ĢENERĀLADVOKĀTA DŽOVANNI PITRUCELLAS
[*GIOVANNI PITRUZZELLA*]
SECINĀJUMI,
sniegti 2022. gada 12. maijā [1]

Lieta C-197/21

Soda-Club (CO2) SA,
SodaStream International BV
pret
MySoda Oy

(*Korkein oikeus* (Augstākā tiesa, Somija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Preču zīmes – Izsmelšana – Atkārtoti uzpildāmas oglekļa dioksīdu saturošas pudeles – Laišana apgrozībā dalībvalstī, ko veic preču zīmes īpašnieks vai kas tiek veikta ar tā piekrišanu – Tālākpārdošana, ko veic trešā persona pēc pārsaiņošanas un tās preču zīmes piestiprināšanas tajā pašā dalībvalstī – Apritē esošas pudeles preču zīme, kas joprojām ir redzama iegravēta uz pudeles kakliņa – Pārsaiņošana – Sprieduma *Bristol-Myers Squibb* u.c. kritēriji – Piemērošana attiecībā uz citām precēm, kas nav zāles – Piemērošana situācijā, kas attiecas uz vienu dalībvalsti – Nepieciešamības nosacījums – Ekonomiskās saiknes iespaids

1. XXI gadsimtam ir raksturīga vispārēja izpratne par mūsu patēriņa modeļu ietekmi uz tādiem būtiskiem jautājumiem kā, piemēram, vides aizsardzība. 2015. gada paziņojumā "Noslēgt aprites loku – ES rīcības plāns pārejai uz aprites ekonomiku" [2] Eiropas Komisija slavēja šāda veida ekonomikas priekšrocības šādi: "Pāreja uz pilnīgāku aprites ekonomiku, kurā produktu, materiālu un resursu vērtība tiek uzturēta pēc iespējas ilgi un kurā tiek radīts pēc iespējas maz atkritumu, ir būtisks ieguldījums ES centienos izveidot ilgtspējīgu mazoglekļa ekonomiku, kur resursi tiek izmantoti efektīvi. Šāda pāreja dod iespēju pārveidot Eiropas ekonomiku un radīt tai jaunas un konkurētspējīgas priekšrocības." Šāda ekonomikas aprite nozīmē, ka preces, ko preču zīmju īpašnieki pirmo reizi laiduši apgrozībā Savienībā, tiks atkārtoti izmantotas, atkārtoti piepildītas un uzpildītas, pirms tās atkal tiks laistas tirgū. Šādā kontekstā ir iesniegts šis lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu, kas dod Tiesai iespēju precizēt nosacījumus, ar kādiem ir jāpanāk nepieciešamais šo tiesību īpašnieku un trešo personu, kas atkārtoti izmanto un pārdod viņu preces, likumīgo interešu saskaņojums.

[1] Oriģinālvaloda – franču.

[2] COM(2015) 614 *final*, 2015. gada 2. decembris.

I. Atbilstošās tiesību normas

A. Savienības tiesības

1. Regula (ES) 2017/1001

2. Eiropas Parlamenta un Padomes Regula (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi [3] no 2017. gada 1. oktobra atcēla un aizstāja Regulu (EK) Nr. 207/2009 [4].

3. Regulas 2017/1001 15. pantā "ES preču zīmes piešķirto tiesību izlietošana" ir noteikts:

"1. ES preču zīme nedod tās īpašniekam tiesības aizliegt to lietot saistībā ar precēm, kuras ar minēto preču zīmi tirgū Eiropas Ekonomikas zonā ir laidis īpašnieks vai arī tas ticis darīts ar viņa piekrišanu.

2. Šā panta 1. punktu nepiemēro, ja īpašniekam ir pamatoti iemesli iebilst pret preču turpmāku tirdzniecību, īpaši tad, ja preces pēc to laišanas apgrozībā ir izmainītas vai bojātas."

2. Direktīva (ES) 2015/2436

4. Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas (ES) 2015/2436 (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm [5] 15. pants "Preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšana" ir formulēts šādi [6]:

"1. Preču zīme nedod īpašniekam tiesības aizliegt tās lietošanu saistībā ar precēm, ko Savienības tirgū, lietojot šo preču zīmi, laidis īpašnieks vai kas laistas tirgū ar īpašnieka piekrišanu.

2. Šā panta 1. punktu nepiemēro, ja īpašniekam ir likumīgi iemesli iebilst pret preču turpmāku komercializāciju, jo īpaši – ja pēc laišanas tirgū preču stāvoklis ir izmainījies vai pasliktinājies."

B. Somijas tiesības

5. 2019. gada 26. aprīļa *Tavaramerkkilaki* (544/2019) (Likums par preču zīmēm (Nr. 544/2019)) 9. panta 1. punkts ir piemērojams valsts preču zīmēm kopš 2019. gada 1. maija. Tajā ir noteikts, ka preču zīmes īpašnieks nedrīkst aizliegt preču zīmes izmantošanu saistībā ar precēm, ko Eiropas Ekonomikas zonas tirgū, izmantojot šo preču zīmi, laidis īpašnieks vai kas laistas tirgū ar tā piekrišanu. Saskaņā ar šī 9. panta 2. punktu, neskarot 1. punktu, preču zīmes īpašnieks var

[3] OV 2017, L 154, 1. lpp.

[4] Padomes Regula (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.), kurā grozījumi izdarīti ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2015. gada 16. decembra Regulu (ES) 2015/2424 (OV 2015, L 341, 21. lpp.) (turpmāk tekstā – "Regula Nr. 207/2009"). Regulas Nr. 207/2009 13. pants atbilst Regulas 2017/1001 15. pantam.

[5] OV 2015, L 336, 1. lpp.

[6] No 2019. gada 15. janvāra šis noteikums aizstāj Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2008, L 299, 25. lpp.), 7. pantu un lielā mērā atbilst tam.

aizliegt preču zīmes izmantošanu saistībā ar precēm, ja tam ir likumīgs iemesls iebilst pret preču turpmāku piedāvāšanu vai laišanu tirgū. Preču zīmes īpašnieks var aizliegt preču zīmes izmantošanu it īpaši tad, ja pēc laišanas tirgū preču stāvoklis ir izmainījies vai pasliktinājies[7].

II. Pamatlieta, prejudiciālie jautājumi un tiesvedība Tiesā

6. *Soda-Club (CO2) SA* un *SodaStream International B.V.* (turpmāk tekstā kopā – "*SodaStream*") ražo un tirgo sadzīves karbonizācijas ierīces, kas paredzētas privātpersonu lietošanai. Šīs ierīces ļauj viegli pagatavot gāzētu ūdeni un aromatizētus gāzētus dzērienus no krāna ūdens. Somijā šīs ierīces tiek tirgotas ar preču zīmi "SODASTREAM". Pārdošanas iepakojumā cita starpā ir attiecīgā ierīce un atkārtoti uzpildāma oglekļa dioksīda pudele, kas sastāv no alumīnija korpusa ar iegravētu preču zīmi "SODASTREAM" vai "SODACLUB". Uz pudeles ir uzlīmēta arī etiķete ar vienu no šīm preču zīmēm. Turklāt *SodaStream* piedāvā ar oglekļa dioksīdu pildītas pudeles pārdošanai atsevišķi. *SodaStream* ir Eiropas Savienības preču zīmju un valsts preču zīmju "SODASTREAM" un "SODA-CLUB" īpašnieks. Reģistrētās preču zīmes "SODASTREAM" un "SODA-CLUB" attiecas gan uz attiecīgajām pudelēm, gan uz tajos esošo oglekļa dioksīdu.

7. *MySoda Oy* juridiskā adrese ir Somijā. Tā ar preču zīmi "MYSODA" tirgo līdzīgas ierīces, kādas pārdod *SodaStream*, taču to iepakojumos nav pudeļu. Kopš 2016. gada *MySoda* Somijā tirgo pildītas oglekļa dioksīda pudeles, kas ir saderīgas ne tikai ar pašas *MySoda* ražotajām karbonizācijas ierīcēm, bet arī ar *SodaStream* tirgotajām ierīcēm. Oglekļa dioksīda pudeles, ko uzpilda un pārdod *MySoda*, ir tostarp atkārtoti uzpildītas pudeles, kuras sākotnēji tirgū laida *SodaStream*. *MySoda* no mazumtirgotājiem saņem *SodaStream* oglekļa dioksīda tukšās pudeles, kuras tiem atnesuši patērētāji. Pēc tam *MySoda* noņem etiķeti, kuru uz pudeles uzlīmējusi *SodaStream*. Tā atkārtoti uzpilda šo pudeli un pēc tam uz tās uzlīmē savu etiķeti. Ir skaidrs, ka šādi uzlīmēta etiķete ļauj joprojām saskatīt gravējumus uz pudeles, tostarp preču zīmes "SODASTREAM" un "SODA-CLUB".

8. Somijā oglekļa dioksīda pudeles ir pieejamas mazumtirdzniecības vietās. *SodaStream* un *MySoda* nav pašām savu veikalu.

9. *MySoda* ir izmantojusi divas dažādas etiķetes. Uz tā saucamās "rozā" etiķetes ar lieliem burtiem redzams *MySoda* logotips, kuram blakus ir precizējums, ka prece ir "Somijā ražots oglekļa dioksīds karbonizācijas ierīcēm". Ar maziem burtiem ir norādīta informācija par preci, atsauce uz uzņēmumu, kas uzpildījis pudeli, un norāde uz tā tīmekļa vietni, kur var iegūt papildu informāciju. Uz tā saucamās "baltās" etiķetes lieliem burtiem piecās valodās ir redzama vārdkopa "Oglekļa dioksīds". Informācija par preci, t.i., pudeles uzpildītāja uzņēmuma nosaukums, kas ir uzpildījis pudeli, paziņojums par to, ka uzņēmumam nav nekāda sakara ar pudeles sākotnējo piegādātāju, nedz arī uzņēmumu vai preču zīmēm, kas redzamas uz pudeles, kā arī atsauce uz *MySoda* tīmekļa vietni, ir drukāta sīkā drukā.

