Judikatūras krājums

TIESAS SPRIEDUMS (desmitā palāta)

2017. gada 6. jūlijā*

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu — Preču zīmes — Direktīva 2008/95/EK — 3. panta 1. punkta c) apakšpunkts — Valsts vārdiska preču zīme "La Milla de Oro" — Reģistrācijas atteikuma vai spēkā neesamības pamati — Ģeogrāfiskās izcelsmes apzīmējumi

Lieta C-139/16

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši LESD 267. pantam, ko *Audiencia Provincial de Burgos* (Burgosas provinces tiesa, Spānija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2016. gada 15. februārī un kas Tiesā reģistrēts 2016. gada 7. martā, tiesvedībā

Juan Moreno Marín,

María Almudena Benavente Cárdaba,

Rodrigo Moreno Benavente

pret

Abadía Retuerta SA.

TIESA (desmitā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētāja M. Bergere [*M. Berger*], tiesneši E. Borgs Bartets [*A. Borg Barthet*] (referents) un E. Levits,

ģenerāladvokāts J. Tančevs [*E. Tanchev*],

sekretārs I. Illēši [*I. Iléssy*], administrators,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2017. gada 16. februāra tiesas sēdi,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— *Juan Moreno Marín*, *María Almudena Benavente Cárdaba* un *Rodrigo Moreno Benavente* vārdā – *J. García Domínguez*, *abogado*, un *C. Gutiérrez Moliner*, *procurador*,

— *Abadía Retuerta SA* vārdā – *J. C. Quero Navarro* un *D. Pellisé Urquiza*, *abogados*, kā arī *J. M. Prieto Casado*, *procurador*,

— Eiropas Komisijas vārdā – *T. Scharf* un *J. Rius*, kā arī *J. Samnadda*, pārstāvji,

* Tiesvedības valoda – spāņu.

ņemot vērā pēc ģenerāladvokāta uzklausīšanas pieņemto lēmumu izskatīt lietu bez ģenerāladvokāta secinājumiem,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvas 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2008, L 299, 25. lpp.), 3. panta 1. punkta c) apakšpunkta interpretāciju.

2 Šis lūgums ir iesniegts tiesvedībā starp *Juan Moreno Marín*, *María Almudena Benavente Cárdaba* un *Rodrigo Moreno Benavente*, no vienas puses, un *Abadía Retuerta SA*, no otras puses, par šīs sabiedrības veikto apzīmējuma "El Pago de la Milla de Oro" izmantošanu komerciālos, pārdošanas sekmēšanas un reklāmas nolūkos attiecībā uz vīniem.

Atbilstošās tiesību normas

Savienības tiesības

3 Direktīvas 2008/95 3. panta "Iemesli atteikumam vai spēkā neesamībai" 1. un 3. punktā ir paredzēts:

"1. Nereģistrē vai piereģistrēšanas gadījumā pasludina par spēkā neesošiem:

[..]

b) preču zīmes, kam nav nekādas atšķirtspējas;

c) preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri var noderēt tirdzniecībā, lai apzīmētu preču veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi vai preču ražošanas vai pakalpojuma sniegšanas laiku, vai citas preču raksturīgas pazīmes;

[..]

3. Preču zīmei neatsaka reģistrāciju vai, ja tā ir reģistrēta, nepasludina to par spēkā neesošu saskaņā ar 1. punkta b), c) vai d) apakšpunktu, ja pirms reģistrācijas pieteikuma datuma un turpmākajā tās lietošanā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju. Ikviena dalībvalsts bez tam var paredzēt, ka šo normu piemēro arī tad, ja atšķirtspēja iegūta pēc reģistrācijas pieteikuma datuma vai pēc reģistrācijas datuma."

4 Saskaņā ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulas (EK) Nr. 207/2009 par [Eiropas Savienības] preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.) 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu nereģistrē preču zīmes, kam nav atšķirtspējas.

Spānijas tiesības

5 2001. gada 7. decembra *Ley 17/2001 de Marcas* (Likums 17/2001 par preču zīmēm) (2001. gada 8. decembra *BOE* Nr.°294, 45579. lpp.) 5. panta "Absolūti aizlieguma pamati" 1. punkta c) apakšpunktā ir noteikts:

"Nevar reģistrēt šādus apzīmējumus:

[..]

c) preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču vai pakalpojumu īpašības."

