PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (piektā palāta)

2009. gada 14. maijā *

Lieta T-165/06

Elio Fiorucci, ar dzīvesvietu Milānā (Itālija), ko pārstāv A. Vandzeti [*A. Vanzetti*], Dž. Sironi [*G. Sironi*] un F. Rosi [*F. Rossi*], advokāti,

prasītājs,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv O. Montalto [*O. Montalto*] un L. Rampini [*L. Rampini*], pārstāvji,

atbildētājs,

otra procesa ITSB Apelāciju padomē dalībniece un persona, kas iestājusies lietā Pirmās instances tiesā, —

* Tiesvedības valoda — itāļu.

Edwin Co. Ltd, Tokija (Japāna), ko pārstāv D. Rigati [*D. Rigatti*], M. Bertani [*M. Bertani*], S. Verē [*S. Verea*], K. Muraro [*K. Muraro*] un M. Balestrjero [*M. Balestriero*], advokāti,

par prasību par ITSB Apelāciju pirmās padomes 2006. gada 6. aprīļa lēmumu lietā R 238/2005-1 attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas un atcelšanas procesu starp *Elio Fiorucci* un *Edwin Co. Ltd*.

EIROPAS KOPIENU
PIRMĀS INSTANCES TIESA (piektā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Vilars [*M. Vilaras*], tiesneši M. Preks [*M. Prek*] un V. M. Čuke [*V. M. Ciucă*] (referents),

sekretārs H. Palasio Gonsaless [*J. Palacio González*], galvenais administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2006. gada 19. jūnijā,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2006. gada 1. decembrī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kurš Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2006. gada 6. decembrī,

pēc 2008. gada 5. novembra tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

1 Prasītājs — stilists Elio Fjoruči [*Elio Fiorucci*] — 70. gados Itālijā ieguva zināmu popularitāti. Sakarā ar finanšu problēmām 80. gados viņa sabiedrībai *Fiorucci SpA* tika piemērota tiesas uzraudzībā veicamas sanācijas procedūra.

2 1990. gada 21. decembrī *Fiorucci* saskaņā ar līgumu atsavināja par labu personai, kas iestājusies lietā, — multinacionālai Japānas korporācijai *Edwin Co. Ltd*, visa sava "radošā īpašuma" kopumu. Līguma 1. pantā bija paredzēts:

"Sabiedrība *Fiorucci* atsavina, pārdod un nodod sabiedrībai *Edwin* [..], kas attiecīgi iegūst:

— i) visas sabiedrībai *Fiorucci* piederošās preču zīmes, kas reģistrētas jebkurā vietā vai pieteiktas reģistrācijai jebkurā pasaules daļā, un visus patentus, dekoratīvus un lietišķus dizainparaugus un visus citus atšķirtspējīgos apzīmējumus, kas uzskaitīti šā līguma pielikumā zem burtiem A, A1-A2 un A3 (Itālijā reģistrētās preču zīmes ir iekļautas A sarakstā; ārvalstīs reģistrētās preču zīmes ir iekļautas A1 sarakstā; Itālijas patenti ir iekļauti A2 sarakstā un ārvalstu patenti — A3 sarakstā);

— ii) visus spēkā esošos līgumus par preču zīmēm un iespējamiem citiem atšķirtspējīgiem apzīmējumiem, tostarp licences līgumus par šo preču zīmju izmantošanu;

— iii) visus *Fiorucci* dizainparaugu uz papīra arhīvus, krāsainas afišas, kolekcijas, audumu paraugus, skatlogu afišas, reklāmas palīgmateriālus, sabiedrības *Fiorucci* radīto apģērbu kolekciju paraugus, fotogrāfijas (zinātība ["know-how"]);

— iv) visas tiesības ekskluzīvā veidā izmantoto apzīmējumu "FIORUCCI", ekskluzīvā veidā ražot un tirgot apģērbus un citus izstrādājumus, kas apzīmēti ar "FIORUCCI"."

3 Vairāku gadu laikā prasītājs turpināja sadarboties ar personu, kas iestājusies lietā.

4 1997. gada 23. decembrī persona, kas iestājusies lietā, Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) iesniedza Kopienas vārdiskas preču zīmes "ELIO FIORUCCI" reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz virkni preču, kas ietilpst 3., 18. un 25. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām.

5 ITSB iereģistrēja vārdisko preču zīmi "ELIO FIORUCCI" 1999. gada 6. aprīlī un to publicēja 1999. gada 17. maija *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetena*] Nr. 39/1999.

6 2003. gada 3. februārī prasītājs iesniedza pieteikumu par šīs preču zīmes atcelšanu un spēkā neesamības atzīšanu atbilstoši grozītās Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) 50. panta 1. punkta c) apakšpunktam un 52. panta 2. punkta a) apakšpunktam.

7 Ar 2004. gada 23. decembra lēmumu ITSB Anulēšanas nodaļa apmierināja pieteikumu par preču zīmes "ELIO FIORUCCI" atzīšanu par spēkā neesošu Regulas Nr. 40/94 52. panta 2. punkta pārkāpuma dēļ, neuzskatot par nepieciešamu lemt par pieteikumu par šīs preču zīmes atcelšanu.

8 Anulēšanas nodaļa uzskatīja, ka bija piemērojams *Legge Marchi* (Itālijas Preču zīmju likums) 21. panta 3. punkts (tagad — *Codice della Proprietà Industriale* (Itālijas Rūpnieciskā īpašuma kodekss) 8. panta 3. punkts), un anulēja attiecīgās preču zīmes reģistrāciju, jo tika pierādīta vārda *Elio Fiorucci* atpazīstamība un netika iesniegti pierādījumi par skaidru, noteiktu un nepārprotamu piekrišanu šā vārda reģistrācijai par Kopienas preču zīmi. Uzskatot, ka šis iemesls vien izraisa preču zīmes spēkā neesamību, Anulēšanas nodaļa secināja, kas nav jāpārbauda prasītāja izvirzītie pamati atcelšanai.

