ĢENERĀLADVOKĀTA DAMASO RUISA-HARABO KOLOMERA [*DÁMASO RUIZ-JARABO COLOMER*] SECINĀJUMI, sniegti 2006. gada 7. martā [1]

I — Ievads

1. *Landgericht Nürnberg-Fürth* [Nirnbergas-Firtes Apgabaltiesa] (apgabaltiesa ar jurisdikciju civillietās un krimināllietās) vēlas zināt, vai miniatūri modeļi, kas atveido labi pazīstama vācu ražotāja automašīnas, ja to radiatora režģim piestiprināts attiecīgais logotips, pārkāpj preču zīmju tiesības, ko aizsargā Direktīvas 89/104/EEK [2] 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts. Pakārtoti minētā tiesa norāda uz atkāpi, kas noteikta šī Kopienu tiesību akta 6. panta 1. punkta b) apakšpunktā.

2. Šaubas rodas tādēļ, ka apstrīdētais apzīmējums, kas sākotnēji bija reģistrēts attiecībā uz īstiem transportlīdzekļiem, vēlāk tika izmantots arī attiecībā uz rotaļlietām. Tāpēc iesniedzējtiesa pārbauda automašīnu ražošanas sabiedrības emblēmai piešķirtās aizsardzības piemērošanas jomu attiecībā uz gadījumiem, kad trešās personas to izmanto samazinātiem modeļiem.

3. Ģenerāladvokāts Džeikobss [*Jacobs*] secinājumos lietā ITSB/*Zapf Creation* [3] pareizi atzīmēja, ka "[d]audzu [..] rotaļlietu [..] būtiska raksturīga pazīme ir tas, ka tās kaut ko atveido". Es papildinātu, ka rotaļlietu būtība ir tā, ka tās atveido lietas un notikumus no pasaules vēstures tādā veidā, lai tos piemērotu bērna vai tādas personas prātam, kam vajadzīga iztēles bagātāka saikne ar savu apkārtni, pārsniedzot grūtību un ciešanu gadījumus, kas dažkārt ir cilvēka eksistences sastāvdaļa. Pirms Otrā Pasaules kara anglo-amerikāņu ekspedīcija atklāja haldejiešu Ūras [*Ur*] pilsētā kapa vietu bērnam, kas apbedīts četrus tūkstošus gadu pirms Kristus, kurā atradās maza sudraba laiviņa. Vairāk nekā pirms sešiem tūkstošiem gadu jau pastāvēja tādas senlietas, kas pavadīja to cilvēku sapņus, kuri sāk savu dzīves piedzīvojumu. Izskatot šo prejudiciālo jautājumu, ir jāpārbauda, vai preču zīmes

1 — Oriģinālvaloda — spāņu.

2 — Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmā Direktīva 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.).

3 — Sniegti 2004. gada 19. februārī lietā C-498/01 P ITSB/*Zapf Creation* (2004. gada 1. decembra rīkojums, *Recueil*, I-11349. lpp., 28. punkts).

kopija, kas ir reģistrēta arī attiecībā uz rotaļlietām, kuras imitē īstenību, pārkāpj preču zīmes īpašnieka tiesības, vai arī to var uzskatīt par vienu no to ierobežojumiem.

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

[..]."

II — Tiesību normas

4. Lai izlemtu šo lietu, iesniedzējtiesa lūdz interpretēt Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu un 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu, kas atbilst *Markengesetz*[4] (Vācijas Preču zīmju likuma) 14. panta 2. punkta 1. apakšpunktam un 23. panta 2. apakšpunktam, kuri tāpēc šeit nav jācitē.

6. Direktīvas 6. panta ar virsrakstu "Preču zīmes darbības ierobežojumi" 1. punkta b) apakšpunkts noteic:

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

5. Direktīvas 5. panta ar virsrakstu "Tiesības, ko piešķir preču zīme" 1. punkta a) apakšpunkts noteic:

a) [..]

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

[..]

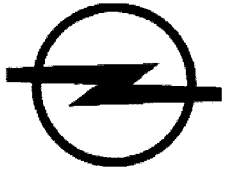
4 — 1994. gada 25. oktobra *Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen Kennzeichen* (*MarkenG*) (*BGBl. I*, 3082. lpp.).

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

[..]"

III — Fakti pamata prāvā un prejudiciālie jautājumi

7. Prasītāja pamata prāvā, sabiedrība *Adam Opel AG* (turpmāk tekstā — "*Opel AG*"), ir viena no lielākajām sabiedrībām Eiropas automašīnu rūpniecībā un viena no vispazīstamākajām [5]. Vairākus gadus tā ir izmantojusi par logotipu tā saukto "*Opel* zibeni" ("Opel-Blitz"), un tai pieder grafiskā preču zīme Nr. 1157264, kas attēlota zemāk:



8. 8. 1990. gada 10. aprīlī šī emblēma tika reģistrēta Vācijā attiecībā uz vairākām precēm un tajā skaitā arī uz "rotaļlietām". Prasītāja izmanto preču zīmi automašīnu mēroga modeļiem, kurus, lai gan tos ražo ar licences turētāju starpniecību, tā izplata, izmantojot savu piederumu izplatīšanas tīklu.