10. *SodaStream*, uzskatot, ka šāda prakse pārkāpj tās ar preču zīmi piešķirtās tiesības un ka tai bija vairāki likumīgi iemesli pret to iebilst, cēla prasību pret *MySoda*, lai atzītu, ka *MySoda* ir pārkāpusi tās preču zīmes Somijā, bez atļaujas izmantojot tās savā uzņēmējdarbībā un pārdodot atkārtoti uzpildītas pudeles ar šīm preču zīmēm ar *MySoda* pašas preču zīmi uz tām, pēc oriģinālo etiķešu

[7] Ņemot vērā iesniedzējtiesā apstrīdētās prakses ilgumu, ir jāatsaucas arī uz *Tavaramerkkilaki* (1715/1995) (Likums par preču zīmēm (Nr. 1715/1995)) 10.a pantu, kas bija spēkā līdz 2016. gada 31. augustam, kā arī *Tavaramerkkilaki* (616/2016) (Likums par preču zīmēm (Nr. 616/2016)) 8. pantu, kas bija spēkā līdz 2019. gada 30. aprīlim. Šīs divas tiesību normas būtībā atbilda šobrīd spēkā esošā Likuma par preču zīmēm 9. pantam.

noņemšanas un nomaiņas bez *SodaStream* atļaujas vai atkārtoti uzpildītas pudeles pēc oriģinālo etiķešu nomaiņas ar jaunām. *SodaStream* pieprasa aizliegt šo praksi, ko tā uzskata par pārkāpumu, un pieprasa kompensāciju.

11. Ar 2019. gada 5. septembra starpspriedumu *Markkinaoikeus* (Komerctiesa, Somija) apmierināja *SodaStream* prasības attiecībā uz *MySoda* rozā etiķešu izmantošanu un noraidīja prasības attiecībā uz baltajām etiķetēm. *Markkinaoikeus* (Komerctiesa, Somija) konstatēja, ka ar *SodaStream* preču zīmēm piešķirtās ekskluzīvās tiesības attiecībā uz tās sākotnēji tirgū laistajām oglekļa dioksīda pudelēm bija izsmeltas. Tāpēc, lai iebilstu pret *MySoda* praksi, *SodaStream* bija jāpierāda likumīgās intereses. Pēc lietā *Bristol-Myers Squibb* u.c. izvirzīto nosacījumu noraidīšanas, [8] pamatojoties uz to, ka strīds starp *SodaStream* un *MySoda* nebija saistīts ar paralēlu importu, *Markkinaoikeus* (Komerclietu tiesa, Somija), pamatojoties uz spriedumu *Viking Gas* [9], konstatēja, ka *MySoda* prakse nemainīja un nepasliktināja *SodaStream* sākotnēji apgrozībā laisto oglekļa dioksīda pudeli vai tās saturu. Šāda prakse arī nekaitējot tās reputācijai vai neradot jebkādu kaitējumu, kas būtu likumīgs iemesls *SodaStream* pret to iebilst. Lai gan prakse, kas attiecas uz baltajām etiķetēm, pēc attiecīgās tiesas domām, neradīja kļūdainu iespaidu par ekonomisko saikni starp *MySoda Oy* un *SodaStream*, to pašu nevar teikt par rozā etiķešu izmantošanu, kas vidusmēra patērētājam, kurš ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs, var radīt iespaidu par ekonomisko saikni starp šīm divām vienībām. Jo īpaši tādēļ, ka uz rozā etiķetes dominēja *MySoda* logotips, šī tiesa uzskatīja, ka patērētājs varēja uzskatīt, ka oglekļa dioksīda pudele bija *MySoda* pudele. Tāpēc *SodaStream* bija likumīgs iemesls iebilst pret rozā etiķešu izmantošanas praksi.

12. *SodaStream* un *MySoda* iesniedza apelācijas sūdzības par šo starpspriedumu, un *Korkein oikeus* (Augstākā tiesa, Somija), kurā tās tika iesniegta, tās pieļāva.

13. *SodaStream* uzskata, ka, noņemot etiķeti ar tās preču zīmi, kas norāda uz oglekļa dioksīda pudeles izcelsmi, un piestiprinot jaunu etiķeti, *MySoda* pārmarķē preci, kas jau ir preču zīmes izcelsmes norādes funkcijas pārkāpums un uz ko būtu jāattiecina spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. izklāstītie nosacījumi vai vismaz nepieciešamības nosacījums. Taču etiķetes nomaiņa saskaņā ar iepriekš aprakstītajiem nosacījumiem nav nepieciešama, lai laistu tirgū atkārtoti uzpildītas oglekļa dioksīda pudeles, jo uzlīmes uzlīmēšana uz atkārtoti uzpildītās pudeles, lai norādītu informāciju par personu, kas to atkārtoti uzpildījusi, mazāk kaitētu preču zīmes īpašnieka tiesībām. Tāpēc *SodaStream* esot tiesības iebilst pret *MySoda* praksi. *SodaStream* kā vēl vienu likumīgu iebildumu pamatojumu min arī kļūdaino iespaidu, kas varētu rasties *MySoda* prakses dēļ attiecībā uz ekonomiskās saiknes pastāvēšanu starp to un *MySoda*.

14. Savukārt *MySoda* apgalvo, ka nosacījumi, kas izklāstīti spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c., nav piemērojami šajā lietā, jo attiecīgie komercdarījumi notiek vienas dalībvalsts iekšienē. *MySoda* nepārsaiņo oriģinālo preci, kas tiek pārdota paralēlā importa ietvaros. Etiķetes aizstāšana neapdraudot preču zīmes funkciju, jo konkrētā sabiedrības daļa saprotot, ka *MySoda* uzlīmētā etiķete informē vienīgi par pudelē esošā oglekļa dioksīda izcelsmi, kā arī par pudeles uzpildītāju, bet gravējums uz pudeles, kas informē par tās izcelsmi, joprojām ir redzams. Katrā ziņā *SodaStream* etiķetes nomaiņa esot nepieciešama, jo vienkārša uzlīme uz atkārtoti uzpildītās pudeles radītu lielāku risku sajaukt tās personas identitāti, kura pēdējā uzpildījusi pudeli, jo šīs pudeles ir paredzētas atkārtotai uzpildīšanai daudzas reizes. Etiķetes nomaiņa ļautu izvairīties no situācijas, kad vienai un tai pašai precei ir vairāki svītrkodi, turklāt tā bieži vien ir nepieciešama, ja oriģinālā etiķete ir bojāta vai atlīmējusies. *MySoda* norāda, ka tā ievēro Somijā iedibināto praksi,

[8] Spriedums, 1996. gada 11. jūlijs (C-427/93, C-429/93 un C-436/93, turpmāk tekstā – "spriedums *Bristol-Myers Squibb* u.c.", EU:C:1996:282).

[9] Spriedums, 2011. gada 14. jūlijs (C-46/10, turpmāk tekstā – "spriedums *Viking Gas*", EU:C:2011:485).

kas ir tik ļoti izplatīta, ka to atbalsta arī pati *SodaStream*. Visbeidzot, *MySoda* iesniedzējtiesā precizēja, ka tā nav vienīgais uzņēmums, kas darbojas oglekļa dioksīda pudeļu uzpildes tirgū, un tāpēc ir arī iespējams, ka etiķetes, kuras tā aizstāj, nav *SodaStream* etiķetes, bet gan iepriekšējo personu etiķetes, kas ir uzpildījušas pudeles.

15. Iesniedzējtiesa uzskata, ka Savienības tiesībās nav skaidru un detalizētu noteikumu par nosacījumiem, ar kādiem preču zīmes īpašniekam ir likumīgs iemesls iebilst pret tirgū laisto preču turpmāku tirdzniecību. Atbilstoši Tiesas pastāvīgajai judikatūrai, vismaz paralēli importētu zāļu pārsaiņošanas gadījumā, kas ietver pārmarķēšanu, pastāv risks, ka tiek apdraudēta preču zīmes izcelsmes garantija. Tādēļ šāda pārsaiņošana ietekmē preču zīmes īpašo mērķi [10]. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru preču zīmes īpašnieks var aizliegt pārsaiņotu preču pārdošanu, ja vien izplatītājs nepierāda, ka šī prakse atbilst nosacījumiem, kas noteikti spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. [11]. Tāpēc preču zīmes īpašnieks var aizliegt preces pārsaiņošanu, ja vien pārsaiņošana nav nepieciešama, lai varētu tirgot paralēli importētas preces, un ja turklāt tiek saglabātas preču zīmes īpašnieka likumīgās intereses [12]. Iesniedzējtiesa arī norāda, ka no sprieduma *Viking Gas*, kurā tomēr nav izdarīta atsauce uz Tiesas judikatūru par pārsaiņošanu vai uz nosacījumiem, kas noteikti spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c., izriet, ka gadījumā, ja persona, kas ir atkārtoti uzpildījusi gāzes balonus, kuri ir laisti tirgū tajā pašā dalībvalstī, ir pielīmējusi uz tiem savas etiķetes, var būt likumīgs iemesls iebilst pret balonu atkārtoti uzpildījušās personas praksi, jo īpaši tad, ja preču zīmes izmantošana rada iespaidu, ka starp preču zīmes īpašnieku un personu, kas ir atkārtoti uzpildījusi balonu, pastāv ekonomiska saikne [13].

16. No vienas puses, iesniedzējtiesa secina, ka no Tiesas judikatūras skaidri neizriet, vai nepieciešamības nosacījums, kas definēts spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c., ir piemērojams tajā pašā dalībvalstī tirgotu preču pārsaiņošanai. Iesniedzējtiesa nav pārliecināta, vai tā *MySoda* veikto darbību var kvalificēt kā "pārsaiņošanu" Tiesas judikatūras izpratnē, ņemot vērā, ka pamatlietā aplūkotā strīda kontekstā runa ir par pudelēm, kuras paredzēts atkārtoti uzpildīt vairākus desmitus reižu. Iesniedzējtiesai ir šaubas arī par to, vai ir izšķiroša nozīme tam, ka konkrētā sabiedrības daļa uzskata, ka etiķete informē tikai par oglekļa dioksīda izcelsmi, pat ja preču zīmes īpašnieks, laižot tirgū oglekļa dioksīda pudeli, ar preču zīmi marķēto etiķeti ir izvietojis uz pudeles arī tās izcelsmes apliecināšanai. Tāpat nevar acīmredzami noteikt, vai secinājumus, kas izdarīti spriedumā *Viking Gas*, var piemērot pamatlietas kontekstā, jo šis spriedums attiecas uz preču zīmēm, kuras uzlīmējis preču zīmes īpašnieks, kurš sākotnēji bija laidis tirgū balonus, bet šīs preču zīmes nekad nav tikušas ne noņemtas, ne aizklātas. Pamatlietā ir redzama tikai preču zīme, kas iegravēta uz oglekļa dioksīda pudeles kakliņa.