9 Persona, kas iestājusies lietā, ITSB Apelāciju padomei iesniedza apelācijas sūdzību, lūdzot — pēc apstrīdētā lēmuma grozīšanas — noraidīt pieteikumu par konkrētās preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu un atstāt spēkā reģistrāciju.

10 Ar 2006. gada 6. aprīļa lēmumu (turpmāk tekstā — "apstrīdētais lēmums") ITSB Apelāciju pirmā padome apmierināja personas, kas iestājusies lietā, apelācijas sūdzību un atcēla Anulēšanas nodaļas lēmumu, secinot, ka Regulas Nr. 40/94 52. panta 2. punktā paredzētais relatīvais pamatojums atzīšanai par spēkā neesošu nebija piemērojams aplūkojamajā gadījumā, kurš nebija viens no gadījumiem, uz kuriem attiecas valsts tiesības (*Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkts). Apelāciju padome noraidīja arī prasītāja iesniegto attiecīgās preču zīmes atcelšanas pieteikumu, kas pamatots ar Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu.

11 It īpaši Apelāciju padome ir precizējusi, ka *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkta jēga ir novērst, ka trešās personas izmanto slavenās personas vārdu komerciālā nolūkā. Apelāciju padome uzskata, ka šī norma tika pieņemta, lai aizsargātu vārda, kas kļuvis slavens nozarēs, kuras nav komerciālas pašas par sevi (piemēram, mākslas, politikas, sporta joma utt.), komerciālo potenciālu. Apelāciju padome ir norādījusi, ka pēc tās rīcībā esošās informācijas nepastāv judikatūra šajā jautājumā, bet šķiet, ka saskaņā ar "labāko Itālijas doktrīnu" minētās normas jēga pazūd gadījumā, ja šis komerciālais potenciāls jau ir bijis plaši izmantots. Apelāciju padome atzīmēja, ka aplūkojamajā lietā vārda *Elio Fiorucci* atpazīstamība Itālijas sabiedrībā tomēr nevarētu būt rezultāts, kas izriet no sākotnējās izmantošanas nekomerciālajā jomā. Gluži otrādi, Apelāciju padome uzskata, ka, ņemot vērā procesuālos dokumentus un paša prasītāja argumentus, *Elio Fiorucci* kā kultūras cilvēka atpazīstamība bija tiešais rezultāts, kas izrietēja no *Elio Fiorucci* atpazīstamības stilista statusā un tātad no viņa komercdarbības. Iepriekš minēto iemeslu dēļ Apelāciju padome uzskatīja, ka īpašnieka veiktā vārda *Elio Fiorucci* reģistrācija par Kopienas preču zīmi nav viens no tiem gadījumiem, kas paredzēti minētajā valsts tiesību normā, un līdz ar to Regulas Nr. 40/94 52. panta 2. punktā paredzētais nosacījums par spēkā neesamību nav ievērots.

12 Saistībā ar atcelšanas pieteikumu, kas iesniegts atbilstoši Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunktam, Apelāciju padome ir precizējusi, ka šīs normas jēga ir aizsargāt sabiedrības uzticību attiecībā uz preces atbilstību saistībā ar informāciju, kas ietverta preču zīmē pēc tās reģistrācijas. Līdz ar to Apelāciju padome uzskatīja, ka, lai šī norma būtu piemērojama, ir jābūt izpildītiem diviem nosacījumiem:

— pirmais nosacījums ir tas, ka preču zīmē ir ietverta informācija par preces būtību, kvalitāti, ģeogrāfisko izcelsmi vai — kā aplūkojamajā gadījumā — stilistisko autorību;

— otrais nosacījums ir tas, ka preču zīmes izmantošanā ir jābūt noteiktam kontrastam starp minēto informāciju un ar sabiedrībai uzrādīto preču zīmi apzīmētās preces īpašībām.

13 Aplūkojamajā gadījumā Apelāciju padome uzskatīja, ka pirmais no šiem diviem nosacījumiem nav izpildīts, un tāpēc nav iespējams pārbaudīt otrā nosacījuma izpildi. Tā ir konstatējusi, ka attiecīgajā preču zīmē nav ietverta jebkāda informācija par attiecīgo preču ģeogrāfisko izcelsmi, būtību, kvalitāti vai pat stilistisko autorību. Apelāciju padome ir uzsvērusi, ka sabiedrība ar preču zīmi, ko veido personvārds, apzīmētās preces ne vienmēr saista ar attiecīgo fizisko personu. Tā ir precizējusi, ka tas notiek tāpēc, ka sabiedrība apzinās, ka personvārdus bieži vien izmanto kā preču zīmes, lai gan tas nenozīmē, ka minētie personvārdi atbilst reālajai personai. Turklāt Apelāciju padome ir norādījusi, ka prasītājs, ar 1990. gada atsavināšanu, bija atteicies no visām attiecīgās izmantošanas tiesībām gan attiecībā uz preču zīmi "FIORUCCI", gan attiecībā uz preču zīmi "ELIO FIORUCCI". Tā ir uzskatījusi, ka atšķirība starp šīm divām preču zīmēm esot mākslīga un ka starp preču zīmi "FIORUCCI" un personvārdu — faktisko atšķirtspējīgo apzīmējumu — pastāv pilnīga identifikācija.