9. Sabiedrība *AUTEC AG*, atbildētāja *Landgericht Nürnberg-Fürth*, ražo samazinātus radiovadāmus transportlīdzekļu modeļus, kurus tā izplata ar preču zīmi "Cartronic".

10. 2004. gada sākumā *Opel AG* konstatēja, ka šīs valsts mazumtirdzniecībā par EUR 9 tiek pārdotas radiovadāmas automašīnas mērogā 1:24, kuru starpā bija *Opel Astra V8 Coupé* modelis, kura radiatora režģim tāpat kā attiecīgajam oriģinālajam transportlīdzeklim bija piestiprināta aizsargātā preču zīme.

11. No iesniedzējtiesas lēmuma izriet, ka lietošanas pamācības, kas pievienota iepakojumam, sākumā ir skaidri redzams apzīmējums "Cartronic ®" un pēdējā lapā ir norādes "AUTEC ®" un "Autec AG Daimler Strasse 61 D-90441 Nürnberg". Līdzīgi automašīnas pults augšpuse ir vēlreiz skaidri apzīmēta ar "Cartronic ®" un tās apakšpusē ir uzlīme ar informāciju "AUTEC ® AG D 90441 Nürnberg".

5 — Dažas ziņas par pārdošanas apgrozījumu, kas sniegtas *Opel AG* pārstāvja apsvērumos, atklāj sabiedrības ekonomisko nozīmīgumu: 2004. gadā tā pārdeva 351 955 transportlīdzekļus Vācijas tirgū un vairāk nekā miljonu Eiropas tirgū; tajā pašā gadā tās tirgus daļa Vācijā bija 10,24 % un preču zīmes atpazīstamība bija 96 %.

12. *Opel AG* uzskata, ka tās logotipa atrašanās uz otra tiesvedības dalībnieka eksemplāriem pārkāpj tās rūpnieciskā īpašuma tiesības. Tā apgalvo, ka atbildētāja to izmanto tādā pašā veidā identiskām precēm, proti, rotaļu automašīnām, un tāpēc lūdz noteikt, ka atbildētājai ir jāuzliek naudas sods līdz EUR 250 000, ko var aizstāt ar brīvības atņemšanas sodu, un aizliegums apstrīdēto apzīmējumu izmantot komercdarbībā, jāsamaksā kompensācija par visiem ciestajiem zaudējumiem un nodarīto kaitējumu, un ka tai ir jāaizliedz pārdot samazinātos transportlīdzekļu modeļus ar šo apzīmējumu. Tā arī lūdz iznīcināt visus samazinātus modeļus, kas apzīmēti ar tās logotipu [6].

13. Atbildētāja pamata prāvā un persona, kas iestājusies lietā, lai to atbalstītu — Vācijas Rotaļlietu industrijas asociācija (*Deutscher Verband der Spielwaren-Industrie e.V.*), lūdz noraidīt *Opel AG* prasījumus.

14. Tā kā iesniedzējtiesa uzskata, ka lēmums šajā lietā ir atkarīgs no iepriekš minēto tiesību normu interpretācijas, tā nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai preču zīmes, kas ir aizsargāta arī attiecībā uz "rotaļlietām", izmantošana ir izmantošana preču zīmes veidā Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, ja automašīnu samazinātu spēļu modeļu ražotājs samazinātā mērogā atveido faktiski pastāvošu transportlīdzekli, ietverot preču zīmes īpašnieka transportlīdzeklim piestiprinātu preču zīmi, un šo samazināto modeli laiž tirgū?

2) Gadījumā, ja atbilde uz pirmo jautājumu ir apstiprinoša:

vai pirmajā jautājumā aprakstītais preču zīmes izmantošanas veids ir norāde uz transportlīdzekļa samazināta modeļa veidu vai kvalitāti Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē?

3) Gadījumā, ja atbilde uz otro jautājumu ir apstiprinoša:

kādi šāda veida lietās ir izšķirošie kritēriji, lai novērtētu, vai preču zīmes izmantošana atbilst godīgai praksei rūpnieciskās vai komerciālās lietās?

6 — Labāk novērtēt šo prasību apjomu, ņemot vērā skaitļus, ko *Opel AG* iesniegusi kā pierādījumus tiesas sēdē; tā apstiprināja, ka darbojas ar 23 licenciātiem, kas nosedz 85 % produkcijas, ar 600 000 preču tirdzniecību 2004. gadā un aptuveni 760 000 preču tirdzniecību 2005. gadā.