17. No otras puses, ņemot vērā Tiesas judikatūru un it īpaši spriedumu *Loendersloot* [14], dažkārt var būt pietiekami uzlīmēt uz pudeles vienkāršu uzlīmi ar papildu informāciju, un nav nepieciešams noņemt etiķeti, ko pielīmējis preču zīmes īpašnieks, kurš ir laidis pudeles apgrozībā. No judikatūras arī izriet, ka nepieciešamības nosacījums nav izpildīts, ja attiecīgās darbības mērķis ir vienīgi gūt komerciālu labumu [15]. Uz pudelēm, kas atkārtoti uzpildītas ar oglekļa dioksīdu, jābūt informācijai par personu, kas šīs pudeles atkārtoti uzpildījusi. Pieņemot, ka sprieduma *Bristol-Myers Squibb* u.c. nosacījumi ir piemērojami, sevišķi nosacījums attiecībā uz

[10] Iesniedzējtiesa atsaucas uz 2002. gada 23. aprīļa spriedumu *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-143/00, EU:C:2002:246, 29. un 30. punkts) un 2007. gada 26. aprīļa spriedumu *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 28.–30. punkts).

[11] Iesniedzējtiesa šeit min 2007. gada 26. aprīļa spriedumu *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 52. un 53. punkts).

[12] Iesniedzējtiesa šeit atsaucas uz 2002. gada 23. aprīļa spriedumu *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-143/00, EU:C:2002:246, 34. punkts).

[13] Iesniedzējtiesa šeit atsaucas uz sprieduma *Viking Gas* 37. punktu.

[14] Spriedums, 1997. gada 11. novembris (C-349/95, EU:C:1997:530).

[15] Iesniedzējtiesa šeit atsaucas uz 1999. gada 12. oktobra spriedumu *Upjohn* (C-379/97, EU:C:1999:494, 44. punkts).

nepieciešamību, iesniedzējtiesa jautā, vai ir jāņem vērā pudeļu mērķis. Proti, tā kā oglekļa dioksīda pudeles ir paredzētas atkārtotai uzpildīšanai, lai tās izmantotu atkārtoti, var rasties jautājums par etiķešu, ko pielīmējis preču zīmes īpašnieks, kurš laida pudeles tirgū, izturību laika gaitā. Precīzāk, būtu jānosaka, vai preču zīmes īpašnieka uzlīmētās etiķetes bojājumi vai tās atdalīšana no pudeles, proti, tas, ka jau iepriekš cits uzpildītājs var būt aizstājis oriģinālo etiķeti ar savējo, var būt apstākļi, kas etiķetes maiņu vai aizstāšanu ar uzpildītāja etiķeti ļauj uzskatīt par nepieciešamu atkārtoti uzpildītās pudeles laišanai tirgū.

18. Šādos apstākļos *Korkein oikeus* (Augstākā tiesa) nolēma apturēt tiesvedību un ar lēmumu, kas Tiesas kancelejā saņemts 2021. gada 29. martā, uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

1) Vai Tiesas judikatūrā par pārsaiņošanu un pārmarķēšanu paralēlā importa gadījumos izstrādātie tā dēvētie *Bristol-Myers Squibb* kritēriji un it īpaši tā dēvētais nepieciešamības nosacījums tiek piemēroti arī tad, ja runa ir par tādu preču pārsaiņošanu vai pārmarķēšanu, ko dalībvalsts tirgū laidis preču zīmes īpašnieks vai tas darīts ar tā piekrišanu un kas paredzētas tālākpārdošanai tajā pašā dalībvalstī?

2) Situācijā, kad preču zīmes īpašnieks, laižot tirgū oglekļa dioksīdu saturošu pudeli, ir marķējis to ar savu preču zīmi, kas ir izvietota gan pudeles etiķetē, gan ir iegravēta pudeles kakliņā, vai tā dēvētie *Bristol-Myers Squibb* kritēriji un it īpaši tā dēvētais nepieciešamības nosacījums tiek piemēroti arī tad, ja trešā persona atkārtoti uzpilda pudeli ar oglekļa dioksīdu tālākpārdošanai, noņem tās oriģinālo etiķeti un aizstāj to ar sava marķējuma etiķeti, bet vienlaikus gravējumā uz pudeles kakliņa joprojām ir redzama sākotnējā tirgotāja preču zīme?

3) Vai iepriekš raksturotajā situācijā var uzskatīt, ka ar preču zīmi marķētās etiķetes noņemšana un aizstāšana principā apdraud preču zīmes kā pudeles izcelsmes apliecinājuma funkciju, vai arī, ņemot vērā pārsaiņošanas un pārmarķēšanas nosacījumu piemērojamību, nozīme ir tam, ka:

   – ir jāpieņem, ka konkrētā sabiedrības daļas skatījumā etiķete informē tikai par oglekļa dioksīda izcelsmi (un tādējādi pudeles pildītāju); vai arī

   – ir jāpieņem, ka konkrētās sabiedrības daļas skatījumā etiķete vismaz daļēji informē arī par pudeles izcelsmi?

4) Vai, vērtējot oglekļa dioksīda pudeļu etiķetes noņemšanu un aizstāšanu atbilstoši nepieciešamības nosacījumam, preču zīmes īpašnieka tirgū laisto pudeļu etiķešu nejaušs bojājums vai atdalīšanās vai tas, ka tās ir noņēmis un aizstājis iepriekšējais pildītājs, var būt apstāklis, kas regulāru etiķešu aizstāšanu ar pildītāja etiķeti ļauj uzskatīt par nepieciešamu atkārtoti uzpildīto pudeļu laišanai tirgū?"

19. *MySoda*, *SodaStream*, Somijas valdība, kā arī Komisija ir iesniegušas Tiesai rakstveida apsvērumus.

III. Vērtējums

20. Pirms veicu Tiesai uzdoto jautājumu analīzi, vēlos norādīt, ka šajos secinājumos atsaucos uz attiecīgajiem Regulas 2017/1001 un Direktīvas 2015/2436 noteikumiem, proti, it īpaši uz Regulas 2017/1001 15. pantu un Direktīvas 2015/2436 15. pantu [16]. Ciktāl *MySoda* pārmestie fakti ir radušies 2016. gadā un ņemot vērā līdzību starp tiesību normām par valsts un Savienības preču zīmju piešķirto tiesību izsmelšanu, argumentācija attiecībā uz Regulas 2017/1001 15. pantu un Direktīvas 2015/2436 15. pantu attieksies arī uz iepriekš spēkā bijušo tiesību aktu attiecīgo tiesību normu interpretāciju [17]. Šā paša iemesla dēļ Tiesas judikatūra, kas balstīta uz šīm agrākajām tiesību normām, joprojām ir būtiska pamatlietas izlemšanai.

A. Par pirmo, otro un ceturto prejudiciālo jautājumu

21. Ar pirmo, otro un ceturto prejudiciālo jautājumu, kas, manuprāt, ir jāizskata kopā, iesniedzējtiesa lūdz Tiesu precizēt, vai nosacījumi, kas paredzēti spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c., ir piemērojami gadījumā, kad preces pēc tam, kad preču zīmes īpašnieks tās ir pirmo reizi laidis Savienības tirgū, trešā persona tās pārdod tālāk tajā pašā dalībvalstī, kurā tās pirmo reizi tika laistas tirgū. Turklāt tā jautā, vai šie nosacījumi un it īpaši nosacījums par nepieciešamību ir piemērojami gadījumā, ja trešā persona uzpilda pudeli ar oglekļa dioksīdu, lai to tālākpārdotu, noņem sākotnējo etiķeti un aizstāj to ar savu etiķeti, atstājot redzamu īpašnieka preču zīmi, kas iegravēta uz pudeles kakliņa. Visbeidzot, iesniedzējtiesa jautā, kā vērtējumu par to, vai pastāv pārsaiņošanas nepieciešamība, var ietekmēt tas, ka preču zīmes īpašnieka pielīmētās etiķetes pudelēm, kas paredzētas daudzkārtējai uzpildīšanai un atkārtotai izmantošanai, pēc savas būtības sabojājas vai pat atdalās, tādējādi potenciāli radot nepieciešamību tās regulāri nomainīt, lai tās vēlāk varētu laist tirgū. Šie jautājumi tiek uzdoti, lai izlemtu, vai *SodaStream* ir tiesības iebilst pret *MySoda* praksi.

22. Šo iebildumu tiesību, kas ir atkāpe no preču brīvas aprites pamatprincipa, vienīgais mērķis ir aizsargāt tiesības, kas attiecas uz preču zīmes īpašo priekšmetu, kas ir jāsaprot, ņemot vērā tās pamatfunkciju [18]. Preču zīmes tiesību īpašais priekšmets ir it īpaši nodrošināt, lai tiesību īpašniekam būtu tiesības ekskluzīvi izmantot preču zīmi, pirmo reizi laižot preci tirgū, un šādi viņš tiktu pasargāts no konkurentiem, kuri vēlētos ļaunprātīgi izmantot preču zīmes stāvokli un reputāciju, pārdodot preces, kas prettiesiski apzīmētas ar šo preču zīmi [19]. Preču zīmes pamatfunkcija ir garantēt patērētājam vai galalietotājam ar preču zīmi apzīmētās preces izcelsmes identitāti, ļaujot viņam šo preci atšķirt no precēm ar citādu izcelsmi, nesajaucot tās [20]. Tomēr preču zīmes īpašnieka tiesības iebilst pret tādu preču turpmāku tirdzniecību, uz kurām ir viņa preču zīme, nav neierobežotas, jo tās noteikti ierobežo preču brīvas aprites pamatprincipu.