14 Saistībā ar otro atcelšanas pamatojumu, ko izvirzījis prasītājs, proti, par ar preču zīmi "ELIO FIORUCCI" apzīmēto preču kvalitātes pazemināšanos, Apelāciju padome ir izslēgusi Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētā atcelšanas pamatojuma piemērošanu. Tā norādīja, ka šī norma aizsargā nevis preču kvalitāti abstraktā ziņā, bet gan sabiedrības uzticību attiecībā uz konkrētām preču īpašībām, ko sola preču zīme. Aplūkojamajā lietā Apelāciju padome ir uzskatījusi, ka preču zīme "ELIO FIORUCCI", kas vienkārši atveido personvārdu, nesniedz nekādas norādes uz kādām noteiktām kvalitātes īpašībām un ka līdz ar to tā nevar maldināt sabiedrību.

Lietas dalībnieku prasījumi

15 Prasītāja prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— galvenokārt, atcelt apstrīdēto lēmumu un atzīt Kopienas preču zīmi "ELIO FIORUCCI" par spēkā neesošu;

— pakārtoti, paziņot par Kopienas preču zīmes "ELIO FIORUCCI" atcelšanu;

— piespriest ITSB un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

16 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

17 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— vispirms atzīt par nepieņemamiem:

a) prasītāja prasījumu atcelt apstrīdēto lēmumu, ciktāl ar to ir noraidīts pieteikums par Kopienas preču zīmes "ELIO FIORUCCI" atcelšanu,

b) prasītāja prasījumu par atcelšanu sakarā ar attiecīgās preču zīmes maldinošu izmantošanu,

c) prasītāja prasījumu par attiecīgās preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu saistībā ar maldinošu raksturu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē;

— noraidīt visus prasītāja prasījumus kā nepamatotus no faktiskā un juridiskā viedokļa;

— piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

Par pieņemamību

18 Persona, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka apstrīdot apstrīdētā lēmuma daļu, kas attiecas uz atcelšanas pieteikumu, prasītājs nav norādījis, kā izpaužas apgalvotais Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpums, ko esot izdarījusi Apelāciju padome. Persona, kas iestājusies lietā, atzīmē, ka prasītājs nav norādījis uz kļūdu šīs tiesību normas interpretācijā vai piemērošanā, bet gan drīzāk sūdzas par šīs normas piemērošanas apstrīdētajā lēmumā rezultātu. Persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka vienīgais prasītāja celtās prasības mērķis ir panākt, ka Pirmās instances tiesa veic lietas faktisko apstākļu jaunu pārbaudi, ar to aizstājot ITSB Apelāciju padomes veikto pārbaudi. Taču šī prasība ir iesniegta tiesai, kuras kompetencē saskaņā ar Regulas

Nr. 40/94 63. panta 1. punktu ir tikai pārbaudīt apstrīdētā lēmuma tiesiskumu. Ar to pietiek, lai secinātu, ka prasītāja prasījums par attiecīgās preču zīmes atcelšanu ir noraidāms kā nepieņemams.

19 Turklāt persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka prasības pamati attiecībā uz apgalvoto attiecīgās preču zīmes spēkā neesamību, kas saistīti ar šīs preču zīmes novatorisma neesamību un maldinošu raksturu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē, kā arī ar ļaunprātīgu rīcību, iesniedzot minētās preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, Regulas Nr. 40/94 51. panta 1. punkta izpratnē, ir jauni pamati, kas nebija procesa ITSB priekšmets un kas līdz ar to ir jānoraida.

20 Visbeidzot, persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka vairāki dokumenti, ko prasītājs pievienojis prasības pieteikumam 2006. gada 19. jūnijā, šķiet esam jauni, jo tie nekad nav bijuši iesniegti procesā ITSB, tostarp A36, A37, no A39 līdz A59, no A74 līdz A94, no A103 līdz A106, A116 un A117 pielikums. Persona, kas iestājusies lietā, atgādina, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru lietas dalībnieki nedrīkst iesniegt Pirmās instances tiesā jaunus dokumentus, kas kā tādi ir uzskatāmi par nepieņemamiem.

21 Ir jāatgādina, ka Pirmās instances tiesā celtās prasības mērķis ir pārbaudīt ITSB apelāciju padomju lēmumu tiesiskumu Regulas Nr. 40/94 63. panta izpratnē (Pirmās instances tiesas 2003. gada 6. marta spriedums lietā T-128/01 *DaimlerChrysler*/ITSB (Radiatora režģis), *Recueil*, II-701. lpp., 18. punkts; 2003. gada 3. jūlija spriedums lietā T-129/01 *Alejandro*/ITSB — *Anheuser-Busch* ("BUDMEN"), *Recueil*, II-2251. lpp., 67. punkts, un 2003. gada 22. oktobra spriedums lietā T-311/01 *Éditions Albert René*/ ITSB — *Trucco* ("Starix"), *Recueil*, II-4625. lpp., 70. punkts). Proti, lai gan saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 63. panta 3. punkta tekstu Pirmās instances tiesai ir "piekritība anulēt vai grozīt apstrīdēto lēmumu" [Pirmās instances tiesas kompetencē ir atcelt vai grozīt apstrīdēto lēmumu], šis punkts ir jālasa, ņemot vērā iepriekšējo punktu, saskaņā ar kuru "prasību var celt, pamatojoties uz nekompetenci [kompetences neesamību], būtisku procesuālu pārkāpumu, Līguma vai šīs regulas pārkāpumu vai kāda tiesību akta pārkāpumu saistībā ar to piemērošanu, vai pilnvaru pārsniegšanu", kā arī ievērojot EKL 229. un 230. pantu. Pirmās instances tiesas veiktajai Apelāciju padomes lēmuma tiesiskuma pārbaudei tādējādi ir jāattiecas uz tiesību jautājumiem, kas tikuši izvirzīti Apelāciju padomē (Pirmās instances tiesas 2005. gada 31. maija spriedums lietā T-373/03 *Solo Italia*/ITSB — *Nuova Sala* ("PARMITALIA"), Krājums, II-1881. lpp., 25. punkts).

