999:82, 45. punkts).

²¹ Spriedums, 2005. gada 17. marts (C-228/03, EU:C:2005:177).

a) Par saikni starp Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktu un 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu

56. Kā ir nospriedusi Tiesa, ar Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu piešķirtā aizsardzība nozīmē tikai preču zīmes īpašnieka spēju aizsargāt savas īpašās īpašnieka intereses, proti, nodrošināt, ka preču zīme var veikt tai raksturīgās funkcijas. No tā Tiesa, pirmkārt, secināja, ka preču zīmes piešķirto ekskluzīvo tiesību izmantošana ir paredzēta tikai gadījumos, kuros trešo personu veiktā apzīmējuma izmantošana kaitē vai var kaitēt preču zīmes funkcijām. Tomēr minētās direktīvas 5. panta 2. punktā preču zīmēm, kam ir reputācija, ir noteikta plašāka aizsardzība nekā tā, kas paredzēta šī paša panta 1. punktā. Šis aizsardzības īpašais nosacījums ir tāda apzīmējuma izmantošana bez pamatota iemesla, kas ir identisks vai līdzīgs reģistrētai preču zīmei, ar kuru netaisnīgi gūst vai varētu gūt labumu no šīs preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, vai nodara vai varētu tām nodarīt kaitējumu²².

57. Tāpēc, otrkārt, atšķirībā no Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā minētā gadījuma preču zīmes īpašniekam dotā iespēja izmantot šīs tiesības nav pakārtota nosacījumam par attiecīgās sabiedrības daļas maldināšanas iespēju²³.

58. Lai arī Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā ir nošķirti dažādi aizskāruma veidi, proti, šīs preču zīmes reputācijai nodarītais kaitējums un no minētās preču zīmes reputācijas un atšķirtspējas netaisnīgi gūts labums²⁴, šajā lietā *Inditex* savas prasības par preču zīmes pārkāpumu pamatojumam apgalvoja, ka *Buongiorno* esot guvusi labumu no tās preču zīmes reputācijas un esot radījusi kaitējumu šai reputācijai.

59. Šajā ziņā Tiesa ir nospriedusi, ka pārbaudei attiecībā uz Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta c) apakšpunktā, – un plašāk Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā – paredzētā aizskāruma esamību – ir jābūt balstītai uz vispārēju vērtējumu, kurā ir ņemti vērā visi atbilstošie attiecīgam gadījumam raksturīgie faktori, kuru skaitā ir preču zīmes reputācijas intensitāte un atšķirtspējas pakāpe, konfliktējošo preču zīmju līdzības pakāpe, kā arī attiecīgo preču vai pakalpojumu raksturs un pielīdzināmības pakāpe²⁵.

60. Turklāt, ja preču zīmes ar reputāciju īpašniekam ir izdevies pierādīt kādu no Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā paredzētajiem aizskārumiem, trešai personai, kura izmanto preču zīmei ar reputāciju identisku vai līdzīgu apzīmējumu, ir jāpierāda, ka šī apzīmējuma izmantošanai ir pamatots iemesls. Trešās personas atsaukšanās uz pamatotu iemeslu šādi izmantošanai liek šīs preču zīmes īpašniekam pieņemt šī apzīmējuma izmantošanu²⁶.

61. Pirmšķietami atsaukšanās uz pamatotu iemeslu attiecībā uz preču zīmei ar reputāciju identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanu rada tādu pašu rezultātu kā atsaukšanās uz preču zīmes iedarbības ierobežošanu, kas paredzēta Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punktā. Abos gadījumos īpašniekam ir jāpieņem viņa preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošana.

62. Tādējādi, lai trešā persona varētu atsaukties uz Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzēto preču zīmes iedarbības ierobežošanu, apzīmējuma izmantošanai ir jāatbilst šajā tiesību normā minētajiem nosacījumiem, kā arī godīgai rūpnieciskai vai komercdarījumu praksei, kā tas ir noteikts šīs direktīvas 6. panta 1. punkta beigu daļā.

²² Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2014. gada 6. februāris, *Leidseplein Beheer un de Vries* (C-65/12, EU:C:2014:49, 32. un 33. punkts).