Pamatlieta un prejudiciālie jautājumi

6 *M. A. Benavente Cárdaba* un *R. Moreno Benavente* ir Spānijas preču zīmes "La Milla de Oro" īpašnieki, kas ir reģistrēta ar numuru 2841993, lai apzīmētu vīnus. Šī preču zīme tika piešķirta *J. Moreno Marín* ar *Oficina española de patentes y marcas* (Spānijas Patentu un preču zīmju birojs) 2009. gada 23. aprīļa lēmumu un pēc tam tā tika nodota *M. A. Benavente Cárdaba* un *R. Moreno Benavente*.

7 Prasītāji pamatlietā cēla prasību *Juzgado de lo Mercantil de Burgos* (Burgosas Komerctiesa, Spānija) pret *Abadía Retuerta*. Viņi būtībā tai pārmet apzīmējuma "El Pago de la Milla de Oro" izmantošanu uz tās ražoto vīnu etiķetēm, jo norādes "la Milla de Oro" izmantošana var izraisīt sajaukšanas iespēju patērētājiem starp precēm, ko pārdod *M. A. Benavente Cárdaba* un *R. Moreno Benavente*, un precēm, ko pārdod *Abadía Retuerta*. Ieinteresētās personas līdz ar to lūdza šo sabiedrību nekavējoties pārtraukt šīs norādes izmantošanu un to neizmantot arī turpmāk.

8 *Abadía Retuerta* cēla iebildumus pret šo prasību un iesniedza pretprasību, kurā lūdza atzīt par spēkā neesošu preču zīmi "La Milla de Oro". Tā tostarp apgalvo, ka šī preču zīme ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde un līdz ar to ir jāpiemēro Likuma 17/2001 5. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais absolūtais atteikuma pamats.

9 Ar 2014. gada 29. jūlija spriedumu *Juzgado de lo Mercantil de Burgos* (Burgosas Komerctiesa, Spānija) noraidīja prasību attiecībā uz pārkāpumu, kura tajā bija celta izskatīšanai pirmajā instancē, un apmierināja *Abadía Retuerta* pretprasību, konstatējot preču zīmes "La Milla de Oro" spēkā neesamību tādēļ, ka tā ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

10 Prasītāji pamatlietā pārsūdzēja šo spriedumu *Audiencia Provincial de Burgos* (Burgosas provinces tiesa, Spānija). Tie uzskata, ka apzīmējums "la Milla de Oro" ir nevis ģeogrāfiska norāde, bet gan izdomāts nosaukums, ar kuru, neietverot atsauci uz konkrētu ģeogrāfisku teritoriju, ir apzīmētas preces, kuras raksturo to piederība luksusa preču zīmju nozarei. Tādējādi vīnkopības nozarē "milla de oro" no Augšējās Duero (Spānija) ielejas pastāvot līdzās ar "milla de oro" no Riohas (Spānija). Šis apzīmējums tiekot arī izmantots ielas posma Madridē (Spānija) apzīmēšanai, kurā atrodas veikali, kuros tiek pārdotas vispāratzītas kvalitātes preču zīmju preces, un vēl citas ielas, kurā atrodas visievērojamākie šīs pilsētas muzeji, apzīmēšanai.

11 *Abadía Retuerta* uztur savu nostāju un apgalvo, ka apzīmējums "la Milla de Oro" vīnkopības nozarē bieži tiek izmantots, lai apzīmētu pavisam konkrētu ģeogrāfisku teritoriju, kurā gan prasītāji pamatlietā, gan *Abadía Retuerta* veic savu darbību, un šajā ziņā tas ir kvalificējams kā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

12 Iesniedzējtiesa norāda, ka šis apzīmējums šķietami nav ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, jo ar to nekādi netiek apzīmēta noteikta vieta vai topogrāfiska iezīme. Turklāt ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu gadījumā pastāvot vieta ar savu nosaukumu, kas vēlāk tiek izmantots, lai apzīmētu preces izcelsmi. Šajā gadījumā, tieši otrādi, minētais apzīmējums esot izveidots, lai apzīmētu noteiktu preču kategoriju, kuras visas jau atrodas noteiktā vietā.