22 Tādējādi Pirmās instances tiesa nevar izskatīt tai iesniegtus jaunus pamatus vai atkārtoti pārbaudīt faktiskus apstākļus, ņemot vērā pierādījumus, kas pirmo reizi ir iesniegti Pirmās instances tiesā. Šo jauno pamatu izskatīšana un šo pierādījumu pieļaušana būtu pretrunā Pirmās instances tiesas Reglamenta 135. panta 4. punktam, saskaņā ar kuru lietas dalībnieki procesuālajos rakstos nevar mainīt Apelāciju padomē izskatītā strīda priekšmetu. Tādējādi pamati un pierādījumi, kas pirmo reizi ir iesniegti Pirmās instances tiesā, ir jāatzīst par nepieņemamiem un nav jāpārbauda (šajā sakarā skat. Tiesas 2007. gada 13. marta spriedumu lietā C-29/05 P ITSB/*Kaul*, Krājums, I-2213. lpp., 54. punkts, un Pirmās instances tiesas 2007. gada 23. maija spriedumu lietā T-342/05 *Henkel*/ITSB — *SERCA* ("COR"), Krājumā nav publicēts, 31. punkts).

23 Izskatāmajā lietā saistībā ar pirmo personas, kas iestājusies lietā, izvirzīto nepieņemamības pamatojumu ir jāatzīmē, ka prasītājs skaidri norāda, ka Apelāciju padome esot pārkāpusi Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunktu, un tātad izvirza vienu no Regulas Nr. 40/94 63. panta 2. punktā paredzētajiem pamatiem. Līdz ar to personas, kas iestājusies lietā, prasījums par otrā prasības pamata nepieņemamību ir jānoraida.

24 Saistībā ar pārējiem personas, kas iestājusies lietā, izvirzītajiem nepieņemamības pamatojumiem no lietas materiāliem izriet — kā uz to pareizi norādījusi persona, kas iestājusies lietā —, ka tie prasības pamati attiecībā uz apgalvoto attiecīgās preču zīmes spēkā neesamību, kas saistīti ar šīs preču zīmes novatorisma neesamību un maldinošu raksturu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē, kā arī ar ļaunprātīgu rīcību, iesniedzot minētās preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, Regulas Nr. 40/94 51. panta 1. punkta izpratnē, ir jauni pamati, kas nebija procesa ITSB Apelāciju padomē priekšmets un kas līdz ar to ir jāatzīst par nepieņemamiem.

25 Tātad vienīgie pamati, kas Pirmās instances tiesai ir iesniegti likumīgi, ir pamati saistībā ar Regulas Nr. 40/94 52. panta 2. punkta a) apakšpunkta un 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu, proti, attiecīgi spēkā neesamība tiesību uz vārdu vai nosaukumu aizskaršanas gadījumā un atcelšana maldinošās izmantošanas dēļ.

26 Turklāt ir arī jānorāda, ka daži no dokumentiem, ko prasītājs pievienojis savam prasības pieteikumam, proti, A36, A37, no A39 līdz A59, no A74 līdz A94, no A103 līdz A106, A116 un A117 pielikumā, nav tikuši iesniegti procesā ITSB un līdz ar to atbilstoši šā sprieduma 22. punktā minētajai judikatūrai arī nav pieņemami.

Par lietas būtību

27 Savas prasības pamatojumam prasītājs būtībā izvirza divus pamatus, kas attiecīgi saistīti ar Regulas Nr. 40/94 52. panta 2. punkta a) apakšpunkta pārkāpumu un šīs pašas regulas 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu. Pirmās instances tiesa uzskata par nepieciešamu pirmkārt izskatīt otro pamatu.

Par otro pamatu, kas saistīts ar Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu

28 Prasītājs būtībā uzskata, ka Apelāciju padome esot kļūdaini secinājusi, ka aplūkojamajā gadījumā nebija izpildīti Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas nosacījumi. Prasītājs norāda, pirmkārt, ka preču zīme "ELIO FIORUCCI" pati par sevi var maldināt sabiedrību attiecībā uz ar šo preču zīmi aptverto preču stilistisko autorību. Otrkārt, personas, kas iestājusies lietā, veiktā minētās preču zīmes izmantošana arī varēja maldināt sabiedrību.

29 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, atbalsta Apelāciju padomes nostāju un norāda, pirmkārt, ka attiecīgā preču zīme neesot maldinoša pati par sevi, jo patērētāji apzinās, ka dizainera un preču zīmes ar tādu pašu nosaukumu nošķiršana notiek diezgan bieži, un

vidusmēra patērētājs nevar tikt maldināts ar preču zīmes īpašnieka maiņu un, otrkārt, ka prasītājs neesot pierādījis jebkādu preču zīmes, ko viņš prasa atcelt, maldinošu izmantošanu.