²³ Skat. spriedumu, 2019. gada 11. aprīlis, *ÖKO-Test Verlag* (C-690/17, EU:C:2019:317, 45. punkts un tajā minētā judikatūra).

²⁴ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2011. gada 22. septembris, *Interflora un Interflora British Unit* (C-323/09, EU:C:2011:604, 72. punkts).

²⁵ Spriedums, 2013. gada 18. jūlijs, *Specsavers International Healthcare u.c.* (C-252/12, EU:C:2013:497, 39. punkts).

²⁶ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2014. gada 6. februāris, *Leidseplein Beheer un de Vries* (C-65/12, EU:C:2014:49, 46. punkts).

63. Šajos apstākļos ir jāaplūko jēdzieni “[pamatots] iemesls” un “[izmantošana] saskaņā ar godīgu praksi rūpnieciskās vai komerciālās lietās”, kas attiecīgi ir lietoti Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā un šīs direktīvas 6. panta 1. punkta beigu daļā, lai noteiktu, vai “[pamatota] iemesla” šīs pirmās minētās tiesību normas izpratnē neesamība nozīmē, ka izmantošana nekādā ziņā nav “godīga” šīs otrās minētās tiesību normas izpratnē.

64. Šajā ziņā, pirmkārt, no gramatiskā skatpunkta šie divi jēdzieni atšķiras, tādējādi nevar pieņemt, ka tiem ir identiska nozīme.

65. Otrkārt, no sistēmiskā skatupunkta Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā nav nekādas atrunas, kas ļauj izslēgt šīs tiesību normas piemērojamību preču zīmes ar reputāciju aizskāruma gadījumā, kā tas ir paredzēts šīs direktīvas 5. panta 2. punktā. Lai arī var apgalvot, ka minētās direktīvas tekstā šāda atruna netika ieviesta, jo šajā pirmajā minētajā tiesību normā paredzētais ierobežojums noteikti ir jātransponē valsts tiesībās, tomēr katrai dalībvalstij ir jālemj par to, vai tā vēlas izmantot šajā otrajā minētajā tiesību normā paredzēto iespēju. Taču Savienības preču zīmju sistēmā ir atrodamas tiesību normas, kas ir analogiskas šīs pašas direktīvas 5. panta 2. punktam un 6. panta 1. punkta c) apakšpunktam un kas neatstāj dalībvalstīm nekādu rīcības brīvību²⁷.

66. Treškārt, pirmām kārtām, “godīgas prakses” nosacījums būtībā izsaka godīguma pienākumu attiecībā pret likumīgajām preču zīmes īpašnieka interesēm²⁸. Otrām kārtām, jēdziena “[pamatots] iemesls” mērķis ir rast līdzsvaru attiecīgo interešu starpā, ņemot vērā trešās personas, kura lieto minēto apzīmējumu, intereses saistībā ar Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punkta konkrēto kontekstu un ievērojot šai preču zīmei piešķirto plašāko aizsardzību²⁹. Jēdziens “[pamatots] iemesls” ietver ne tikai objektīvi primārus iemeslus, bet arī var būt saistīts arī ar trešo personu, kuras izmanto preču zīmei ar reputāciju identisku vai līdzīgu apzīmējumu, subjektīvām interesēm³⁰.

67. Lai arī konkrēti elementi, kas ir jāņem vērā, izvērtējot katru no šiem diviem nosacījumiem, var pārklāties, šajos izvērtējumos izvēlētās pieejas nav vienādas. Vienkāršoti izsakoties, “[pamatota] iemesla” nosacījums galvenokārt ir vērst uz trešo personu un tās interesēm, savukārt “godīgas prakses” nosacījums ir aplūkojams no īpašnieka skatpunkta. Papildus, šim apsvērumam atšķirīgu nozīmi var piešķirt arī elementam, kas ir jāņem vērā, veicot abus šos izvērtējumus.