13 Tomēr iesniedzējtiesa uzskata, ka apzīmējums "la Milla de Oro" vienmēr tiek saistīts ar konkrētu vietu, ko raksturo augstas kvalitātes preču atrašanās vienuviet lielā skaitā. Tāpat kā ģeogrāfisko norāžu gadījumos, kur preces noteikta raksturīpašība tiek saistīta ar attiecīgo vietu, šis apzīmējums tiekot saistīts ar attiecīgo vietu, ciktāl to raksturojot preču kvalitāte un to atrašanās vienuviet.

14 Šādos apstākļos *Audiencia Provincial de Burgos* (Burgosas provinces tiesa) nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai var uzskatīt, ka viens no Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta c) apakšpunktā noteiktajiem aizliegumiem ir aizliegums lietot apzīmējumu, kas attiecas uz tādu preču vai pakalpojumu īpašību, kurus lielā daudzumā var atrast vienā un tajā pašā vietā un kuriem piemīt augsta kvalitāte un vērtība?

2) Vai var uzskatīt, ka šo īpašību apzīmējums ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, ciktāl attiecīgās preces vai pakalpojumi vienmēr tiks koncentrēti konkrētā fiziskā telpā?"

Par prejudiciālajiem jautājumiem

Par otro jautājumu

15 Ar otro jautājumu, kas ir jāizskata vispirms, iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai tāds apzīmējums kā "la Milla de Oro", ar kuru tiek izdarīta atsauce uz tādas preces vai pakalpojuma raksturiezīmi, kas izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šādas augstas kvalitātes preces vai pakalpojumus, var tikt uzskatīts par ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, jo attiecīgās preces vai pakalpojumi atrodas vienuviet konkrētā fiziskā telpā.

16 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka Tiesa ir lēmusi, ka ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta c) apakšpunktu ir aizliegts reģistrēt ģeogrāfiskus nosaukumus kā preču zīmes, ja tie apzīmē noteiktas vietas, kas ieinteresēto personu skatījumā ir saistītas ar attiecīgo preču kategoriju, vai arī ir saprātīgi paredzams, ka šāda saikne varētu rasties nākotnē (šajā nozīmē skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 31. un 37. punkts).

17 Šajā lietā iesniedzējtiesa uzsver, ka apzīmējums "la Milla de Oro" pats par sevi vien nav pietiekams, lai apzīmētu precīzu un konkrētu ģeogrāfisku vietu, kam būtu piesaistīta attiecīgo vīnu izcelsme. No Tiesas rīcībā esošajiem lietas materiāliem izriet, ka vīnkopības nozarē apzīmējums "la Milla de Oro" Riberā del Duero (Spānija) pastāv kopā ar apzīmējumu "la Milla de Oro" Riohā. Luksuspreču nozarē, tiklīdz šis apzīmējums tiek saistīts ar Madrides pilsētu, ar to apzīmē šīs pilsētas kvartālu, kurā ir koncentrēti luksuspreču veikali, labi pazīstami juvelierizstrādājumu veikali, kā arī mākslas galerijas. "La Milla de Oro" Marbejā (Spānija) apzīmē šīs pilsētas kvartālu, kurā atrodas greznas ēkas, kā arī augstas klases restorāni, kuri piesaista bagātnieku un slavenību klientūru.

18 No tā izriet, ka apzīmējums "la Milla de Oro", pirmkārt, apzīmē ģeogrāfisku teritoriju, kura atšķiras atkarībā no ar to saistītā ģeogrāfiskās vietas nosaukuma, un, otrkārt, tas attiecas uz preču vai pakalpojumu noteiktu kvalitātes līmeni, kas atšķiras atkarībā no ģeogrāfiskās vietas nosaukuma, kam šis apzīmējums ir piesaistīts.

19 Līdz ar to attiecīgo preču vai pakalpojumu ģeogrāfiskās izcelsmes identificēšanai šis apzīmējums ir jāpapildina ar nosaukumu, ar ko apzīmē noteiktu ģeogrāfisko vietu, un šīs preces un pakalpojumus raksturo iespēja atrast lielā daudzumā šajā noteiktajā fiziskajā telpā augstas vērtības un kvalitātes preces un pakalpojumus.

20 No tā izriet, ka nav saiknes starp preci, uz ko attiecas šī lieta, proti, vīnu un ģeogrāfisko izcelsmi, kāda tiek piedēvēta apzīmējumam "la Milla de Oro", jo iespēja noteikt attiecīgo preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi tieši ir atkarīga no tās konkrētās ģeogrāfiskās vietas nosaukuma, ar ko šīs preces vai pakalpojumi tiek saistīti.