23. Tādējādi jautājums par Savienības vai valsts preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšanu ir reglamentēts Regulas 2017/1001 15. pantā un Direktīvas 2015/2436 15. pantā. It īpaši šo divu tiesību normu mērķis ir līdzīgā veidā saskaņot preču zīmju tiesību aizsardzības un preču brīvas

[16] Par Direktīvas 2015/2436 15. pantā paredzētās saskaņošanas pilnīgumu pēc analoģijas skat. 2017. gada 20. decembra spriedumu *Schweppes* (C-291/16, EU:C:2017:990, 30. punkts). Par Pirmās direktīvas 89/104 (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), 7. pantu skat. spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (25. un 26. punkts) un 2002. gada 23. aprīļa spriedumu *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-143/00, EU:C:2002:246, 17. punkts).

[17] Respektīvi uz Regulas 207/2009 13. pantu un Direktīvas 2008/95 7. pantu.

[18] Skat. spriedumu, 2002. gada 23. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-143/00, EU:C:2002:246, 28. punkts).

[19] Skat. spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (44. punkts) un spriedumu, 2017. gada 20. decembris, *Schweppes* (C-291/16, EU:C:2017:990, 37. punkts).

[20] Skat. spriedumu, 2017. gada 20. decembris, *Schweppes* (C-291/16, EU:C:2017:990, 37. punkts).

aprites starp dalībvalstīm pamatintereses[21]. No šīm tiesību normām izriet, ka preču zīmes īpašnieks principā nevar iebilst pret šīs preču zīmes izmantošanu pēc tam, kad preču zīmes īpašnieks ir veicis vai ar viņa piekrišanu ir veikta pirmā laišana tirgū[22]. Tāpēc preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšanas princips, ko paredz šie divi noteikumi, ir preču zīmes īpašniekiem citādi atzīto ekskluzīvo tiesību ierobežojums. Attiecība starp šo ekskluzivitāti un preču brīvu apriti ir vairākkārt ilustrēta Tiesas judikatūrā[23]. Tādēļ, ja preču zīmes īpašumtiesības pašas par sevi rada nepieciešamu preču brīvas aprites ierobežojumu rūpnieciskā un komerciālā īpašuma aizsardzības labā, šīs aizsardzības intensitāte samazinās, jo kļūst acīmredzami pret konkurenci vērsti riski, it īpaši tirgus sadalīšana.

24. Puses ir vienisprātis, ka attiecīgās pudeles Somijas teritorijā pirmo reizi apgrozībā laida *SodaStream*, kas ir preču zīmes īpašniece. Ja ņem vērā iepriekš minēto, tā nevarētu iebilst pret pamatlietā aplūkoto praksi.

25. Tomēr preču zīmes piešķirtās tiesības nav izsmeltas, ja tās īpašnieks var balstīties uz likumīgu iemeslu iebilst pret preču turpmāku tirdzniecību[24]. Lai gan preču stāvokļa izmaiņas un bojājumi ir minēti Regulas 2017/1001 15. panta 2. punktā un Direktīvas 2015/2436 15. panta 2. punktā kā piemēri, šajos noteikumos nav sniegts izsmeļošs likumīgu iemeslu saraksts, kas varētu liegt piemērot izsmelšanas principu[25].

26. Zāļu paralēlā importa kontekstā Tiesa cita starpā nolēma, ka Pirmās direktīvas 89/104 7. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var likumīgi iebilst pret zāļu turpmāku tirdzniecību, ja importētājs ir pārsaiņojis minēto preci un atkārtoti piestiprinājis tam īpašnieka preču zīmi, ja vien, pirmkārt, nav pierādīts, ka īpašnieka preču zīmes tiesību izmantošana, lai iebilstu pret pārsaiņotu preču tirdzniecību ar šo preču zīmi, veicinātu mākslīgu tirgu sadalīšanu starp dalībvalstīm; otrkārt, nav pierādīts, ka pārsaiņošana nevar ietekmēt iepakojumā esošās preces sākotnējo stāvokli; treškārt, uz jaunā iepakojuma nav skaidri norādīts, kas preci ir pārsaiņojis, un tās ražotāja nosaukums; ceturtkārt, pārsaiņotās preces noformējums nav tāds, kas varētu kaitēt preču zīmes un tās īpašnieka reputācijai, un, piektkārt, importētājs informē preču zīmes īpašnieku pirms pārsaiņotās preces laišanas tirgū un pēc viņa pieprasījuma iesniedz viņam pārsaiņotās preces paraugu[26]. Ja nav izpildīts viens no spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. izklāstītajiem nosacījumiem, preču zīmes īpašnieks var likumīgi iebilst pret zāļu, uz kurām ir viņa preču zīme un kuras ir pārsaiņotas, turpmāku tirdzniecību[27].

27. Tādējādi, izvērtējot *SodaStream* tiesības iebilst pret *MySoda* praksi, ir jānosaka, vai šī prakse ir pārsaiņošana Tiesas judikatūras izpratnē (otrais jautājums)[28]. Pēc tam ir jānosaka, vai secinājumi, kas izriet no sprieduma *Bristol-Myers Squibb* u.c., attiecas tikai uz paralēlā importa gadījumiem, kas obligāti ietver attiecīgās preces tirdzniecību citas dalībvalsts teritorijā, nevis tajā, kurā tā pirmo reizi laista tirgū (pirmais jautājums). Visbeidzot, vispirms ir jānovērtē jautājums par to, vai šajā spriedumā norādītie nosacījumi tika konkrēti identificēti, ņemot vērā konkrēto attiecīgo preču veidu, proti, zāles, un tikai pēc tam var apsvērt nepieciešamības nosacījuma minētā sprieduma izpratnē piemērošanu pamatlietas apstākļiem.

21 Skat. spriedumu, 2002. gada 23. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-143/00, EU:C:2002:246, 18. punkts).

22 Skat. Regulas 2017/1001 15. panta 1. punktu un Direktīvas 2015/2436 15. panta 1. punktu.

23 Skat. it īpaši spriedumu, 2017. gada 20. decembris, *Schweppes* (C-291/16, EU:C:2017:990, 30. punkts un tajā minētā judikatūra).

24 Skat. Regulas 2017/1001 15. panta 2. punktu un Direktīvas 2015/2436 15. panta 2. punktu.

25 Skat. spriedumu *Viking Gas* (36. punkts).

26 Skat. spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (79. punkts).

27 Skat. it īpaši spriedumu, 2007. gada 26. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 31. un 60. punkts).

28 Skat. spriedumu, 2018. gada 17. maijs, *Junek Europ-Vertrieb* (C-642/16, EU:C:2018:322, 29. punkts).

1. Par pārsaiņošanas pastāvēšanu

28. Jautājumā par to, vai pamatlietā aplūkotā *MySoda* darbība ir pārsaiņošana, Tiesa jau ir nospriedusi, lai gan citā kontekstā, ka "jaunas etiķetes uzlīmēšana uz zālēm, uz kurām ir norādīta preču zīme, tāpat kā to jaunais iepakojums ietekmē preču zīmes īpašo mērķi [..]. Izmaiņas, ko rada jebkura jauna iepakošana vai jaunas etiķetes uzlīmēšana uz zālēm, uz kurām ir norādīta preču zīme, pašas par sevi reāli apdraud izcelsmes garantiju, ko ar preču zīmi ir paredzēts nodrošināt"[29]. Vēlāk Tiesa precizēja, ka nelielas etiķetes piestiprināšana uz oriģinālā medicīnas ierīces iepakojuma, kas citādi paliek neskarts un neatvērts, kura neaizsedz preču zīmi un kurā ir ietverts paralēlā importētāja – kā personas, kas ir atbildīga par laišanu tirgū, – nosaukums un tā kontaktinformācija, svītrkods un farmaceitiskais identifikācijas kods, nav uzskatāma par pārpakošanu. Tā kā nekādā ziņā nevar tikt uzskatīts, ka šādas etiķetes piestiprināšana ietekmētu preču zīmes īpašo mērķi, šāda darbība nav uzskatāma par pamatotu iemeslu preču zīmes īpašniekam iebilst pret attiecīgās preces turpmāku tirdzniecību[30]. Tomēr man nešķiet, ka pamatlietā aplūkoto praksi, kas aprakstīta šo secinājumu 9. punktā, būtu iespējams pielīdzināt pēdējam minētajam gadījumam. Proti, *MySoda* atver oglekļa dioksīda pudeles, apstrādā tās, pārbauda, iztīra un pēc tam piepilda pirms to aizzīmogošanas un pārmarķēšanas[31]. Tāpat nevar izslēgt, ka tādējādi var tikt ietekmēts preču zīmes īpašais mērķis, pat ja *SodaStream* preču zīme, kas iegravēta uz kakliņa, paliek redzama[32]. Tādējādi notiek oglekļa dioksīda pudeļu pārsaiņošana, kuras Somijas tirgū sākotnēji laida apgrozībā pēdējā minētā.

2. Par sprieduma Bristol-Myers Squibb u.c. nosacījumu piemērošanu pamatlietas kontekstā

29. Attiecībā uz jautājumu par saistību starp nosacījumiem, kas izklāstīti spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c., un paralēlā importa situācijām es vispirms vēlos norādīt, ka, lai gan strīds pamatlietā patiešām attiecas uz situāciju, kas notiek Somijas tirgū, *MySoda* pielīmētās etiķetes ir piecās valodās, tādējādi atklājot pilnu potenciālu, kāds varētu būt uzpildīto pudeļu izplatīšanai ārpus Somijas teritorijas.

30. Es vēlos norādīt arī, ka nosacījumi, kas izvirzīti šajā spriedumā, vismaz no to formulējuma viedokļa, ir pilnībā piemērojami tādā situācijā kā pamatlietā, jo tie galu galā attiecas uz preču zīmes piešķirtās aizsardzības apjomu un tās robežām. Šajā ziņā es piekrītu *SodaStream*, kad tā apgalvo, ka preču zīmes īpašnieka interese saņemt aizsardzību pret iespējamu ar viņa preču zīmi marķētas preces izcelsmes garantijas pārkāpumu ir tāda pati neatkarīgi no tā, vai šis pārkāpums notiek tās pašas dalībvalsts teritorijā, kurā attiecīgā prece pirmo reizi tika laista tirgū, vai citas dalībvalsts teritorijā.