68. Ceturtkārt, tas pats ir attiecināms arī uz elementiem, kas, pirmkārt, ir viens no trim Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā paredzētajiem preču zīmes ar reputāciju pārkāpuma gadījumiem un kas, otrkārt, tiek ņemti vērā, izvērtējot “godīgas prakses” nosacījumu šīs direktīvas 6. panta 1. punkta beigu daļas izpratnē. Lai ilustrētu šo viedokli, kā norāda *Inditex*, Tiesa spriedumā *Gillette Company* un *Gillette Group Finland*³¹ ir nospriedusi, ka preču zīmes izmantošana neatbilst godīgai rūpnieciskai vai komercdarījumu praksei it īpaši tad, ja tā skar preču zīmes vērtību, netaisnīgi gūstot labumu no tās atšķirtspējas vai reputācijas. Tomēr saskaņā ar minētās direktīvas 5. panta 2. punktu, lai konstatētu preču zīmes ar reputāciju pārkāpumu, pietiek ar to, ka trešā persona netaisnīgi gūst labumu no šīs preču zīmes reputācijas, un tās rīcība neietekmē minētās preču zīmes vērtību.

²⁷ Skat. Regulas Nr. 207/2009 9. panta 1. punkta c) apakšpunktu un 12. panta c) punktu.

²⁸ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 1999. gada 23. februāris, *BMW* (C-63/97, EU:C:1999:82, 61. punkts).

²⁹ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2014. gada 6. februāris, *Leidseplein Beheer* un *de Vries* (C-65/12, EU:C:2014:49, 46. punkts).

³⁰ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 2014. gada 6. februāris, *Leidseplein Beheer* un *de Vries* (C-65/12, EU:C:2014:49, 44. un 45. punkts).

³¹ Spriedums, 2005. gada 17. marts (C-228/03, EU:C:2005:177).

69. Turklāt arī atziņas, kuras var gūt no Tiesas judikatūras, ir nopietna norāde, ka Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzēto ierobežojumu var piemērot, ja īpašnieks *a priori* var atsaukties uz valsts tiesību normu, ar ko tiek īstenota šīs direktīvas 5. panta 2. punktā paredzētā iespēja.

b) Par atbilstošo judikatūru

70. Lietā, kurā pasludināts spriedums *Adam Opel*³², Tiesai uzdotais jautājums attiecās uz Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu. Pirmkārt, lai arī, ņemot vērā pamatlīdus, Tiesa sākumā uzskatīja, ka iesniedzējtiesai bija jāsniedz arī šīs direktīvas 5. panta 2. punkta interpretācija, tā tomēr ļāva iesniedzējtiesai izvērtēt faktus par to, vai attiecīgā izmantošana ir izmantošana bez pamatota iemesla, kad tiek netaisnīgi gūts labums no preču zīmes kā reģistrētas preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai radīts kaitējums tās atšķirtspējai vai reputācijai³³. Otrkārt, minētās direktīvas 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu Tiesa interpretēja, atsaucoties arī uz šīs direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu³⁴. Šajā ziņā jāuzsver, ka gan Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta b) apakšpunktā, gan tās 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais ierobežojums ir piemērojams ar nosacījumu, ka izmantošana atbilst godīgai praksei rūpnieciskās vai komerciālās lietās.

71. Tāpat spriedumā *adidas* un *adidas Benelux*³⁵, tā kā netika apstrīdēts tas, ka lieta attiecās uz preču zīmi ar reputāciju, Tiesa sākumā interpretēja Direktīvas 89/104 5. panta 2. punktu un pēc tam šīs direktīvas 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu³⁶.

72. Arī attiecībā uz Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta a) apakšpunktā paredzēto preču zīmes iedarbības ierobežošanu, kas arī ir pakārtota godīgas prakses nosacījumam, Tiesa spriedumā *Céline*³⁷ nosprieda, ka šī nosacījuma izpilde ir jāvērtē, ņemot vērā it īpaši apstākli, ka preču zīmei, kam tās reģistrācijas dalībvalstī, kurā ir pieprasīta tās aizsardzība, ir zināma reputācija, no kā trešās personas var gūt labumu, tirgojot savas preces vai pakalpojumus. Pamatojoties uz šo spriedumu, var apgalvot, ka, lai arī nosakot, vai trešā persona var atsaukties uz kādu no šīs direktīvas 6. panta 1. punktā paredzētajiem preču zīmes darbības ierobežojumiem, ir jāņem vērā arī attiecīgās preču zīmes reputācija, nevar uzskatīt, ka šie ierobežojumi nav piemērojami nekādam preču zīmes ar reputāciju pārkāpumam minētās direktīvas 5. panta 2. punkta izpratnē.