Vai tas tā it īpaši ir tad, ja transportlīdzekļa samazinātu modeļu ražotājs uz iepakojuma un uz šī modeļa lietošanai nepieciešama piederuma piestiprina apzīmējumu, ko sabiedrība atpazīst kā šī ražotāja paša preču zīmi, kā arī savas sabiedrības nosaukumu, norādot uzņēmuma juridisko adresi?"

IV — Process Tiesā

15. Lūgums sniegt prejudiciālo nolēmumu Tiesas Kancelejā tika reģistrēts 2005. gada 8. februārī.

16. Tiesas Reglamenta 20. pantā noteiktajā termiņā rakstveida apsvērumus iesniedza *Opel AG, AUTEC AG, Deutscher Verband der Spielwaren-Industrie e.V.*, Francijas valdība un Apvienotās Karalistes valdība, kā arī Eiropas Kopienu Komisija.

17. 2006. gada 2. februāra tiesas sēdē pamata prāvas dalībnieki, persona, kas iestājusies lietā, Apvienotās Karalistes valdības un Komisijas pārstāvji izteica mutvārdu apsvērumus.

V — Prejudiciālo jautājumu pārbaude

A — *Par pirmo jautājumu*

18. Ar pirmo jautājumu *Landgericht Nürnberg-Fürth* vēlas noskaidrot, vai pamata prāvas apstākļos *Opel AG* logotips ir izmantots "preču zīmes veidā" saskaņā ar Tiesas judikatūru. Tāpēc detalizēti jāpārbauda atsevišķi secinājumi un spriedumi, saskaņā ar kuriem iespējams apsvērt lietā esošos faktus.

19. Doktrīna viennozīmīgi kvalificē reģistrēta apzīmējuma īpašnieka tiesības kā "ekskluzīvas tiesības"[7], kas viņam atļauj aizliegt trešām personām izmantot preču zīmi bez viņa piekrišanas.

20. Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta interpretācija sākas ar sprie-

7 — Vācijas tiesībās par *Markengesetz* 14. panta 1. punktu: Ekey, F. L. *Markenrecht*, izd. C. F. Müller, Heidelberga, 2003, 170. lpp., 2. punkts; Spānijas un Kopienu tiesībās: Fernández Nóvoa, C. *Tratado sobre derecho de marcas*, red. Marcial Pons, Madride/Barselona, 2004, 433. lpp.; par Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 9. pantu [Padomes 1993. gada 20. decembra Regula (OV 1994, L 11, 1. lpp.), kas grozīta ar Padomes 1994. gada 22. decembra Regulu (EK) Nr. 3288/94, lai ieviestu Urugvajas posmā noslēgtās vienošanās (OV L 349, 83. lpp.), un ar Padomes 2004. gada 19. februāra Regulu (EK) Nr. 422/2004 (OV L 70, 1. lpp.)], kas saskan ar Direktīvas 89/104 5. pantu: Von Mühlendahl, A./Ohlgart, D. C. *Die Gemeinschaftsmarke*, izd. C. H. Beck/izd. Stämpfli + Cie AG, Berne/Minhene, 1998, 45. un turpm. lpp.

dumu lietā *BMW*[8], kura 38. punkts noteica, ka normas piemērošanas robežas ir atkarīgas no tā, vai emblēma tika izmantota, lai attiecīgās preces vai pakalpojumus atšķirtu kā tādus, kas nāk no attiecīga uzņēmuma, tas ir, izmantota *preču zīmes veidā*, vai citiem mērķiem.

21. Attiecīgi, Tiesas judikatūras pārbaude šajā lietā jāvērš uz šiem diviem aspektiem: apzīmējuma izmantošana preču zīmes veidā un tā izmantošana citiem mērķiem.

22. Tiesai iesniegtajos apsvērumos fakti nav apstrīdēti un tāpēc tos var uzskatīt par nodibinātiem attiecībā uz rūpniecisko īpašuma tiesību, kas minētas Direktīvas 89/104 5. panta 1. punktā, īpašnieka *ius prohibendi* īstenošanu, turklāt fakti ir jāpārbauda valsts tiesai. Attiecībā uz "precēm" šīs normas izpratnē situācija ir līdzīga, jo pamata prāvā ir skaidra atsauce uz ražotajām precēm[9].

1) Apzīmējuma kā reģistrētas preču zīmes izmantošana

23. Kopš minētā sprieduma lietā *BMW* Direktīvas 89/104 5. panta 1. punktā noteikto ekskluzīvo tiesību robežas ir kļuvušas skaidrākas, ņemot vērā noteiktus nākamos spriedumus.