31. It īpaši intelektuālā īpašuma aizsardzība nedrīkst būt tik liela, lai leģitimizētu garantētā noieta tirgu un tādējādi kropļotu konkurenci[33]. Taču, manuprāt, risks tirgum ir līdzvērtīgs, jo iebildumi pret pārsaiņošanu var radīt tiešas sekas, veicinot mākslīgu tirgus sadalīšanu, pat ja tā notiek tikai valsts mērogā. Tāpēc es piekrītu Komisijai, ka prakses attiecināšana tikai uz vienu dalībvalsti nav

[29] Skat. spriedumu, 2007. gada 26. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 29. un 30. punkts). Skat. arī spriedumu, 2018. gada 17. maijs, *Junek Europ-Vertrieb* (C-642/16, EU:C:2018:322, 30. punkts).

[30] Skat. spriedumu, 2018. gada 17. maijs, *Junek Europ-Vertrieb* (C-642/16, EU:C:2018:322, 35.–37. punkts).

[31] Šajā ziņā visu darbību kopums man šķiet daudz sarežģītāks par vienkāršu "reciklēšanu", kā to apgalvo Somijas valdība.

[32] Proti, gravējuma redzamību nekādā ziņā nevar salīdzināt ar etiķetes redzamību. Šajos apstākļos, pat ja nav runa par pilnīgu aizklāšanu, šajā lietā aplūkotais gadījums ir līdzīgs, taču ne identisks tam, kurš izskatīts 86. punktā 2010. gada 8. jūlija spriedumā *Portakabin* (C-558/08, EU:C:2010:416).

[33] Skat. spriedumu *Viking Gas* (31. un 32. punkts). Gluži pretēji, tiesības uz preču zīmi tiek uzskatītas par būtisku netraucētas konkurences sistēmas elementu.

izšķiroša, lai noteiktu, vai ir piemērojami nosacījumi, kas izklāstīti spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. un citās lietās. Pretējā gadījumā rastos risks, ka *SodaStream* varētu gūt beznosacījumu labumu no savas produkcijas turpmākas tālākpārdošanas. Tiesa gan savā spriedumā *Viking Gas* neatsaucās uz spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c., lai gan arī šī lieta attiecās uz gāzes balonu uzpildes situāciju, kas bija ierobežota ar vienas dalībvalsts teritoriju. Tomēr tā bija atšķirīga darbība, kas vispirms tika analizēta no patērētāja, kurš gāzes balonu iegādājās, kad tas pirmo reizi tika laists tirgū, izvēles brīvības un īpašuma tiesību viedokļa [34]. Jautājums par konkurentu tiesībām uzpildīt un apmainīt gāzes balonus parādījās tikai pašās analīzes beigās [35], sprieduma rezolutīvajā daļā Tiesai aprobežojoties ar atgādinājumu par "likumīga iemesla" prasību, neprecizējot nosacījumus [36]. Turklāt, kā pamatoti norādīja iesniedzējtiesa, šajā lietā aplūkotā preču zīme nav ne noņemta, ne aizklāta.

32. Attiecībā uz to, vai spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. minētie nosacījumi ir specifiski zālēm un medicīnas ierīcēm, no vienas puses, lasot šo spriedumu, man nešķiet, ka tie attiecas tikai uz šāda veida precēm [37], taču, no otras puses, Tiesa jau ir nospriedusi, ka tas tā nav [38], jo šo nosacījumu piemērošanas pamatā ir nevis preču raksturs, bet gan fakts, ka attiecībā uz preci, kas marķēta ar preču zīmi, ir notikusi trešās personas iejaukšanās bez preču zīmes īpašnieka atļaujas, kas var izkropļot preču zīmes sniegto izcelsmes garantiju [39]. Tāpēc es nepiekrītu Komisijas ierosinātajai sprieduma *Junek Europ-Vertrieb* 27. un 28. punktu [40] interpretācijai, jo no šiem punktiem neizriet, ka Tiesa principā būtu izslēgusi nosacījumu, kas noteikti spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c., piemērošanu precēm, kas nav zāles. Šie punkti, manuprāt, kalpo tikai kā atgādinājums par kontekstu, jo īpaši par faktisko situāciju, kuras dēļ tika pieņemta Tiesas iepriekšējā judikatūra.

33. Tādējādi no iepriekš minētā izriet, ka, šķiet, nekas netraucē pamatlietā piemērot spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. izklāstīto nepieciešamības nosacījumu.

3. Par nepieciešamības nosacījumu sprieduma Bristol-Myers Squibb u.c. izpratnē

34. No šī nosacījuma, kā tas formulēts spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c., izriet, ka preču zīmes īpašnieks var likumīgi iebilst pret preces turpmāku tirdzniecību, ja importētājs ir pārsaiņojis preci un tai atkārtoti uzlīmējis preču zīmi, ja vien, cita starpā, nav konstatēts, ka preču zīmes īpašnieka preču zīmes tiesību izmantošana, lai iebilstu pret pārsaiņoto preču tirdzniecību ar šo preču zīmi, veicinātu mākslīgu tirgu sadalīšanu starp dalībvalstīm vai – šajā gadījumā – valsts (sekundārā) tirgus sadalīšanu. Pēc Tiesas domām, tā tas *it īpaši* ir gadījumā, kad pārsaiņošana, pirmkārt, ir *nepieciešama*, lai preci pārdotu importētājā dalībvalstī, un, otrkārt, ja tā veikta tādos apstākļos, ka preces sākotnējais stāvoklis nevar tikt ietekmēts [41]. Dalībvalstī aizsargātās preču zīmes īpašnieka tiesības iebilst pret atkārtoti iesaiņotu preču, uz kurām norādīta preču zīme, tirdzniecību ir

[34] Skat. spriedumu *Viking Gas* (31. un 35. punkts).

[35] Skat. spriedumu *Viking Gas* (35. punkts *in fine* un 36.–41. punkts).

[36] Skat. spriedumu *Viking Gas* (42. punkts un rezolutīvā daļa).

[37] Skat., piemēram, spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (59., 60. un 75. punkts).

[38] Par šo nosacījumu piemērošanu stipro alkoholisko dzērienu pudelēm skat. spriedumu, 1997. gada 11. novembris, *Loendersloot* (C-349/95, EU:C:1997:530).

[39] Skat. spriedumu, 1997. gada 11. novembris, *Loendersloot* (C-349/95, EU:C:1997:530, 27. punkts).

[40] Spriedums, 2018. gada 17. maijs (C-642/16, EU:C:2018:322).

[41] Skat. spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (79. punkts).

jāierobežo tikai tajos gadījumos, kad pārsaiņošana, ko veic importētājs, ir *nepieciešama*, lai tirgotu preci [42]. Visos gadījumos nepieciešamības nosacījums tiks pārbaudīts caur preču zīmei atzītās būtiskās funkcijas prizmu [43].

35. Tādējādi, lai attiecīgo preci laistu apgrozībā citā dalībvalstī, ir nepieciešama atkārtota iesaiņošana, ja iepakojuma izmaiņas nosaka normatīvās prasības [44]. Turpretī Tiesa ir uzskatījusi, ka pārsaiņošana nav nepieciešama, ja tās iemesls ir tikai paralēlā importētāja centieni gūt tirdzniecības priekšrocību [45].

36. Nosacījums par nepieciešamību attiecas tikai uz preces pārsaiņošanu, lai šo preci varētu pēc tam pārdot, nevis uz veidu vai stilu, kādā šī pārsaiņošana tiek veikta [46]. Tomēr nosacījums par nepieciešamību nav pašpietiekams, jo pēc tam, kad ir pārbaudīta pārsaiņošanas nepieciešamība, vēl ir jānodrošina preču zīmes īpašnieka likumīgo interešu aizsardzība, lai secinātu, ka viņš nevar iebilst pret savas preces tālākpārdošanu [47], un šajā nākamajā posmā tiek pārbaudīts pārsaiņošanas veids vai stils.

37. Jāatgādina arī nozīme, kāda nepieciešamības nosacījuma analīzē ir jāatzīst preču zīmei neizkropļotas konkurences sistēmā. Kā apgalvojusi Komisija, es uzskatu, ka nosacījums par pārsaiņošanas nepieciešamību ir jāpiemēro, paturot prātā prasību līdzsvarot preču zīmes īpašnieka intereses un šajā gadījumā – tālākpārdevēju intereses. Šajā ziņā vēlos uzsvērt, ka *MySoda* veiktā darbība ir sarežģītāka nekā vienkārša tirgū jau esošas pudeles tālākpārdošana, jo *MySoda* šo pudeli atkārtoti uzpilda ar oglekļa dioksīdu.

38. Lai gan iesniedzējtiesai ir jāizvērtē jautājums par to, vai, ņemot vērā pamatlietai raksturīgos apstākļus, *MySoda* veiktā pārsaiņošana ir nepieciešama atkārtoti uzpildīto oglekļa dioksīda pudeļu tirdzniecībai, minētā tiesa acīmredzami lūdz Tiesai sniegt norādījumus šī vērtējuma veikšanai.

39. *SodaStream* tirgo atkārtotai lietošanai paredzētas preces [48]. Tā kritizē *MySoda* par to, ka tā pati organizē pudeļu ar preču zīmi *SodaStream* atkārtotu izmantošanu un uzpildīšanu. *SodaStream* nav citu likumīgu līdzekļu, lai iebilstu pret *MySoda* darbību – kura turklāt, šķiet, ir atzīta un reglamentēta vismaz valsts tiesību aktos saistībā ar tādu vielu kā oglekļa dioksīds, kas klasificēta par bīstamu, – kā atsaukties uz savām preču zīmju tiesībām uz pudeli.