73. No šīs judikatūras secinu, ka, pēc Tiesas domām, noteikti nav pretrunas starp, pirmkārt, tādas izmantošanas iespēju, pret kuru preču zīmes ar reputāciju īpašnieks *a priori* var celt iebildumus saskaņā ar šo valsts tiesību normu, izmantojot Direktīvas 2008/95 5. panta 2. punktā paredzēto iespēju, un, otrkārt, trešā persona var atsaukties uz šīs direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzēto ierobežojumu.

74. Tāpēc ir jāsniedz Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta interpretācija.

³² Spriedums, 2007. gada 25. janvāris (C-48/05, EU:C:2007:55, 32. punkts).

³³ Spriedums, 2007. gada 25. janvāris, *Adam Opel* (C-48/05, EU:C:2007:55, 36. punkts).

³⁴ Spriedums, 2007. gada 25. janvāris, *Adam Opel* (C-48/05, EU:C:2007:55, 38. un 45. punkts).

³⁵ Spriedums, 2008. gada 10. aprīlis (C-102/07, EU:C:2008:217, 37. punkts).

³⁶ Spriedums, 2008. gada 10. aprīlis, *adidas* un *adidas Benelux* (C-102/07, EU:C:2008:217, 37. punkts).

³⁷ Spriedums, 2007. gada 11. septembris (C-17/06, EU:C:2007:497, 34. punkts).

2. Par Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu

75. Interpretējot Savienības tiesību normu, ir jāņem vērā ne vien tās formulējums un mērķi, ko ar to iecerēts sasniegt, bet arī tās konteksts. Viens no Savienības tiesību normas interpretācijā vērā ņemamajiem elementiem var būt arī tās rašanās vēsture³⁸.

76. Šajā ziņā, pirmkārt, no gramatiskā skatpunkta veiktā Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta un Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunkta salīdzinājuma izriet, ka vienīgā izmantošana, kas ierobežo preču zīmes iedarbību (preču zīmes izmantošana, “ja tas nepieciešams preces vai pakalpojuma paredzētā nolūka norādei, jo īpaši par piederumiem vai rezerves daļām”), pašlaik ir viens no likumīgas izmantošanas gadījumiem, pret ko preču zīmes īpašnieks nevar iebilst. Proti, Direktīvas 2015/2436 14. pantā ir noteikts, pirmām kārtām, ka tagad tā ir preču zīmes izmantošana nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam, un, otrām kārtām, ka tajā ir pārņemts Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta normatīvais saturs un pirms tā ir lietota vārdkopa “jo īpaši”.

77. Otrkārt, šo apsvērumu apstiprina Direktīvas 2015/2436 sagatavošanas darbu analīze.

78. Proti, vispirms no Komisijas priekšlikuma direktīvai izriet, ka tika uzskatīts “par lietderīgu [...] paredzēt skaidru ierobežojumu, kas attiecas uz izmantošanu atsaucēs [norādei] *kopumā*”³⁹. Tādējādi Komisija neuzskatīja, ka Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā ir tikai izskaidrots vai precizēts Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta tvērums. Vārdkopa “ir uzskatāms par lietderīgu” norāda uz šīs iestādes vēlmi piedāvāt ieviest preču zīmes iedarbības ierobežojumu, kas kopumā attiecas uz lietojumu norādei. Turklāt šī ierobežojuma vispārējais raksturs jau no paša sākuma to nošķīra no Direktīvā 89/104 un Direktīvā 2008/95 paredzētā ierobežojuma, kas bija specifisks un līdz ar to šaurāks.