21 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, uz otro jautājumu ir jāatbild, ka tāds apzīmējums kā "la Milla de Oro", ar kuru tiek izdarīta atsauce uz tādu preces vai pakalpojuma raksturiezīmi, kas izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šādas augstas vērtības un kvalitātes preces vai pakalpojumus, nevar tikt uzskatīts par ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, jo šāds apzīmējums ir jāpapildina ar nosaukumu, ar ko apzīmē noteiktu ģeogrāfisko vietu, lai varētu identificēt fizisko telpu, kas tiek saistīta ar augstas vērtības un kvalitātes preču vai pakalpojumu atrašanos lielā daudzumā vienuviet.

Par pirmo jautājumu

22 Ar pirmo jautājumu iesniedzējtiesa būtībā jautā, vai Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tādam apzīmējumam kā "la Milla de Oro", ar kuru tiek izdarīta atsauce uz tādu preces vai pakalpojuma raksturiezīmi, kas izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šādas augstas vērtības un kvalitātes preces vai pakalpojumus, var piemist tādas raksturiezīmes, kuru izmantošana par preču zīmi būtu spēkā neesamības pamats šīs tiesību normas izpratnē.

23 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru ar šo tiesību normu ir noteikts vispārējo interešu mērķis, kas nozīmē, ka visi apzīmējumi vai norādes, ko var izmantot, lai norādītu uz preču vai pakalpojumu, attiecībā uz ko tiek lūgta reģistrācija, raksturiezīmēm, tiek atstāti brīvai izmantošanai visiem uzņēmumiem, lai tie varētu tos izmantot, aprakstīdami šīs pašas viņu pašu preču raksturiezīmes. Preču zīmes, ko veido tikai šādi apzīmējumi vai norādes, tātad nevar reģistrēt izņemot, ja piemēro Direktīvas 2008/95 3. panta 3. punktu (spriedums, 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 54. un 55. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra).

24 Turklāt Tiesa ir lēmusi arī to, ka, ja preču zīmes reģistrācija joprojām tiek lūgta attiecībā uz reģistrācijas pieteikumā minētajām precēm vai pakalpojumiem, jautājums, vai uz preču zīmi attiecas Direktīvas 2008/95 3. pantā minētie reģistrācijas atteikuma pamati, ir jānovērtē, pirmkārt, saistībā ar šīm precēm vai pakalpojumiem un, otrkārt, saistībā ar atbilstošās sabiedrības daļas uztveri attiecībā uz tiem. Šis vērtējums ir jāizdara *in concreto*, ņemot vērā visus atbilstošos faktus un apstākļus (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2003. gada 8. aprīlis, *Linde* u.c., no C-53/01 līdz C-55/01, EU:C:2003:206, 75. punkts, kā arī 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 33. un 34. punkts).

25 Šajā lietā iesniedzējtiesai, veicot *in concreto* pārbaudi par visiem atbilstošajiem faktiem un apstākļiem, būs jānosaka, vai apzīmējumu "la Milla de Oro" atbilstošā publikas daļa var uztvert kā tādas preces kā, piemēram, vīns raksturiezīmi aprakstošu, kas izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šāda veida augstas vērtības un kvalitātes preci.

26 Turklāt, pieņemot, ka iesniedzējtiesa uzskatītu, ka tāds apzīmējums kā pamatlietā nav iepriekš minēto raksturiezīmi aprakstošs, tai būs jāpārbauda, vai minētajam apzīmējumam piemīt atšķirtspēja. Kā zināms, saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta b) apakšpunktu nereģistrē vai piereģistrēšanas gadījumā pasludina par spēkā neesošām preču zīmes, kam nav nekādas atšķirtspējas.

27 Šajā ziņā ir svarīgi atgādināt, ka no pastāvīgās judikatūras attiecībā uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, kurā ir pārņemts Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta b) apakšpunkta teksts, izriet, ka preču zīmes atšķirtspēja minētās regulas 7. panta izpratnē nozīmē, ka šī preču zīme ļauj identificēt preci, attiecībā uz kuru ir pieteikta reģistrācija, kā tādu, kas nāk no konkrēta uzņēmuma, un tādējādi atšķirt šo preci no citu uzņēmumu precēm (spriedums, 2010. gada 21. janvāris, *AUDI*/ITSB, C-398/08 P, EU:C:2010:29, 33. punkts un tajā minētā judikatūra).