24. Galvenā nozīme šajā kontekstā ir iepriekš minētajam spriedumam lietā *Arsenal*; šajā lietā sniegtajos secinājumos es atzīmēju, ka tad, ja direktīva noteic, ka aizsardzība identitātes gadījumā ir absolūta, jāsaprot, ka preču zīmju tiesību mērķa un nolūka izpratnē "absolūts" nozīmē, ka aizsardzība ir piešķirta īpašniekam neatkarīgi no tā, vai ir iespējama sajaukšanas iespēja, jo šādās situācijās pastāv šādas iespējas prezumpcija, un nevis to, ka aizsardzība ir piešķirta īpašniekam attiecībā pret visiem un visos gadījumos. Tāpēc, pieņemot, ka preces ir identiskas, 5. panta 1. punkts rada *iuris tantum* prezumpciju[10].

25. Līdzīgi, Tiesas spriedumi ar teleoloģisku pieeju attiecīgajām normām ir apstiprinājuši, ka saskaņā ar Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu ekskluzīvās tiesības ir piešķirtas, lai ļautu preču zīmes īpašniekam aizsargāt savas sevišķās īpašnieka intereses tā, lai zīme pildītu savas funkcijas un it īpaši garantētu patērētājiem preču izcelsmi[11].

8 — 1999. gada 23. februāra spriedums lietā C-63/97 *Bayerische Motorenwerke AG* ("BMW") un *BMW Nederland BV/Ronald Karel Deenik* (*Recueil*, I-905. lpp.).

9 — Sekojot metodoloģiskajai pieejai 2002. gada 12. novembra spriedumā lietā C-206/01 *Arsenal Football Club* (*Recueil*, I-10273. lpp., 40. un 41. punkts, turpmāk tekstā — spriedums "*Arsenal*").

10 — Secinājumu 51. un 52. punkts.

11 — 51. punkts spriedumā *Arsenal*.

26. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru preču zīmes būtiska funkcija ir sniegt pircējam norādi par preces vai pakalpojuma izcelsmi, ļaujot tam bez jebkādiem pārpratumiem atšķirt preci vai pakalpojumu no citiem, kuriem ir cita izcelsme, apstiprinot, ka tie ir ražoti vai sniegti tajā pašā uzņēmumā, kas ir atbildīgs par to kvalitāti [12].

27. Pamata prāvā ir noteikts, ka pie samazināta mēroga rotaļlietu modeļiem ir piestiprināta *Opel* emblēma neatkarīgi no tā, vai tos ražojis kāds no uzņēmuma licenciātiem vai trešā persona, un ka līdzība ir tik liela, ka tā būtībā norāda uz to preču identitāti attiecīgās tiesību normas izpratnē. Tomēr, kā es atzīmēju secinājumos lietā *Arsenal*, šis vērtējums jāveic valsts tiesai [13].

28. Visbeidzot, šajā lietā pieņemtais spriedums noteica apzīmējuma īpašniekam Direktīvas 89/104 5. panta 1. punktā piešķirto tiesību robežas, liedzot viņam aizliegt identiska apzīmējuma izmantošanu, ja šāda izmantošana neietekmē tā kā reģistrēta īpašnieka tiesības noteiktajā apmērā un tādēļ daži izmantošanas veidi tīri aprakstošiem mērķiem no šīs normas piemērošanas jomas ir izslēgti [14].

29. Spriedumā lietā *Anheuser-Busch* [15] ir sniegta metode, kā noteikt iespējamo kaitējumu, norādot, ka tas ir radīts, ja apzīmējuma izmantošana, ko pārmet trešai personai, rada iespaidu, ka komercdarbībā starp trešo personu un preču zīmes īpašnieka precēm pastāv būtiska saikne. Šajā sakarā ir jānoskaidro, vai attiecīgie patērētāji simbolu veidā, kādā to izmanto trešā persona, uztver kā tādu, kas apzīmē uzņēmumu, kurš ir reģistrēta [apzīmējuma] īpašnieks [16]. Turpmāk tiek atkārtots, ka iesniedzējtiesas pienākums ir veikt šo pārbaudi, ievērojot konkrētus apstākļus pamata prāvā [17].

2) Izmantošana, kas nav saistīta ar preču zīmēm raksturīgo funkciju

30. Apzīmējuma izmantošana saskaņā ar iepriekš minētajā spriedumā lietā *BMW* norādītajiem noteikumiem Direktīvas 89/104 sistēmā ir vienīgā, uz kuru neattiecas minētās direktīvas 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā noteiktās preču zīmes īpašniekam piešķirtās tiesības.

12 — Citu starpā 1978. gada 23. maija spriedums lietā 102/77 *Hoffmann-La Roche* (*Recueil*, 1139. lpp., 7. punkts); 2002. gada 18. jūnija spriedums lietā C-299/99 *Philips* (*Recueil*, I-5475. lpp., 30. punkts) un 2003. gada 11. marta spriedums lietā C-40/01 *Ansul* (*Recueil*, I-2439. lpp., 43. punkts).

13 — 53. un 54. punkts.

14 — 54. punkts spriedumā *Arsenal*.