79. Turpinājumā tādā pašā nozīmē, runājot par nodomu paplašināt pirms tam Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā minētā ierobežojuma tvērumu, šī priekšlikuma direktīvai 25. apsvēruma sākotnējais formulējums, kurā bija atsauce uz lietojumu norādei, bija skaidrāks nekā Direktīvas 2015/2436 27. apsvērumā⁴⁰. Proti, šajā 25. apsvērumā bija norādīts, ka “īpašniekam nevajadzētu būt tiesībām novērst *vispārēju* taisnīgu un godīgu preču zīmes *izmantošanu*”⁴¹ nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem, kas pieder īpašniekam”⁴².

80. Visbeidzot apsvēruma, saskaņā ar kuru Savienības likumdevējs ir vēlējies paplašināt pašlaik Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētā ierobežojuma tvērumu, nebija apstrīdēts sagatavošanas darbu laikā notikušajās debatēs.

³⁸ Skat. nesen pasludināto spriedumu, 2023. gada 8. jūnijs, VB (Aizmuguriski notiesātā informēšana) (C-430/22 un C-468/22, EU:C:2023:458, 24. punkts).

³⁹ Priekšlikums Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvai, ar ko tuvína dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (COM(2013) 162 final) (Mans izcēlums).

⁴⁰ Direktīvas 2015/2436 27. apsvērumā, kurā izskaidrots tās 14. panta 1. punkta c) apakšpunkta normatīvais saturs, ir norādīts, ka “izņēmuma tiesībām, ko piešķir [Savienības] preču zīme, nebūtu jādod īpašniekam tiesības aizliegt trešām personām izmantot apzīmējumus vai norādes, kuras izmanto taisnīgi un tādējādi saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi. [...] *Turklāt īpašniekam nevajadzētu būt tiesībām novērst taisnīgu un godīgu ES preču zīmes lietošanu nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem, kas pieder īpašniekam.*” (mans izcēlums).

⁴¹ Vai arī saskaņā ar angļu valodas redakciju “general [...] use”.

⁴² Mans izcēlums.

81. Proti, tā kā Komisijas sākotnējā priekšlikumā gandrīz tāpat kā Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā bija minēta preču zīmes izmantošana, “ja preču zīmes lietošana ir vajadzīga, lai norādītu produkta vai pakalpojuma paredzēto nolūku, jo īpaši kā uz piederumiem vai rezerves daļām”, Parlaments ierosināja papildus iekļaut dažus likumīgas izmantošanas piemērus⁴³, proti, it īpaši “to izmanto, lai vērstu patērētāju uzmanību uz tādu oriģinālo preču tālākpārdošanu, kuras sākotnēji pārdevis preču zīmes īpašnieks vai kuras pārdotas ar viņa piekrišanu” un “to izmanto parodijas, mākslinieciskās izteiksmes, kritikas vai komentāru nolūkiem”. Tomēr Padome iebilda pret šo priekšlikumu⁴⁴.

82. Komisija galīgi pieņēma Padomes nostāju⁴⁵, ierosinot vismaz daļēji atspoguļot Parlamenta nostāju Direktīvas 2015/2436 27. apsvērumā, kurā ir noteikts, ka “preču zīmes lietošana, ko trešās personas veic nolūkā vērst patērētāja uzmanību uz tādu oriģinālo preču tālākpārdošanu, kuras sākotnēji pārdevis preču zīmes īpašnieks vai kuras pārdotas ar viņa piekrišanu Savienībā, būtu jāuzskata par taisnīgu, ja tā vienlaikus ir saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi. Preču zīmes lietošana, ko trešās personas veic mākslinieciskās izteiksmes nolūkā, būtu jāuzskata par taisnīgu, ja tā vienlaikus ir saskaņā ar godīgu rūpniecisko vai komercdarījumu praksi. Turklāt šī direktīva būtu jāpieņem tā, lai nodrošinātu, ka tiek pilnībā ievērotas pamattiesības un pamatbrīvības, jo īpaši vārda brīvība.”

83. Treškārt, Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta ierobežotais tvērums salīdzinājumā ar Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunkta tvērumu, šķiet, ir apstiprināts, izvērtējot Tiesas pastāvīgo judikatūru.