28 Tādu preču zīmju reģistrācija, kas sastāv no apzīmējumiem vai norādēm, kuri turklāt tiek izmantoti kā reklāmas saukļi, kvalitātes norādes vai izteikumi, kas mudina iegādāties ar šīm preču zīmēm aptvertās preces vai pakalpojumus, šādas izmantošanas dēļ pati par sevi nav izslēdzama. Lai novērtētu šādu preču zīmju atšķirtspēju, tām nav piemērojami striktāki kritēriji nekā tie, kas ir piemērojami citiem apzīmējumiem (spriedums, 2012. gada 12. jūlijs, *Smart Technologies*/ITSB, C-311/11 P, EU:C:2012:460, 25. punkts un tajā minētā judikatūra).

29 Šajā ziņā Tiesa ir uzsvērusi, ka vārdiskas preču zīmes cildinošā pieskaņa neizslēdz, ka preču zīme tomēr varētu būt piemērota, lai patērētājiem garantētu ar to aptverto preču vai pakalpojumu izcelsmi. Tātad konkrētā sabiedrības daļa šādu preču zīmi var vienlaicīgi uztvert kā reklāmas formulējumu un preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes norādi. No tā izriet, ka, ciktāl šī sabiedrības daļa preču zīmi uztver kā šīs izcelsmes norādi, tas, ka tā vienlaicīgi vai pat pirmām kārtām tiek uztverta kā reklāmas formula, tās atšķirtspēju neietekmē (spriedums, 2010. gada 21. janvāris, *AUDI*/ITSB, C-398/08 P, EU:C:2010:29, 45. punkts, un rīkojums, 2014. gada 12. jūnijs, *Delphi Technologies*/ITSB, C-448/13 P, nav publicēts, EU:C:2014:1746, 36. punkts).

30 Līdz ar to pamatlietas apstākļos iesniedzējtiesai būs visu atbilstošo faktu un apstākļu gaismā jāpārbauda, vai apzīmējumu "la Milla de Oro", ciktāl tas nav tādu preces vai pakalpojuma raksturiezīmi aprakstošs, kura izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šāda veida augstas vērtības un kvalitātes preci vai pakalpojumu, attiecīgā sabiedrības daļa uztver kā reklāmas saukli vai tekstu, kas var būt attiecīgās preces vai pakalpojuma komerciālās izcelsmes norāde.

31 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, uz pirmo jautājumu ir jāatbild, ka Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tādam apzīmējumam kā "la Milla de Oro", ar kuru tiek izdarīta atsauce uz tādu preces vai pakalpojuma raksturiezīmi, kas izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šādas augstas vērtības un kvalitātes preces vai pakalpojumus, var nepiemist tādas raksturiezīmes, kuru izmantošana par preču zīmi būtu spēkā neesamības pamats šīs tiesību normas izpratnē.

Par tiesāšanās izdevumiem

32 Attiecībā uz pamatlietas pusēm šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto pušu izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (desmitā palāta) nospriež:

1) tāds apzīmējums kā "la Milla de Oro", ar kuru tiek izdarīta atsauce uz tādu preces vai pakalpojuma raksturiezīmi, kas izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šādas augstas vērtības un kvalitātes preces vai pakalpojumus, nevar tikt uzskatīts par ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, jo šāds apzīmējums ir jāpapildina ar nosaukumu, ar ko apzīmē noteiktu ģeogrāfisko vietu, lai varētu identificēt fizisko telpu, kas tiek saistīta ar augstas vērtības un kvalitātes preču vai pakalpojumu atrašanos lielā daudzumā vienuviet;

2) Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvas 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 3. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tādam apzīmējumam kā "la Milla de Oro", ar kuru tiek izdarīta atsauce uz tādu preces vai pakalpojuma raksturiezīmi, kas izpaužas kā iespēja atrast lielā daudzumā vienuviet šādas augstas vērtības un kvalitātes preces vai pakalpojumus, var nepiemist tādas raksturiezīmes, kuru izmantošana par preču zīmi būtu spēkā neesamības pamats šīs tiesību normas izpratnē.

[Paraksti]