15 — 2004. gada 16. novembra spriedums lietā C-245/02 *Anheuser-Busch* (Krājums, I-10989. lpp.).

16 — Iepriekšējā zemsvītras piezīmē minētā sprieduma 60. punkts, kas vispārīgas deklarācijas līmenī pacel Tiesas vērtējumu, kas izteikts sprieduma *Arsenal* 56. un 57. punktā.

17 — 61. punkts.

31. 6. pantā, it īpaši 1. punkta b) apakšpunktā noteiktie izņēmumi ir piemērojami, kad reģistrēts apzīmējums pilda preču zīmei raksturīgo funkciju, bet sabiedrisko interešu dēļ trešām personām noteiktos apstākļos ir tiesības šīs priekšrocības izmantot.

32. Saskaņā ar judikatūru par izmantošanu preču zīmes veidā neuzskata atsauces uz reģistrētajām preču zīmēm tikai aprakstošām vajadzībām, jo šajos gadījumos nav noticis jebkādu tādu interešu pārkāpums, ko paredzēts aizsargāt 5. panta 1. punktā [18].

33. Savos secinājumos lietā *Arsenal* es izvēlējos pieeju, kas ietvēra nekomerciālas izmantošanas veidus, kur cita starpā es uzskaitīju privātu izmantošanu, tādu simbolu izmantošanu, kas neatbilst reģistrācijas prasībām, un izmantošanu izglītības nolūkā [19]. Tomēr iepriekš, kad es apgalvoju, ka valsts tiesai ir jānosaka brīdis, kad preču zīme tiek izmantota kā tāda, es atzīmēju vajadzību apsvērt citus elementus, it īpaši konfliktējošo preču būtību, tirgus struktūru vai preču zīmes stāvokli [20].

34. Kopumā, izmantošana, kas nav saistīta ar preču zīmei raksturīgo funkciju, ir atvērta kategorija, kas jāpiepilda individuāli un pakāpeniski, jo pretēji Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta hipotēzei tai nav vajadzīga šaura interpretācija, jo tā ir nevis izņēmums, bet ierobežojums *ius prohibendi* izmantošanai.

3) Saistība ar pamata prāvas faktiem

35. Pēc attiecīgās judikatūras ieskicēšanas, lai iesniedzējtiesai sniegtu lietderīgu atbildi, uzdevums koncentrējas uz vienveidīgu vadlīniju meklējumiem, kas būtu noderīgas prejudiciālajos jautājumos norādītajiem faktiskajiem apstākļiem.

36. Šajā lietā logotipa "*Opel* zibens" izvietošana uz rotaļlietām ir tāda izmantošana, kas nav saistīta ar preču zīmes funkciju divu iemeslu dēļ.

18 — 2002. gada 14. maija spriedums lietā C-2/00 *Hölterhoff* (*Recueil*, I-4187. lpp., 16. punkts). Lieta attiecās uz komercdarījumu, kurā *Hölterhoff* piedāvāja klientam pārdot dažus pusdārgakmeņus un dekoratīvos akmeņus ar iegriezumiem, kurus tas sauca par "Spirit Sun" un "Context Cut", kas ir preču zīmes, kas pieder *Freiesleben*. Klients pasūtīja no *Hölterhoff* divus granātus ar iegriezumu *Spirit Sun* un, lai gan pavadzīmē un rēķinā nebija atsauču uz šīm preču zīmēm, to īpašnieks cēla prasību pret *Hölterhoff*.

19 — 55.–64. punkts secinājumos lietā *Arsenal*.

20 — 53. punkts secinājumos lietā *Arsenal*.

a) Attiecīgās preces būtība

37. Kopš 1898. gada rotaļlietu ražošanā ir pierasts ražot un pārdot īstu automašīnu samazināta mēroga modeļus, kas notiek arī ar citiem pārvietošanās līdzekļiem (vilcieniem, lidmašīnām un kuģiem). Mazās automašīnas ir kļuvušas par pieaugušo "Prusta cepumiņu", kuri no jauna izdzīvo savas bērnu dienas īsās bikšelēs [21], izdzīvojot savus sapņus.

38. Lai gan sākumā bija domāts reproducēt īstenību samazinātā veidā par labu ļoti konkrētai auditorijai — bērniem, lai pietuvinātu viņiem pieaugušo pasauli viņu augumam pielāgotā izmērā [22], ar laiku personu loks paplašinājās, ietverot pieaugušus kolekcionārus. Iespējams, šī pēdējā auditorija bija prasīgāka attiecībā pret kopijas kvalitāti, prasot, lai tā būtu pēc iespējas tuvāka oriģinālam. Tāpēc vienīgais veids, kādā šis izstrādājums tiek veidots šodien, ir ne tikai raksturīgāko, bet arī pašu nenozīmīgāko pazīmju kopēšana.