84. Šajā ziņā, atsaucoties uz spriedumiem *Gillette Company un Gillette Group Finland*⁴⁶ un *Portakabin*⁴⁷, iesniedzējtiesa norāda, ka Tiesa, šķiet, ir sašaurinājusi Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētā ierobežojuma tvērumu, attiecinot to uz izmantošanu, kas ir vajadzīga, lai norādītu preces paredzēto nolūku.

85. Proti, Tiesa šajos spriedumos paskaidroja, ka Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas jomā ir jāiekļauj tikai tās situācijas, kas atbilst šīs tiesību normas mērķim. Tiesa uzskata, ka minētās tiesību normas mērķis ir preču vai pakalpojumu, kuriem attiecībā pret preču zīmes īpašnieka piedāvātām precēm vai pakalpojumiem ir papildinošs raksturs, sniedzējiem ļaut izmantot šo preču zīmi, lai informētu sabiedrību par starp to precēm vai pakalpojumiem un minētā preču zīmes īpašnieka precēm vai pakalpojumiem pastāvošo lietderīgo saikni⁴⁸.

86. Turklāt Tiesa spriedumā *Adam Opel*⁴⁹ īsumā atsaucās uz Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, uzskatot, ka preču zīmes, kas bija ražotāja logotips, piestiprināšanas samazinātiem transportlīdzekļu modeļiem mērķis nebija norādīt uz šiem modeļiem – rotaļlietām paredzēto

⁴³ P7_TA(2014)0119 Eiropas Parlamenta 2014. gada 25. februāra normatīvā rezolūcija par priekšlikumu Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvai, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (COM(2013) 162 vai C7-0088/2013 – 2013/0089(COD)) pieejama šajā tīmekļa vietnē: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/LV/TXT/?uri=CELEX%3A52014AP0119>.

⁴⁴ P7_TA(2014)0119 Eiropas Parlamenta 2014. gada 25. februāra normatīvā rezolūcija, minēta iepriekš.

⁴⁵ Komisijas Paziņojums Eiropas Parlamentam, ko izstrādā atbilstīgi Līguma par Eiropas Savienības darbību 294. panta 6. punktam, par Padomes nostāju par Eiropas Parlamenta un Padomes direktīvas, ar ko tuvinā dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, pieņemšanu (COM(2015) 588 final).

⁴⁶ Spriedums, 2005. gada 17. marts (C-228/03, EU:C:2005:177).

⁴⁷ Spriedums, 2010. gada 8. jūlijs (C-558/08, EU:C:2010:416).

⁴⁸ Skat. spriedumus, 2005. gada 17. marts, *Gillette Company un Gillette Group Finland* (C-228/03, EU:C:2005:177, 33. un 34. punkts), un 2010. gada 8. jūlijs, *Portakabin* (C-558/08, EU:C:2010:416, 64. punkts).

⁴⁹ Spriedums, 2007. gada 25. janvāris (C-48/05, EU:C:2007:55, 39. punkts).

nolūku. Gluži pretēji, no tā var secināt, ka šajā tiesību normā paredzēto ierobežojumu var attiecināt uz preču zīmes piestiprināšanu trešās personas precei, lai norādītu uz šīs preces izmantojumu.

87. Tāpat spriedumā *BMW*⁵⁰ Tiesa, šķiet, arī uzskatīja, ka tikai izmantošana, ko veic trešās personas, lai norādītu preces vai pakalpojuma paredzēto nolūku Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, ir likumīga izmantošana. Tiesa šajā spriedumā norādīja, ka “preču zīmes izmantošana, lai informētu sabiedrību, ka reklāmdevējs remontē un uztur preces ar šo preču zīmi, ir izmantošana, kas norāda pakalpojuma paredzēto nolūku [šīs tiesību normas] izpratnē. Proti, tāpat kā preču zīmes izmantošana, lai identificētu automašīnas, kurām der neoriģināla rezerves daļa, tā attiecīgi tiek izmantota, lai identificētu preces, uz kuriem attiecas sniegtais pakalpojums”⁵¹.