30 Pirmkārt, saistībā ar prasītāja argumentu, ka preču zīme "ELIO FIORUCCI" pati par sevi var maldināt sabiedrību, jo prasītājs nav veidojis dizainu ar to apzīmētajām precēm, ir jānorāda, ka šis arguments ir noraidīts apstrīdētā lēmuma 53. un 54. punktā — Apelāciju padome uzskatīja, ka no preču zīmes un personvārda identiskuma vien nevar secināt, ka konkrētā sabiedrība domās, ka persona, kuras personvārds veido preču zīmi, ir veidojis dizainu precēm, uz kurām ir šī preču zīme. Apelāciju padome uzskatīja, ka preču zīmju, ko veido personvārds, izmantošana ir plaši izplatīta prakse visās komercnozarēs un konkrētā sabiedrība labi zina, ka ne vienmēr katrai preču zīmei, ko veido personvārds, ir stilists ar to pašu vārdu.

31 Šie apsvērumi ir jāapstiprina.

32 Šajā sakarā vispirms ir jānorāda, ka Tiesa ir identificējusi preču zīmes pamata funkciju, kas ir garantēt patērētājam vai gala lietotājam ar preču zīmi apzīmētās preces vai pakalpojuma izcelsmes identitāti, tam ļaujot atšķirt šo preci vai pakalpojumu no precēm un pakalpojumiem ar citādu izcelsmi bez iespējas tos sajaukt. Lai preču zīme varētu pildīt šo lomu — būt pamata elements netraucētas konkurences sistēmā, kuru Līgums paredz iedibināt un saglabāt —, tai jāgarantē, ka visas preces vai pakalpojumi, ko ar to apzīmē, ir ražoti vai piegādāti viena uzņēmuma kontrolē, kurš var būt uzskatāms par atbildīgu par to kvalitāti (Tiesas 2002. gada 12. novembra spriedums lietā C-206/01 *Arsenal Football Club*, *Recueil*, I-10273. lpp., 48. punkts).

33 Turklāt saistībā ar atcelšanas nosacījumiem, kas paredzēti Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), 12. panta 2. punkta b) apakšpunktā, kura normatīvais saturs būtībā ir identisks Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta saturam, Tiesa ir nospriedusi, ka preču zīmes, kas atbilst ar šo preču zīmi apzīmēto preču radītāja un pirmā ražotāja vārdam, īpašnieka tiesības nevar atcelt tikai šīs vienas īpatnības dēļ, pamatojot ar to, ka minētā preču zīme radītu sabiedrībai maldīgu priekšstatu, tostarp gadījumā, ja ar šo preču zīmi saistītie klienti ir tikuši nodoti kopā ar uzņēmumu, kas ražo ar to apzīmētās preces (Tiesas 2006. gada 30. marta spriedums lietā C-259/04 *Emanuel*, Krājums, I-3089. lpp., 53. punkts). Šis secinājums ir pamatots ar to, ka vidusmēra patērētājam nepastāv faktiska maldīšanās vai pietiekami būtiska maldīšanās iespēja. Lai gan vidusmēra patērētājs varētu tikt ietekmēts savā iepirkšanās procesā, iegādājoties attiecīgo preci, jo iedomājas, ka persona, kuras vārdam atbilst preču zīme, ir piedalījusies šīs preces radīšanā, minētās preces raksturīgās pazīmes un īpašības nodrošina uzņēmums, kas ir preču zīmes īpašnieks (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Emanuel*, 47. un 48. punkts).

34 Tāpat ir jāuzskata, ka preču zīmes, kas atbilst ar šo preču zīmi apzīmēto preču radītāja un pirmā ražotāja vārdam un uzvārdam, īpašnieka tiesības nevar atcelt tikai šīs vienas īpatnības dēļ, pamatojot ar to, ka minētā preču zīme radītu sabiedrībai maldinošu priekšstatu, gadījumā, ja šis īpašnieks ar atsavināšanas aktu ir likumīgi iegādājies preču zīmi, ko veido tikai radītāja uzvārds, kā arī visu uzņēmuma, kas ražo ar to apzīmētās preces, radošo īpašumu.

35 Tā kā tas tā faktiski ir aplūkojamajā gadījumā, ir jānoraida arguments, ka preču zīme "ELIO FIORUCCI" pati par sevi varot maldināt sabiedrību par preces, kas ar to ir apzīmēta, izcelsmi Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

36 Otrkārt, saistībā ar argumentiem par apgalvoto preču zīmes "ELIO FIORUCCI" maldinošu izmantošanu, kuras dēļ sabiedrība tiek maldināta attiecībā uz produktu stilistisko autorību un kas līdz ar to esot maldināšana, kam jāizraisa preču zīmes "ELIO

FIORUCCI" atcelšana saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunktu, ir jānorāda, ka šā panta piemērojamība ir pakārtota preču zīmes maldinošai izmantošanai pēc tās reģistrācijas. Prasītājam ir pienācīgi jāpierāda šāda maldinoša izmantošana.

37 Tomēr — kā uz to pareizi norāda ITSB un persona, kas iestājusies lietā, — nav ticis sniegts neviens pierādījums par jebkādu personas, kas iestājusies lietā, veikto preču zīmes "ELIO FIORUCCI" izmantošanu pēc tās reģistrācijas. Ja nav šāda pierādījuma, nevar runāt par izmantošanu, kas varētu maldināt sabiedrību Regulas Nr. 40/94 50. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē. Šajos apstākļos, tā kā šis pamats nav pamatots, tas ir jānoraida.