39. Komisija pamatoti norāda, ka šo modeļu ražotājs klientu vēlmes attiecībā uz ticamu oriģināla imitāciju apmierina tikai tad, ja tam atļauts kopēt visas tā detaļas, ieskaitot norādes, kas atrodas uz īstā modeļa, piemēram, to katalogos.

40. Tomēr automašīnu rūpniecība tikai nesen apjauta, kāds ekonomiskais potenciāls šiem objektiem ir "tirdzniecībā", izmantojot tos kā reklāmas paņēmienus, lai palielinātu klientu uzticību, kā to atzīmē *Opel AG* un kā šī uzņēmuma gadījumā var secināt no tā, ka tā logotips nebija attiecināts uz rotaļlietām līdz 1990. gadam, kā norādīts tā paša apsvērumos. Tāpēc grūti iedomāties, ka sabiedrība automātiski asociē automašīnu emblēmu ar ražotāju.

41. Līdzīgi, kā norāda Komisija, no pārmērīgi šauras *ius prohibendi* interpretācijas izriet monopola riska rašanās draudi miniatūru tirgū gadījumā, ja vienīgi licenciātiem būtu ekskluzīvas tiesības imitēt īstās mašīnas pilnīgi precīzi, nepamatoti ierobežojot to konkurentu uzņēmējdarbības brīvību.

21 — Defraudat, S. *Majorette, ma voiture miniature préférée*, red. Du May, Buloņa-Bilankūra, 8. lpp.

22 — Bērnu psiholoģija nav vienāda; ir vairāki piemēri, kad bērni seko savai iztēlei, nevis atdarina pieaugušos; Ana Marija Matute [*Ana María Matute*] pasakā "La rama seca" [Sausais zars] (*Historias de la Artámila*, izd. Destino, Barselona, 1993, 123. un turpm. lpp.) sniedz aizkustinošu stāstu par to, kā meitene rotaļājas ar savu "lelli", kuru sauc "Pipa" un kas ir tikai "mazs nokaltis zars, kas ietīts kokvilnas lupatiņā, kas apsieta ar auklu" (125. lpp.). Slimības dēļ meitenei jāpaliek gultā bez savas lelles, kas tiek neizbēgami pazaudēta. Kad tās kaimiņiene donna Klementīne atnes viņai "lelli ar cirtainiem matiem un apaļām acīm" (128. lpp.), meitene sarūgtinājumā raud: "Tā nav Pipa! Tā nav Pipa!" (129. lpp.).

b) Patērētāja uztvere

42. Jau tika parādīts, ka saskaņā ar spriedumu lietā *Anheuser-Busch* secinājums, ka trešās personas izmantošanas dēļ ir nodarīts kaitējums, ir atkarīgs no tā, vai šī izmantošana ir tāda, kas rada iespaidu, ka pastāv materiāla saikne komercdarbībā starp trešās personas precēm un uzņēmumu, kas ir preču zīmes īpašnieks. Jānosaka, vai attiecīgie klienti interpretē simbolu kā tādu, kas apzīmē uzņēmumu, kas to reģistrējis.

43. Iesniedzējtiesa ir pārbaudījusi saikni starp to *Opel* emblēmu, kas piestiprināta pie modeļiem, un oriģinālo preču zīmi, ievērojot, ka sabiedrība atpazīst rotaļlietu kā īstas *Opel* automašīnas modeli. Tas ir, tā vieno samazināta mēroga prototipu ar īsto automašīnu, nevis ar modeļiem, kurus ražojuši *Opel AG* licenciāti šīs sabiedrības vajadzībām.

44. Es piekrītu Komisijai, ka no iepriekš minētā nevar secināt, ka pamata prāvā preču zīme ir aizskarta, kas būtu noticis vienīgi tad, ja patērētāji asociētu *Opel* logotipu uz trešo personu ražotajām miniatūrām ar logotipu, ko attēlo uz *Opel AG* pārdotajiem modeļiem. Jebkurā gadījumā tas, ka lietotājs saista rotaļlietas preču zīmi ar oriģināla preču zīmi, ir neizbēgams rezultāts precīzai reprodukcijai, ko domāts sasniegt, lai pārliecinātu sabiedrību, piepildot tās vēlmes [23].

45. Turklāt es uzskatu, ka modelis un tā oriģināls nepieder vienai un tai pašai preču kategorijai, tāpēc tās nav identiskas preces Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē.

46. Iepriekš minēto iemeslu dēļ es iesaku Tiesai uz pirmo prejudiciālo jautājumu sniegt šādu atbildi:

Reģistrēta apzīmējuma izmantošana rotaļlietām nav uzskatāma par izmantošanu preču zīmes veidā Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, ja rotaļlietas modeļa mašīnas ražotājs samazinātā mērogā reproducē īstu mašīnu, ieskaitot īpašnieka preču zīmi, un pārdod to.