40. Tādēļ iespējams ir tikai viens no diviem variantiem.

41. No vienas puses, tā kā *MySoda* veiktā darbība šķiet likumīga un atbilst *SodaStream* tirgū laisto preču mērķim, iedomāsimies, ka *MySoda* turpina veikt pildīšanas darbību, bet no preču zīmes izrietošo tiesību vārdā tai ir aizliegts noņemt etiķeti. Apgrozībā būtu prece, kurai pievienoto vērtību nepārprotami ir piešķīris tirgotājs, kurš nav preču zīmes īpašnieks, bet uz kuras ir tikai preču zīmes īpašnieka etiķete. Preču zīme kā izcelsmes garantija, protams, būtu pilnībā spēkā

42 Skat. spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (56. punkts).

43 Skat. šo secinājumu 22. punktu.

44 Skat. spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (53. punkts). Skat. arī spriedumu, 2007. gada 26. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 36. punkts).

45 Skat. spriedumu, 2007. gada 26. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 37. punkts un tajā minētā judikatūra).

46 Skat. spriedumu, 2007. gada 26. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 38. punkts un tajā minētā judikatūra).

47 Skat. spriedumu, 2007. gada 26. aprīlis, *Boehringer Ingelheim* u.c. (C-348/04, EU:C:2007:249, 30. punkts).

48 Šī atšķirība, manuprāt, ir būtiska, lai atšķirtu šo lietu no aizvien biežāk sastopamajiem tā sauktajiem "pārmērīgas reciklēšanas" gadījumiem, kas pagaidām joprojām ir sava veida juridiski pelēkā zona (es šeit domāju, piemēram, gadījumus, kad autentiska un likumīgi iegādāta apģērba pogas ar luksus preču zīmēm izmanto atkārtoti, lai trešā persona, kas nav attiecīgās luksus preču zīmes īpašniece, tās pārveidotu par rotaslietām).

attiecībā uz pudeli, bet tā nebūtu spēkā attiecībā uz pašu gāzi un uzpildes pakalpojumu. Šāda tīri teorētiska situācija turklāt būtu problemātiska arī attiecībā uz atbildības noteikšanu, ja pēc uzpildīšanas rodas problēmas, jo varētu kļūdaini izrādīties, ka atbildība gulstas uz pudeles preču zīmes īpašnieku, nevis uz tirgus dalībnieku, kas uzpildījis pudeli. Kā minēts iepriekš, darbība, ko veic *MySoda*, nav vienkārša pudeles tālākpārdošana. Šādā situācijā marķējums neatspoguļotu preces patieso stāvokli, kādā tas atbilstoši tā mērķim būtu jātirgo sekundārajā tirgū.

42. No otras puses, ja tiktu ņemts vērā *SodaStream* arguments, ka tās preču zīme, kas piestiprināta uz atkārtoti uzpildāmās preces, ir pastāvīgi aizsargāta arī pēc tās pirmās laišanas apgrozībā, šāda argumenta rezultātā tiktu liegta jebkāda rīcība ar atkārtoti uzpildāmām pudelēm, ko veic trešais tirgus dalībnieks. Tādējādi tikai *SodaStream* varēja likumīgi atkārtoti uzpildīt un pārdot pudeles, lai gan preču zīmes piešķirtā aizsardzība un iebildumu tiesības, ko tā piešķir tās īpašniekam, attiecas tikai uz attiecīgajām pudelēm, nevis uz turpmākām darbībām, un nevar sadalīt tirgus un tādējādi izkropļot konkurenci[49]. No *SodaStream* apsvērumiem izriet, ka tā uzskata par būtisku nodrošināt, lai ar tās preču zīmēm tiktu tirgotas tikai tās oglekļa dioksīda pudeles, par kurām tā pati var garantēt, ka tās ir droši un pareizi piepildītas. Iesniedzējtiesa, šķiet, vislabāk var izlemt, cik lielā mērā šis arguments ir saistīts ar drošību[50] un cik lielā mērā ar to tiek manipulēts ar mērķi vērsties pret konkurenci[51].

43. Šajos konkrētajos apstākļos, ņemot vērā preču raksturu un mērķi, to pārsaiņošana, ar ko saprot jau tirgū laisto pudeļu apstrādi (atvēršanu, tīrīšanu, pārbaudi), uzpildīšanu un, iespējams, galvenokārt to pārmarķēšanu, man šķiet *a priori* nepieciešama, lai šīs atkārtoti uzpildāmās pudeles varētu izmantot un lai otrreizējais tirgus būtu pieejams neatkarīgiem tirgus dalībniekiem. Pārmarķēšana, ja tā tiek veikta saskaņā ar skaidriem un nemaldinošiem nosacījumiem, manuprāt, paradoksālā kārtā veicina preču zīmju būtiskās funkcijas saglabāšanu neatkarīgi no tā, vai tā ir tās personas preču zīme, kas pirmo reizi laida pudeli tirgū, vai tās personas preču zīme, kas to atkārtoti uzpildīja pirms tālākpārdošanas. Tādēļ, manuprāt, tikai šā iemesla dēļ ir izpildīts nepieciešamības nosacījums, vēl jo vairāk tāpēc, ka tas ir jāizvērtē, ņemot vērā lietas apstākļus, it īpaši ņemot vērā atšķirības salīdzinājumā ar pamatlietas faktiem lietā *Bristol-Myers Squibb* u.c. Ņemot vērā oglekļa dioksīda pudeļu kalpošanas laiku, kuras saskaņā ar *MySoda* datiem var atkārtoti uzpildīt aptuveni 100 reižu, es varu arī pieņemt, ka oriģinālās etiķetes saglabāšanās stāvoklis pasliktināsies un ka paredzamajā tirgus dalībnieku veiktās secīgās uzpildīšanas gadījumā persona, kas pēdējā no jauna marķēs pudeles, ne vienmēr būs tā pati persona, kas noņēma oriģinālo etiķeti.

[49] Tiesa jau iepriekš nedaudz atšķirīgā kontekstā ir atzinusi, ka, "atļaujot kompozīta balona formas preču zīmes tiesību licences īpašniekam un uz šī balona izvietoto preču zīmju īpašniekam iebilst, pamatojoties uz tiesībām, kas izriet no šīm preču zīmēm, pret turpmāku balonu uzpildīšanu, tiktu nelikumīgi samazināta konkurence lejupejošā tirgū attiecībā uz gāzes balonu uzpildīšanu un pat rastos šī tirgus sadalīšanas risks gadījumā, kad minētais licences un [preču zīmes] īpašnieks tiektos uzspiest savu balonu tā specifisko tehnisko īpašību dēļ, kuru aizsardzība nav preču zīmju funkcija" (spriedums *Viking Gas*, 34. punkts).

[50] *MySoda* savukārt norāda, ka pudeļu pildīšana ar vielu, kas tiek uzskatīta par bīstamu, piemēram, oglekļa dioksīdu, Somijā ir stingri reglamentēta un kontrolēta darbība, kas it īpaši ir pakļauta atbilstošo Savienības tiesību šajā jomā ievērošanai.

[51] Piemēram, *SodaStream*, norādījusi, ka tai Somijā oglekļa dioksīda pudeļu uzpildes tirgū pieder 55–60 % no tirgus daļas, savukārt *MySoda* – 30–35 %, kā pasākumu, kas mazāk aizskar tās preču zīmes tiesības nekā pamatlietā aplūkoto etiķešu piestiprināšana, un kā elementu, ar kuru var pierādīt, ka *MySoda* veiktā pārmarķēšana nav *nepieciešama*, ierosina lūgt izplatītājus šķirot tukšās pudeles un nodot tās attiecīgajiem preču zīmes īpašniekiem uzpildīšanai. Tomēr, šādi rīkojoties, galu galā nepastāvētu atšķirīgi tirgi starp tādu karbonizācijas ierīču tirgu, kuras tradicionāli pārdod ar vismaz vienu ar oglekļa dioksīdu piepildītu pudeli, un tikai ar oglekļa dioksīdu piepildītu pudeļu tirgu, jo iekārtas un pirmās pudeles zīmols obligāti noteiktu uzņēmumu, no kura pudeli var piepildīt aptuveni simts reizes.

4. Secinājumi

44. No iepriekš minētā izriet, ka pamatlietā aplūkotā strīda kontekstā Regulas 2017/1001 15. panta 2. punkts un Direktīvas 2015/2436 15. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var likumīgi iebilst pret to, ka trešā persona tās pašas dalībvalsts teritorijā, kurā šis īpašnieks vai ar viņa piekrišanu ir pirmo reizi laidis tirgū oglekļa dioksīda pudeles, turpmāk tirgo šīs pudeles, kuras šī trešā persona ir atkārtoti uzpildījusi, ja tā šīs pudeles ir pārsaiņojusi un piestiprinājusi tām savu preču zīmi, ja vien nav konstatēts, ka šādi iebildumi veicinātu mākslīgu tirgus sadalīšanu. Lai novērtētu šāda riska esamību, iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai veiktā pārsaiņošana, ņemot vērā attiecīgās preces raksturu un mērķi, ir nepieciešama, lai nodrošinātu trešo personu piekļuvi oglekļa dioksīda uzpildes tirgum. Ja iesniedzējtiesa secinātu, ka trešās personas veiktā pārsaiņošana ir nepieciešama, tai tomēr būtu jānodrošina, ka turklāt tiek aizsargātas preču zīmes īpašnieka likumīgās intereses.

B. Par trešo prejudiciālo jautājumu

45. Ar trešo jautājumu iesniedzējtiesa jautā, vai etiķetes, uz kuras ir izvietota preču zīme, noņemšana un nomaiņa kaitē preču zīmes funkcijai principā vai arī, piemērojot nosacījumus attiecībā uz pārsaiņošanu un pārmarķēšanu, tomēr ir jāizvērtē jautājums, vai konkrētā sabiedrības daļa saprot, ka etiķete norāda tikai uz oglekļa dioksīda izcelsmi, vai arī, gluži pretēji, tiek uzskatīts, ka šī sabiedrības daļa saprot, ka etiķete vismaz daļēji norāda arī uz pudeles izcelsmi [52].

46. Tāpat kā *SodaStream*, es saprotu, ka šis trešais prejudiciālais jautājums attiecas uz nosacījumu, kas ir atsevišķs un neatkarīgs no nosacījuma par nepieciešamību veikt pārsaiņošanu. Proti, kā norādīts šo secinājumu 36. punktā, pat ja pamatlietā aplūkotā prakse tiktu atzīta par nepieciešamu spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. izvirzītā pirmā nosacījuma izpratnē, tas nebūtu pietiekami, lai konstatētu, ka *SodaStream* nevarēja iebilst pret šo praksi, jo šie nosacījumi šķiet kumulatīvi. Citiem vārdiem sakot, pēc tam, kad ir konstatēta objektīvā nepieciešamība veikt pārsaiņošanu, ir jāpārbauda tās faktiskā īstenošana.