Par pirmo pamatu, kas saistīts ar Regulas Nr. 40/94 52. panta 2. punkta a) apakšpunkta pārkāpumu

38 Prasītājs, pirmkārt, norāda, ka Apelāciju padome esot sajaukusi un salikusi kopā jautājumu par tiesībām uz preču zīmi "FIORUCCI", kas tikusi nodota, un jautājumu par tiesībām uz preču zīmi, ko veido *Elio Fiorucci* vārds, kas nekad nav bijis nodots, un, otrkārt, apstrīd Apelāciju padomes apgalvojumu, ka *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkts, kurā ir paredzēts, ka plaši pazīstama vārda reģistrācija par preču zīmi ir rezervēta tā īpašniekam, ir piemērojams tikai gadījumiem, kad atpazīstamības izcelsme ir atrodama nekomerciālajā jomā. Viņš uzskata, ka šim apgalvojumam nav nekāda pamata Itālijas tiesībās un ka katrā ziņā prasītājs bija ļoti plaši pazīstams arī nekomerciālajā jomā.

39 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka šis pamats ir noraidāms. Tie cita starpā norāda, ka *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkta piemērošana ir jāizslēdz tāpēc, ka šīs normas jēga ir aizsargāt slavenā vārda kā atšķirtspējīgā

apzīmējuma komerciālo potenciālu, nevis vārdu, kas jau ticis komerciāli izmantots un kas jau ir aizsargāts saskaņā ar Itālijas tiesībām. *Elio Fiorucci* atpazīstamības sākotnējā izcelsme ir atrodama komerciālajā jomā. Pakārtoti, ITSB un persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka pat gadījumā, ja šis strīds būtu jāatrisina, piemērojot *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktu, nebūtu iespējams no tā izsecināt Kopienas preču zīmes "ELIO FIORUCCI" spēka neesamību. Šajā sakarā tie apgalvo, ka no nodošanas līguma izriet, ka tas attiecās uz visām preču zīmēm un visiem atšķirtspējīgiem apzīmējumiem, un ka tātad būtu loģiski uzskatīt, ka tas attiecās arī uz faktisko preču zīmi "ELIO FIORUCCI".

40 Pirmās instances tiesa atgādina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 52. panta 2. punktu:

"Kopienas preču zīmi arī paziņo [atzīst] par spēkā neesošu, ja par to iesniegts pieteikums Birojam, vai arī pamatojoties uz pretprasību pārkāpumu tiesvedībā, ja šādas preču zīmes izmantošanu var aizliegt atbilstoši citām agrākām tiesībām, un jo īpaši:

a) tiesībām uz [vārdu vai] nosaukumu;

[..]

saskaņā ar Kopienas tiesību aktiem vai valsts tiesību aktiem, kas reglamentē aizsardzību."

41 Tātad saskaņā ar šo normu ITSB var atzīt Kopienas preču zīmi par spēkā neesošu pēc ieinteresētās personas pieteikuma, ja tās izmantošanu var aizliegt tostarp atbilstoši ar valsts tiesībām aizsargātām tiesībām uz vārdu.

42 Saskaņā ar *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktu:

"Tikai īpašnieks vai ar tā piekrišanu vai ar 1. punktā minēto subjektu piekrišanu var reģistrēt kā preču zīmi šādus objektus, ja tie ir plaši pazīstami: cilvēka vārdus, apzīmējumus, kas izmantojami mākslas, literatūras, zinātnes, politikas vai sporta jomā, pasākumu un bezpeļņas organizāciju un apvienību nosaukumus un saīsinātus nosaukumus, kā arī tiem raksturīgas emblēmas."

43 Ir jānorāda, ka aplūkojamajā gadījumā Apelāciju padome ir atteikusies piemērot *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktu, pamatojoties būtībā uz to, ka šī norma esot piemērojama tikai tad, ja personvārda atpazīstamību radījusi "sākotnējā izmantošana ārpus tirgus esošajā jomā", kas nebija gadījums attiecībā uz prasītāja personvārdu (apstrīdētā lēmuma 44. punkts).

44 Apelāciju padome ir uzskatījusi, ka šāda minētās normas interpretācija ir attaisnota ar tās mērķi, kas ir novērst, ka trešās personas izmanto slavenās personas vārdu komerciālā nolūkā (apstrīdētā lēmuma 31. punkts). Apelāciju padome norādīja, ka šī norma pieļauj kontrolēto — t.i., pakļauto attiecīgās personas piekrišanai — personvārda "migrāciju" "no jomas (politika, sports utt.), kurā līdz šim tas ir bijis plaši pazīstams, uz tīri komerciālo jomu" (apstrīdētā lēmuma 32. punkts).

45 Apelāciju padome ir piebildusi, ka gadījumā, ja attiecīgā personība, lai gan tā ir slavena, ir jau pazīstama plašā sabiedrībā kā komerciālā preču zīme vai "faktiska atšķirtspējīga preču zīme", šī "migrācija" ir jau konkretizējusies un līdz ar to *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkts nav piemērojams (apstrīdētā lēmuma 33. punkts).

46 Tajā pat laikā konstatējot, ka vispār nav tiesu prakses par *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkta interpretāciju, Apelāciju padome ir uzskatījusi, ka rakstveida avoti, kas attiecas uz daļu no Itālijas doktrīnas un kurus tā ir citējusi apstrīdētā lēmuma 41.–43. punktā, atbalsta tās interpretāciju attiecībā uz šo normu.

47 Šajā sakarā ir jānorāda, ka gan Kopienu tiesībās, gan Itālijas tiesībās personvārdi var veidot preču zīmes (attiecībā uz Kopienas preču zīmēm skat. Regulas Nr. 40/94 4. pantu un Direktīvas 89/104 2. pantu un attiecībā uz Itālijas preču zīmēm — *Codice della Proprietà Industriale* 7. pantu un 8. panta 2. punktu).