23 — Hans Kristians Andersens pasakā "Mazais alvas zaldātiņš" (Todolibro Ediciones, Madride, 2000, 64. un turpm. lpp.) apraksta patērētāja cerības attiecībā uz kopijām un tā sarūgtinājumu, kad tās nav pilnīgas, rakstot: "Kad [..] beidzot viņa rokās bija kaste, viņš sajūsmināts skrēja uz savu istabu un tur vienatnē, aizvēris durvis, atvēra kasti kā svētā rituālā. Viņa sirds no priekiem palēcās! Zaļā ietinamajā papīrā atradās mazi zaldātiņi skaistās, spīdīgās uniformās ar plintēm pār pleciem. Bet, ak, neveiksme! Šo uzposto un smaidošo zaldātiņu vidū bija viens, tikai viens, kuram trūka vienas kājas."

B — *Par otro un trešo jautājumu*

47. Otrais un trešais jautājums tika uzdots tikai gadījumam, ja atbilde uz pirmo jautājumu būtu apstiprinoša, tā ka, ņemot vērā manu attiecībā uz pirmo jautājumu sniegto ieteikumu, nebūtu nepieciešams tos apsvērt. Tomēr man par tiem jāizdara dažas piezīmes, pakārtotā un vienkārši hipotētiskā veidā.

48. Tāpēc es sākšu ar pieņēmumu, ka pamata prāvā *Opel AG* preču zīme bija aizskarta, un ar jautājumu, vai šāds pārkāpums, iespējams, var tikt uzskatīts par izņēmumu saskaņā ar Direktīvas 89/04 6. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

49. Šķiet, ka *Landgericht Nürnberg-Fürth* piekrīt tam, ka attiecīgās preču zīmes izmantošana jāuzskata vienīgi par norādi, kas attiecas uz veidu vai kvalitāti, bet nevis uz "citām īpašībām", kā teikts iepriekš minētajā pantā.

50. Šīs normas mērķis ir panākt līdzsvaru starp rūpniecisko īpašuma tiesību īpašnieka interesēm un komercdarbības interesēm, aizsargājot brīvību izmantot jēdzienus, lai raksturotu preces un pakalpojumus [24]. Tomēr, kā Komisija pareizi atzīmē, šīs normas kā 5. panta izņēmuma raksturs nozīmē, ka vajadzīga šaura interpretācija, tā ka ir grūti pieļaut, ka *Opel* apzīmējuma reproducēšana uz miniatūrām mašīnām ir uzskatāma par norādi attiecībā uz veidu vai kvalitāti.

51. Tomēr, tā kā modeļu radīšanas darbība būtībā ir precīzu un detalizētu īstenības kopiju veidošana, var uzskatīt, ka preču zīmes emblēma ir oriģināla raksturīga sastāvdaļa, kas, lai patērētājs būtu labāk informēts un lai visi nozares uzņēmēji konkurētu saskaņā ar vienādiem noteikumiem [25], ir viena no tām pazīmēm, uz kurām attiecas Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta b) apakšpunkts.

52. Šis risinājums nozīmē, ka ikviens automašīnas samazināts modelis ir preces veids, kuram ir vairāki piedāvājumi.

53. Tiklīdz ir pieņemts, ka Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta b) apakšpunkts attiecas uz pamata prāvas faktiem, ir jāatbild uz trešo jautājumu, proti, vai *Opel* preču zīme ir izmantota saskaņā ar godīgu praksi rūpnieciskajās vai komerciālajās lietās, kas ir

24 — Par Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 12. panta 1. punkta a) apakšpunktu: Von Mühlendahl, A./Ohlgart, D. C., *op. cit.*, 54. lpp.

25 — Fernández-Nóvoa, C., *op. cit.*, 459. lpp., pievērš uzmanību tam, ka šīs normas mērķis ir aizsargāt šīs intereses.

otrais priekšnoteikums šīs normas piemērošanai.

54. Šajā sakarā Tiesas jaunākā judikatūra sniedz skaidras vadlīnijas, un tāpēc pietiekami uz tām atsaukties tikai īsumā.

55. Pirmkārt, Tiesa ir atkārtojusi, ka nosacījums, ka preču zīme ir jāizmanto saskaņā ar vadošo tirgus praksi, rada pienākumu rīkoties godīgi attiecībā uz preču zīmes īpašnieka likumīgajām interesēm [26].

56. Otrkārt, spriedums lietā *Gillette Company* un *Gillette Group Finland* [27] sniedza šo terminu interpretāciju, nosakot, ka preču zīmes izmantošana neatbilst godīgai praksei rūpnieciskajās vai komerciālajās lietās it īpaši tad, ja tā liek domāt, ka pastāv komerciāla saikne starp trešo personu un preču zīmes īpašnieku; ja tā skar preču zīmes vērtību tās atšķirtspējas vai reputācijas negodīgas izmantošanas dēļ; ja tā diskreditē vai nomelno šo preču zīmi vai ja trešā persona pasniedz savu preci kā ar citai personai piederošu preču zīmi apzīmētas preces imitāciju vai reprodukciju.