47. Trešais spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. noteiktais nosacījums paredz, ka uz jaunā iepakojuma skaidri jānorāda tās personas nosaukums, kas preci pārsaiņojusi, un tās ražotāja nosaukums un šīm norādēm ir jābūt uzdrukātām tā, lai samērā uzmanīga persona ar normālu redzi tos varētu saprast [53]. Tādējādi pieprasītajai informācijas skaidrībai ir jānovērš neskaidrības patērētāju uztverē [54].

48. Lai saglabātu preču zīmes izcelsmes garantiju, jaunais marķējums it īpaši nedrīkst radīt iespaidu, ka trešā persona, kas tālākpārdod preci, un preču zīmes īpašnieks ir ekonomiski saistīti, proti, ka tālākpārdevēja uzņēmums ietilpst šīs preču zīmes īpašnieka izplatīšanas tīklā vai ka starp abiem uzņēmumiem ir īpašas attiecības [55]. Ja samērā informētam un uzmanīgam patērētājam ir

[52] Šajā ziņā iesniedzējtiesai būs jāizvērtē, vai uzlīmes izvietošana uz pudeles mazāk kaitētu *SodaStream* preču zīmes tiesībām, it īpaši, lai noskaidrotu, vai, gluži pretēji, nepastāvētu lielāks risks radīt apjukumu patērētāju vidū, it īpaši gadījumā, ja pudeles tiek uzpildītas daudzkārt, ikreiz uz tām izvietojot uzlīmes.

[53] Skat. spriedumu *Bristol-Myers Squibb* u.c. (79. punkts).

[54] Dažos gadījumos var viegli iedomāties, ka ceturtais nosacījums, kas attiecas uz pienākumu nekaitēt preču zīmes un tās īpašnieka reputācijai, tiktu izskatīts kopā ar šo trešo nosacījumu. Tomēr jāatzīmē, ka tas nav Tiesai uzdoto prejudiciālo jautājumu priekšmets.

[55] Skat. spriedumu, 2010. gada 8. jūlijs, *Portakabin* (C-558/08, EU:C:2010:416, 80. punkts). Skat. arī spriedumu *Viking Gas* (37. un 39. punkts).

grūtības noteikt preču izcelsmi, preču zīmes tiesības nevar uzskatīt par izsmeltām [56]. No sprieduma *Viking Gas* [57] it īpaši izriet, ka, lai novērtētu, vai ticis radīts iespaids, ka pastāv ekonomiska saikne, ir jāņem vērā etiķešu piestiprināšana [..] baloniem, kā arī apstākļi, kādos notiek to apmaiņa [58]. Ir jāņem vērā arī nozares prakse un tas, vai patērētāji ir pieraduši, ka pudeles uzpilda citi izplatītāji. Tad būs iespējams pieņemt, ka patērētājs, kurš vēršas tieši pie konkurenta, lai uzpildītu savu pudeli vai apmainītu tukšo pudeli pret pilnu, visticamāk zinās, ka starp attiecīgo konkurentu un preču zīmes īpašnieku nav nekādas saiknes [59]. Tiesa arī atzina, ka fakts, ka, neraugoties uz konkurenta veikto papildu marķēšanu, uz pudeles esošā preču zīme joprojām ir redzama [60], ir būtisks faktors, jo tas, šķiet, izslēdz, faktu, ka marķēšana ir mainījusi pudeļu stāvokli, pilnībā slēpjot to izcelsmi [61].

49. Veicot pārmarķēšanu, trešā persona nedrīkst būt ļaunu nolūku vadīta, piemēram, ar patieso nodomu maldināt patērētāju. Tomēr *MySoda* veiktā etiķetes noņemšana ne vienmēr ir ļaunprātīga, jo ne vienmēr ir iespējams noteikt, vai tieši *MySoda* no konkrētas pudeles ir noņēmusi oriģinālo etiķeti vai arī tā ir noņēmusi tās personas etiķeti, kura pēdējā uzpildīja pudeli ar gāzi. Noņemšanu var pamatot, ņemot vērā aplūkotās preces, t. i., atkārtoti uzpildāmas pudeles, īpašo raksturu. Preču zīme uz pudeles paliek redzama, jo tā ir iegravēta uz pudeles kakliņa, tāpēc tas, ka ir veikta pārmarķēšana, ne vienmēr ietekmē tās būtisko funkciju garantēt pudeles izcelsmi. Tomēr man šķiet, ka iesniedzējtiesai ir jānosaka, kāda varētu būt precīzā izpratne par šo pārmarķēšanu samērā informētam un uzmanīgam patērētājam [62]. Tas, protams, ir atkarīgs no minētā patērētāja zināšanu līmeņa par darbību un praksi [63] oglekļa dioksīda pudeļu uzpildes tirgū. Tas ir atkarīgs arī no tā, cik skaidra ir informācija uz etiķetes, kurā nepārprotami attiecībā uz to, kas faktiski ir atbildīgs par pudeles izgatavošanu, jānorāda informācija par personu, kas galu galā piepildīja pudeli ar oglekļa dioksīdu.

50. Jāpiebilst, ka Somijas valdība uzsvēra strīda pamatlietā vides aspektus, apgalvojot, ka pudeļu reģenerācija, tās uzpildot un atkārtoti izmantojot, ir jāveicina kā daļa no atkritumu rašanās novēršanas politikas, kas ir viens no mērķiem, kuru īsteno ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu (ES) 2018/852 (2018. gada 30. maijs), ar ko groza Direktīvu 94/62/EK par iepakojumu un izlietoto iepakojumu [64]. Lai to panāktu, pēc šīs valdības domām, tai nevajadzētu pudeļu reģenerāciju padarīt pārāk sarežģītu, pārmērīgi ņemot vērā pudeļu ražotāja – preču zīmes īpašnieka – tiesības.

51. Ņemot vērā visus šos apstākļus, es uzskatu, ka Regulas 2017/1001 15. panta 2. punkts un Direktīvas 2015/2436 15. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka gadījumā, ja trešā persona, kas atkārtoti uzpilda oglekļa dioksīda pudeli ar gāzi un to pārdod tālāk, noņem etiķeti ar pudeles ražotāja preču zīmi, atstājot šo iegravēto preču zīmi redzamu uz kakliņa un izvietojot savu etiķeti, ir jāizvērtē kopējais iespaids, ko rada jaunais marķējums, lai noteiktu, vai informācija par personu,

56 Attiecībā uz interneta lietotājiem skat. spriedumu, 2010. gada 8. jūlijs, *Portakabin* (C-558/08, EU:C:2010:416, 81. punkts). Attiecībā uz patērētājiem kopumā skat. spriedumu *Viking Gas* (39. un 40. punkts).

57 2011. gada 14. jūlija spriedums (C-46/10, EU:C:2011:485).

58 Skat. spriedumu *Viking Gas* (39. punkts).

59 Skat. spriedumu *Viking Gas* (40. punkts). Atgādinājumam – pamatlietā tas tā nav.

60 Šajā gadījumā uz pudeles bija izvietotas divas uzlīmes, ko uz pudeles bija uzlīmējis uzņēmums, kas to uzpildīja, bet uzņēmuma, kas pudeli laida tirgū pirmo reizi, vārdiskās un grafiskās zīmes netika ne noņemtas, ne aizklātas (skat. spriedumu *Viking Gas*, 11. punkts).

61 Skat. spriedumu *Viking Gas* (41. punkts).

62 Es saglabāju šo formulējumu, kas, manuprāt, ir vairāk vai mazāk līdzvērtīgs formulējumam, kas izmantots spriedumā *Bristol-Myers Squibb* u.c. (salīdzinājumam skat. šo secinājumu 48. punktu).

63 Šajā ziņā, kā norādīja Komisija, atšķirībā no pamatlietā aplūkojamiem faktiem, lietā, kurā tika taisīts spriedums *Viking Gas*, atkārtoti uzpildītās pudeles netiek pārdotas veikalos, uz kuriem ir norādīts tās personas zīmols, kura tās atkārtoti uzpildījusi, tādējādi patērētājam varētu būt grūtāk atšķirt, kāda tieši ir katras no šīm pudelēm piestiprinātās preču zīmes nozīme.

64 OV 2018, L 150, 141. lpp.

kas pārsaiņojusi preci, un informācija par šīs preces ražotāju šķiet skaidra un nepārprotama samērā informētam un uzmanīgam patērētājam. It īpaši šai informācijai, kas sniegta ar jauno marķējumu, nevajadzētu likt domāt, ka starp trešo personu, kas uzpilda pudeli, un preču zīmes īpašnieku pastāv ekonomiska saikne vai īpašas attiecības. Lai novērtētu jaunā marķējuma radīto iespaidu, jāņem vērā attiecīgās nozares īpašā prakse un patērētāju informētības līmenis par šo praksi.

C. Par pārbaudes, kas izriet no sprieduma Viking Gas, piemērošanu

52. Pakārtoti, ja Tiesa nepiekristu iepriekš piedāvātajam argumentācijas virzienam, šķiet, ka tās spriedumā *Viking Gas* ieskicētās pārbaudes piemērošana varētu būt iespējama, sasniedzot aptuveni līdzvērtīgu rezultātu.

53. Jāatgādina, ka šajā lietā Tiesai bija jānosaka, kādos apstākļos atkārtoti lietojamu kompozīta gāzes balonu, kuru forma ir aizsargāta kā trīsdimensiju preču zīme, izmantošanas ekskluzīvas licences īpašnieks, kurš uz šiem baloniem ir izvietojis savu nosaukumu un logotipu, kas reģistrēti kā vārdiska preču zīme un grafiska preču zīme, var, pamatojoties uz Pirmās direktīvas 89/104 5. un 7. pantu, iebilst pret to, ka šos balonus pēc tam, kad tos ir nopirkuši patērētāji un izmantojuši tajos sākotnēji uzpildīto gāzi, trešās personas par samaksu apmaina pret kompozīta gāzes baloniem, kuros iepildītā gāze nepieder šim [licences] īpašniekam [65].