88. Ceturtkārt, interpretāciju, saskaņā ar kuru Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta tvērums ir nedaudz šaurāks salīdzinājumā ar Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunkta tvērumu, plaši atbalsta juridiskās literatūras autori.

89. Proti, juridiskās literatūras autori bija ierosinājuši ieviest vispārēju ierobežojumu norādīšanas nolūkā, izdarot grozījumu Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu un Regulas Nr. 207/2009 12. panta c) punktu, pirms Direktīvas 2015/2436 un Regulas 2015/2424 pieņemšanas⁵². Kā esmu norādījis šo secinājumu 78. un 79. punktā, Savienības likumdevējs ir vēlējis ņemt vērā šo autoru piedāvāto pieeju. Turklāt minētie autori apgalvo, ka Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunkta un Regulas 2015/2424 12. panta 1. punkta c) apakšpunkta formulējumu tvērums ir plašāks nekā analogiskiem Direktīvas 2008/95 un Regulas Nr. 207/2009 noteikumiem⁵³.

90. Ņemot vērā šos apsvērumus par Direktīvas 2008/95 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta gramatisko interpretāciju un šīs tiesību normas rašanās vēsturi, kā arī judikatūrā un juridiskajā literatūrā minētos apsvērumus, ierosinu uz prejudiciālo jautājumu atbildēt, ka šī tiesību norma ir jāinterpretē tādējādi, ka uz preču zīmes izmantošanu komercdarbībā “nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam”, kas pašlaik ir minēta Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā, neattiecas šī pirmā minētā tiesību norma, ja vien runa nav par izmantošanu, kas ir vajadzīga, lai norādītu šīs trešās personas preces vai pakalpojuma paredzēto nolūku⁵⁴.

⁵⁰ Spriedums, 1999. gada 23. februāris (C-63/97, EU:C:1999:82).

⁵¹ Šajā nozīmē skat. spriedumu, 1999. gada 23. februāris, *BMW* (C-63/97, EU:C:1999:82, 59. punkts).

⁵² Skat. it īpaši Knaak, R., Kur, A., von Mühlendahl, A., “The Study on the Functioning of the European Trade Mark System”, *Max Planck Institute for Intellectual Property and Competition Law Research Paper*, Nr. 12–13, 2012, 15. lpp.: “Pētījumā ir ierosināts vispārējs ierobežojums preču zīmes izmantošanai, lai norādītu vai atsauktos uz preču zīmes īpašnieka precēm vai pakalpojumiem” (brīvs tulkojums).

⁵³ Skat. Kur, A., Senftleben, M., *European Trade Mark Law*, Oxford University Press, Oksforda, 2017, 421. lpp., 6.39.–6.41. punkts, un 429. lpp., 6.62. punkts.

⁵⁴ Jāprecizē, ka manu atbildes priekšlikumu nevar interpretēt tādējādi, ka uz *Buongiorno* rīcību var attiecināt Direktīvas 2015/2436 14. panta 1. punkta c) apakšpunktu, ja šī direktīva būtu piemērojama pamatlietā. Šāds apsvērums ir atkarīgs no faktu konstatējuma. Turklāt, skatot to šajā nozīmē, manis piedāvātā atbilde iesniedzējietībai nebūtu noderīga, jo minētā direktīva *ratione temporis* nav piemērojama pamatlietā.

VI. Secinājumi

91. Ņemot vērā visus iepriekš izklāstītos apsvērumus, ierosinu Tiesai uz *Tribunal Supremo* (Augstākā tiesa, Spānija) uzdoto prejudiciālo jautājumu atbildēt šādi:

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts

ir jāinterpretē tādējādi, ka

uz preču zīmes izmantošanu komercdarbībā “nolūkā identificēt vai norādīt uz precēm vai pakalpojumiem kā tādiem, kas pieder minētās preču zīmes īpašniekam”, kas pašlaik ir minēta Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas (ES) 2015/2436 (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 14. panta 1. punkta c) apakšpunktā, neattiecas šī pirmā minētā tiesību norma, ja vien runa nav par izmantošanu, kas ir vajadzīga, lai norādītu šīs trešās personas preces vai pakalpojuma paredzēto nolūku.