57. Pēdējā situācija neietver miniatūrās rotaļlietas, jo tās nekopē *Opel* licenciātu izgatavotos modeļus, bet gan īsto automašīnu, ko ražojusi šī automobiļu rūpnīca, — *Opel Astra V8 Coupé*.

58. Spriedumā lietā *Anheuser-Busch* Tiesa uzsvēra, ka godīgas izmantošanas nosacījuma ievērošana ir jānovērtē, ņemot vērā to, ciktāl, pirmkārt, trešās personas komercnosaukuma izmantošanu attiecīgā sabiedrība vai vismaz nozīmīga šīs sabiedrības daļa uztvers kā saikni starp trešās personas precēm un preču zīmes īpašnieku vai personu, kurai ir tiesības izmantot šo preču zīmi, un, otrkārt, to, ciktāl trešām personām tas bija jāapzinās. Tā norāda, ka ir jāapsver, vai runa ir par preču zīmi, kam ir zināma reputācija dalībvalstī, kurā ir reģistrēta preču zīme un kurā ir pieprasīta tās aizsardzība, un no kuras trešās personas varētu gūt labumu, tirgojot savas preces [28].

59. Šos kritērijus valsts tiesa var izmantot, lai tos piemērotu izskatāmajā lietā. Patiešām, pēdējā minētajā spriedumā piebilsts, ka valsts tiesas pienākums ir veikt vispārīgu nozīmīgo apstākļu pārbaudi, lai noteiktu, vai izmantošana ir notikusi saskaņā ar minēto godīgo praksi [29].

26 — Spriedums lietā *BMW*, minēts iepriekš, 61. punkts, un 2004. gada 7. janvāra spriedums lietā C-100/02 *Gerolsteiner Brunnen* (*Recueil*, I-691. lpp., 24. punkts).

27 — 2005. gada 17. marta spriedums lietā C-228/03 (Krājums, I-2337. lpp.).

28 — 83. punkts spriedumā lietā *Anheuser-Busch*.

29 — 84. punkts iepriekšējā zemsvītras piezīmē minētajā spriedumā.

60. Tāpēc es uzdrošinos ieteikt, ka veids, kādā *AUTEC* pasniedz savas preces, skaidri parādot savu zīmi "Cartronic ®" un norādes "AUTEC® AG" un "Autec AG Daimler Strasse 61 D-90441 Nürnberg" pat uz radiovadāmās pults, parāda, ka tā ir rīkojusies pienācīgi, pilnīgā saskaņā ar komerciālo praksi. Tāpēc neiespējami šajā rīcībā saskatīt jebkādu nelikumīgu preču zīmes "Opel" izmantošanu, kas ir novietota tur, kur ikviens patērētājs to cer ieraudzīt: uz automašīnas radiatora režģa.

61. Ņemot vērā izteiktos argumentus, es iesaku Tiesai attiecīgajā gadījumā atbildēt uz otro un trešo jautājumu saskaņā ar iepriekš norādītajiem apsvērumiem.

VI — Secinājumi

62. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, es iesaku Tiesai sniegt šādu atbildi uz *Landgericht Nürnberg-Fürth* jautājumiem:

1) reģistrēta apzīmējuma izmantošana uz rotaļlietām nav izmantošana preču zīmes veidā Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, ja rotaļlietas modeļa automašīnas ražotājs samazinātā mērogā reproducē īstu mašīnu, ieskaitot preču zīmi, un pārdod to.

63. Gadījumā, ja Tiesa nepiekrīt šim uzskatam pirmajā jautājumā, es piedāvāju sniegt šādas atbildes uz otro un trešo jautājumu:

2) pirmajā jautājumā aprakstītā preču zīmes izmantošana ir norāde uz citām modeļa automašīnas īpašībām Direktīvas 89/104 6. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē;

3) tādās situācijās kā šajā lietā izšķirošie kritēriji lai noteiktu, vai preču zīme ir izmantota saskaņā ar godīgu praksi rūpnieciskajās vai komerciālajās lietās, ir tie, ko Tiesa noteikusi iepriekš minētajos spriedumos lietās *Anheuser-Busch* un *Gillette Company* un *Gillette Group*.

Kad modeļa automašīnas ražotājs piestiprina iepakojumam un piederumam, kas vajadzīgs, lai rotaļlietu izmantotu, apzīmējumu, kas tirdzniecībā atpazīstams kā šī ražotāja preču zīme, kopā ar tā sabiedrības nosaukumu un atrašanās vietas adresi, tas rīkojas saskaņā ar godīgu praksi rūpnieciskajās vai komerciālajās lietās, ņemot vērā visu atbilstošu apstākļu visaptverošu vērtējumu, kas jāveic valsts tiesai.