54. Tiesa vispirms atzina, ka baloni, kas paredzēti atkārtotai izmantošanai, ir īstas preces, nevis tikai iepakojums [66]. Pēc tam tā līdzsvaroja likumīgās kompozīta balona formas preču zīmes tiesību licences īpašnieka un uz šī balona izvietoto preču zīmju īpašnieka tiesības gūt labumu no šīm preču zīmēm izrietošajām tiesībām, no vienas puses, un minēto balonu pircēju likumīgās intereses, it īpaši tiesības pilnībā izmantot savas īpašuma tiesības uz šiem baloniem, kā arī sabiedrības intereses saglabāt netraucētu konkurenci, no otras puses [67]. Visbeidzot, Tiesa atgādināja, ka preču zīmju, kas attiecas uz pudelēm, ekonomiskās vērtības realizācija izriet no to pārdošanas un ka pārdošana, kas ļauj realizēt preču zīmes ekonomisko vērtību, izsmeļ ekskluzīvās tiesības, ko piešķir Pirmā direktīva 89/104 [68].

55. No pircēju viedokļa raugoties, ja viņu īpašumtiesības arī pēc pārdošanas tiktu ierobežotas ar preču zīmes tiesībām, viņi vairs nevarētu brīvi izmantot minētās tiesības, bet būtu saistīti ar vienu gāzes piegādātāju, lai turpmāk uzpildītu minētos balonus [69]. No konkurences viedokļa šāda situācija ļautu preču zīmes tiesību licences īpašniekam nelikumīgi samazināt konkurenci lejupejošā tirgū attiecībā uz gāzes balonu uzpildīšanu, un rastos šī tirgus sadalīšanas risks [70].

56. Tiesa tātad nosprieda, ka kompozīta balona pārdošana "izsmeļ tiesības [..] preču zīmes tiesību licences īpašniekam un [..] nodod pircējam tiesības brīvi izmantot šo balonu, tostarp tiesības pēc oriģinālās gāzes izlietošanas to apmainīt vai uzpildīt pēc sava ieskata brīvi izraudzītajā uzņēmumā, [..] arī pie kāda no to konkurentiem. Šīs pircēja tiesības nenovēršami izriet no minēto konkurentu tiesībām [Pirmās d]irektīvas 89/104 7. panta 2. punktā noteikto robežu ietvaros veikt

65 Skat. spriedumu *Viking Gas* (15. punkts).
66 Skat. spriedumu *Viking Gas* (30. punkts).
67 Skat. spriedumu *Viking Gas* (31. punkts).
68 Skat. spriedumu *Viking Gas* (32. punkts).
69 Skat. spriedumu *Viking Gas* (33. punkts).
70 Skat. spriedumu *Viking Gas* (34. punkts).

tukšo balonu uzpildīšanu un apmaiņu"[71], un šīs robežas ir saistītas ar to, ka pastāv likumīgi iemesli, kas var attaisnot iebildumus pret preču zīmes īpašnieka tirgū laisto preču turpmāku tirdzniecību. Šādi likumīgi iemesli var būt preču, uz kurām ir preču zīme, stāvokļa izmaiņas vai pasliktināšanās, ja preču zīmei identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošana, ko veic trešā persona, nopietni apdraud tās reputāciju vai arī ja šī izmantošana tiek veikta tādā veidā, lai radītu iespaidu, ka starp preču zīmes īpašnieku un šo trešo personu pastāv ekonomiska saikne (piemēram, ka starp šīm abām personām pastāv īpašas attiecības vai ka [šī trešā persona] ietilpst [preču zīmes] īpašnieka izplatīšanas tīklā)[72]. Novērtējot to, vai ir radies ekonomiskās saiknes iespaids, ir jāņem vērā etiķešu piestiprināšana minētajām pudelēm, kā arī apstākļi, kādos notiek to apmaiņa[73], kas samērā informētam, uzmanīgam un apdomīgam vidusmēra patērētājam nedrīkst likt domāt, ka pastāv saikne starp abiem attiecīgajiem uzņēmumiem vai ka uzpildīšanai izmantotā gāze ir no preču zīmes īpašnieka. Ir jāņem vērā arī nozares prakse un tas, vai patērētāji ir pieraduši, ka pudeles uzpilda citi izplatītāji. Tad būs iespējams pieņemt, ka patērētājam, kas vēršas tieši pie konkurenta, lai apmainītu savu tukšo pudeli pret uzpildītu pudeli vai lai uzpildītu savu tukšo pudeli, būs vieglāk saprast, ka nepastāv saikne starp minēto konkurentu un preču zīmes īpašnieku[74]. Tiesa arī atzina, ka fakts, ka, neraugoties uz konkurenta veikto papildu marķēšanu[75], uz pudeles esošā preču zīme joprojām ir redzama, ir būtisks faktors, jo tas, šķiet, izslēdz, ka marķēšana ir mainījusi pudeļu stāvokli, pilnībā slēpjot to izcelsmi[76].

57. No iepriekš minētā, pārnesot to uz pamatlietā izskatāmo strīdu, izriet, ka Regulas 2017/1001 15. pants un Direktīvas 2015/2436 15. pants neļauj oglekļa dioksīda pudeļu, kas paredzētas atkārtotai uzpildīšanai un pēc tam atkārtotai izmantošanai, preču zīmes īpašniekam iebilst pret to, ka šīs pudeles, pēc tam, kad tās ir iegādājušies patērētāji, kas ir patērējuši gāzi, pēc tam, kad šie patērētāji tās ir nogādājuši pie tālākpārdevējiem, kas ir atbildīgi par tukšo pudeļu savākšanu, un pēc tam, kad tās ir atkārtoti uzpildījusi konkurējoša trešā persona, šī trešā persona tās pārdod pēc tam, kad tā uz šīm pudelēm ir izvietojusi savu preču zīmi, atstājot redzamu preču zīmes īpašnieka preču zīmi, ja vien preču zīmes īpašnieks nespēj pierādīt likumīgu iemeslu iepriekš minēto tiesību normu izpratnē. Iesniedzējtiesai būtu jāpārbauda, vai pamatlietā aplūkotā prakse nopietni kaitē preču zīmes īpašnieka reputācijai un vai identiska apzīmējuma izmantošana rada iespaidu, ka starp šo īpašnieku un attiecīgo trešo personu pastāv ekonomiska saikne. Šajā nolūkā iesniedzējtiesas uzmanība tiek vērsta uz samērā informēta, uzmanīga un apdomīga patērētāja uztveri, ka starp preču zīmes īpašnieku un konkurējošo trešo personu, iespējams, pastāv ekonomiska saikne. Ir jāņem vērā patērētāju paradumi un tirgus prakse. Visbeidzot, iesniedzējtiesai būs arī jāpārliecinās, ka konkurējošās trešās personas veiktā marķēšana nav mainījusi pudeļu stāvokli.

71 Spriedums *Viking Gas* (35. punkts).

72 Skat. spriedumu *Viking Gas* (36. un 37. punkts).

73 Skat. spriedumu *Viking Gas* (39. punkts).

74 Skat. spriedumu *Viking Gas* (40. punkts).

75 Šajā gadījumā divas uzlīmes uz pudeles bija uzlīmējis uzņēmums, kas to uzpildīja, bet uzņēmuma, kas pudeli laida tirgū pirmo reizi, vārdiskās un grafiskās zīmes netika ne noņemtas, ne aizklātas (skat. spriedumu *Viking Gas*, 11. punkts).

76 Skat. spriedumu *Viking Gas* (41. punkts).

IV. Secinājumi

58. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, es ierosinu uz *Korkein oikeus* (Augstākā tiesa, Somija) uzdotajiem jautājumiem atbildēt šādi:

1) Pamatlietā aplūkotā strīda kontekstā Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi 15. panta 2. punkts un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas (ES) 2015/2436 (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 15. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var likumīgi iebilst pret to, ka trešā persona tās pašas dalībvalsts teritorijā, kurā šis īpašnieks vai ar viņa piekrišanu ir pirmo reizi laidis tirgū oglekļa dioksīda pudeles, turpmāk tirgo šīs pudeles, kuras šī trešā persona ir atkārtoti uzpildījusi, ja tā šīs pudeles ir pārsaiņojusi un piestiprinājusi tām savu preču zīmi, ja vien nav konstatēts, ka šādi iebildumi veicinātu mākslīgu tirgus sadalīšanu. Lai novērtētu šāda riska esamību, iesniedzējtiesai ir jāpārbauda, vai veiktā pārsaiņošana, ņemot vērā attiecīgās preces raksturu un paredzēto mērķi, ir nepieciešama, lai nodrošinātu trešo personu piekļuvi oglekļa dioksīda uzpildes tirgum. Ja iesniedzējtiesa secinātu, ka trešās personas veiktā pārsaiņošana ir nepieciešama, tai tomēr būtu jānodrošina, ka turklāt tiek aizsargātas preču zīmes īpašnieka likumīgās intereses.

2) Regulas 2017/1001 15. panta 2. punkts un Direktīvas 2015/2436 15. panta 2. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka gadījumā, ja trešā persona, kas atkārtoti uzpilda oglekļa dioksīda pudeli ar gāzi un to pārdod tālāk, noņem etiķeti ar pudeles ražotāja preču zīmi, atstājot šo iegravēto preču zīmi redzamu uz pudeles kakliņa un izvietojot savu etiķeti, ir jāizvērtē kopējais iespaids, ko rada jaunais marķējums, lai noteiktu, vai informācija par personu, kas pārsaiņojusi preci, un informācija par šīs preces ražotāju šķiet skaidra un nepārprotama personai ar normālu redzi un ar normālu uzmanības pakāpi. It īpaši šai informācijai, kas sniegta ar jauno marķējumu, nevajadzētu likt domāt, ka starp trešo personu, kas uzpilda pudeli, un preču zīmes īpašnieku pastāv ekonomiska saikne vai īpašas attiecības. Lai novērtētu jaunā marķējuma radīto iespaidu, jāņem vērā attiecīgās nozares īpašā prakse un patērētāju informētības līmenis par šo praksi.