48 Tomēr preču zīmei, ko veido personvārds, — kā ar to apzīmēto preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes norādei — ir funkcija, kas atšķiras no personas vārda kā tāda funkcijas, kura ir identificēt konkrēto personu.

49 Līdz ar to Apelāciju padomes secinājums, ka personas vārds, kas ieguvis atpazīstamību šīs personas veiktās komercdarbības dēļ, varot tikt aizsargāts tikai kā plaši pazīstama preču zīme, nevis saskaņā ar tiesībām uz vārdu atbilstoši *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktam, ir jānoraida.

50 Pirmkārt, ir jākonstatē, ka Apelāciju padomes izmantoto *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkta interpretāciju neapstiprina teksts šajā tiesību normā, kas attiecas uz plaši pazīstamo personu vārdiem — bez atšķirības atkarībā no jomas, kurā šī atpazīstamība tikusi iegūta.

51 Turklāt, tā kā *Codice della Proprietà Industriale* nav noteikts, kādas jomas var uzskatīt par "ārpus tirgus" esošām, gadījumā, ja attiecīgās normas piemērošana tiktu padarīta atkarīga no šā jēdziena, kas nav precīzi definēts, tas radītu neskaidrību vai pat apjukumu un varētu izraisīt ļoti lielas atšķirības faktiskajā piemērošanā.

52 Kaut arī dažas jomas, tādas kā politika vai reliģija, neapšaubāmi var tikt uzskatītas par "ārpus tirgus" esošām, tomēr atbilde uz jautājumu, vai citas jomas ietilpst tirgus jomā, nemaz nav tik skaidra. Šajā sakarā pietiek norādīt, ka "slavenais filmu režisors", kā arī "populārais futbolists", kas kā piemēri minēti apstrīdētā lēmuma 32. punktā, parasti iegūst ievērojamus finanšu ieņēmumus no savām darbībām attiecīgajās jomās. Līdz ar to varētu pamatoti apgalvot, ka šīs personas ieguvušas savu atpazīstamību jomā, kas nav "ārpus tirgus", un ka tādējādi — pretēji Apelāciju padomes viedoklim — uz viņiem arī neattiecas attiecīgā Itālijas tiesību norma.

53 Otrkārt, pretēji tam, ko liek saprast Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 33. punktā, pat gadījumā, ja plaši pazīstamās personas vārds jau ticis reģistrēts vai izmantots kā faktiskā preču zīme, aizsardzība, kas piešķirta ar *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktu, nemaz nav lieka vai bezjēdzīga.

54 Ir jāatgādina, ka preču zīmes reģistrē un aizsargā attiecībā uz konkrētām precēm vai pakalpojumiem. Lai gan ir tiesa, ka pastāv tādas tiesību normas kā Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punkts un Direktīvas 89/104 4. panta 3. punkts, kas ļauj agrākas preču zīmes īpašniekam novērst citas identiskas vai līdzīgas preču zīmes reģistrāciju pat attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas nav identiski vai vispār nav līdzīgi precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas šī agrākā preču zīme, tomēr šo tiesību normu piemērošana ir pakļauta virknei nosacījumu. Nevar prezumēt, ka šie nosacījumi būs izpildīti visos gadījumos.

55 Līdz ar to nevar izslēgt, ka plaši pazīstamas personas vārds, kas reģistrēts vai izmantots kā preču zīme attiecībā uz noteiktām precēm vai pakalpojumiem, varētu tikt pieteikts jaunai reģistrācijai attiecībā uz citām precēm vai pakalpojumiem, kuri nekādā ziņā nav līdzīgi tiem, uz kuriem attiecas agrāka reģistrācija. Tādējādi Apelāciju padome ir kļūdaini uzskatījusi, ka, tiklīdz plaši pazīstamas personas vārds ir reģistrēts vai izmantots kā preču zīme, tā "migrācija" uz preču zīmju jomu ir jau konkretizējusies.

56 Turklāt ir jākonstatē, ka *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktā attiecībā uz tā piemērošanu ir paredzēts tikai viens nosacījums par attiecīgās personas vārda atpazīstamību. Tā kā ar šo tiesību normu personām, kuru vārds kļuva plaši pazīstams, ir piešķirta plašākā aizsardzība ar mazāk stingriem nosacījumiem, nav iemesla, kas attaisnotu tās piemērošanas izslēgšanu gadījumos, kad plaši pazīstamas personas vārds ir reģistrēts vai izmantots kā preču zīme.

57 Treškārt, izvilkumi no rakstveida avotiem, kas attiecas uz daļu no Itālijas doktrīnas un kas ir citēti apstrīdētā lēmuma 41.–43. punktā, arī neļauj secināt, ka *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punkta interpretācija, ko Apelāciju padome izmantojusi apstrīdētajā lēmumā, ir pareiza.

58 Piemēram, Vanceti [*Vanzetti*], kas ir viens no apstrīdētā lēmuma 41. punktā citētās grāmatas autoriem — kopā ar Di Kataldo [*Di Cataldo*] —, piedalījās tiesas sēdē kā prasītāja advokāts un paziņoja, ka Apelāciju padomes pieņemtā ideja nekādā ziņā neizriet no tā, ko viņš bija rakstījis attiecīgajā grāmatā, par ko ir izdarīta atzīme tiesas sēdes protokolā.

59 Rikolfi [*Ricolfi*], kas citēts apstrīdētā lēmuma 42. punktā, atbilstoši tam, ko norādījusi Apelāciju padome, runā par "[personvārda] atpazīstamību, kas izriet no sākotnējās izmantošanas, kurai ļoti bieži nav komerciāla rakstura", kas nemaz neizslēdz atpazīstamību, kura izrietētu no "komerciālās" izmantošanas, pat ja tā notiek retāk.

60 Vienīgi Amendola [*Amendola*], kas citēts apstrīdētā lēmuma 43. punktā, norāda uz izmantošanu "jomā ārpus tirgus", tomēr skaidri nesecinot, ka uz *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktu nevar atsaukties, lai aizsargātu personvārdu, kuras atpazīstamība nav tikusi iegūta šādā jomā. Katrā ziņā, ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, Pirmās instances tiesa nevar, pamatojoties tikai uz šā vienīgā autora viedokli, pakļaut attiecīgās tiesību normas piemērošanu nosacījumam, kas neizriet no tās teksta.

61 No tā izriet, ka Apelāciju padome ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, interpretējot *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktu. Šīs kļūdas dēļ tika nepareizi liegts piemērot šo tiesību normu attiecībā uz prasītāja vārdu, kaut arī ir skaidrs, ka runa ir par plaši pazīstamas personas vārdu.

62 Turklāt, pat ja pieņemtu, ka Apelāciju padomes izmantotā attiecīgās tiesību normas interpretācija būtu pareiza, ir arī skaidrs, ka prasītājs ir plaši pazīstams arī jomā "ārpus tirgus" saistībā ar viņa darbībām mākslas, kultūras, ekoloģijas un bērnu aizsardzības jomā.

63 Pat ja vārda *Elio Fiorucci* nekomerciālā atpazīstamība tiek uzskatīta par vēlāku vai izrietošu no tā atpazīstamības komerciālajā nozarē, šis apstāklis vien neliedz šai nekomerciālajai atpazīstamībai aizsardzību saskaņā ar *Codice della Proprietà Industriale* 8. panta 3. punktu.

64 Saistībā ar argumentiem, kurus pakārtoti izvirzījuši ITSB un persona, kas iestājusies lietā, un saskaņā ar kuriem būtībā preču zīme "ELIO FIORUCCI" bija iekļauta nodošanas procesā, prasītājam nododot personai, kas iestājusies lietā, visas preču zīmes un visus atšķirtspējīgos apzīmējumus, pietiek norādīt, ka Apelāciju padome nav noraidījusi pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu šā iemesla dēļ.

65 Kā atgādināts šā sprieduma 21. punktā, Pirmās instances tiesa veic ITSB instanču pieņemto lēmumu tiesiskuma pārbaudi un nekādā gadījumā nedrīkst kompetentās ITSB instances, kas ir apstrīdētā akta autors, pamatojumu aizstāt ar savu pamatojumu (šajā sakarā skat. Tiesas 2000. gada 27. janvāra spriedumu lietā C-164/98 P *DIR International Film* u.c./Komisija, *Recueil*, I-447. lpp., 38. punkts). Līdz ar to argumenti, ko pakārtoti izvirzījuši ITSB un persona, kas iestājusies lietā, ir jānoraida kā tādi, kuriem nav nozīmes.

66 No visa iepriekš minētā izriet, ka pirmais pamats ir jānoraida un ka tātad apstrīdētais lēmums ir jāatceļ.

67 Visbeidzot, saistībā ar prasītāja prasījumu atzīt preču zīmi "ELIO FIORUCCI" par spēkā neesošu, ir jānorāda, ka prasītājs būtībā lūdz Pirmās instances tiesu pieņemt lēmumu, kas būtu jāpieņem ITSB, proti, lēmumu, ar kuru attiecīgā preču zīme tiktu atzīta par spēkā neesošu. Līdz ar to ir jāsecina, ka prasītājs ar šo viņa pirmā prasījuma daļu lūdz grozīt apstrīdēto lēmumu (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2006. gada 4. oktobra spriedumu lietā T-188/04 *Freixenet*/ITSB (Melna, slīpēta, matēta stikla pudeles forma), Krājumā nav publicēts, 16. un 17. punkts). Tomēr, tā kā ITSB un persona, kas iestājusies lietā, izvirzīja pret prasītāja prasījumu par attiecīgās preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu argumentus, ko Apelāciju padome nebija pārbaudījusi (skat. šā sprieduma 64. punktu), nav jāizskata prasītāja prasījums par apstrīdētā lēmuma grozīšanu, jo tas būtībā nozīmētu ITSB administratīvo un izmeklēšanas uzdevumu veikšanu un tātad būtu pretrunā institucionālajam līdzsvaram, kas ir kompetences sadalījuma starp ITSB un Pirmās instances tiesu principa pamatā (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā "Melna, slīpēta, matēta stikla pudeles forma", 47. punkts).

Par tiesāšanās izdevumiem

68 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Turklāt atbilstoši šim pašam pantam, ja spriedums nav labvēlīgs vairākiem lietas dalībniekiem, Pirmās instances tiesa lemj par tiesāšanās izdevumu sadali.

69 Tā kā ITSB un personai, kas iestājusies lietā, spriedums nav labvēlīgs, tiem jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar prasītāja prasījumiem.

70 Šajos apstākļos ITSB papildus saviem izdevumiem jāpiespriež atlīdzināt divas trešdaļas prasītāja tiesāšanās izdevumu un personai, kas iestājusies lietā, papildus saviem izdevumiem jāpiespriež atlīdzināt vienu trešdaļu prasītāja tiesāšanās izdevumu.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (piektā palāta)

nospriež:

1) **atcelt Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) Apelāciju pirmās padomes 2006. gada 6. aprīļa lēmumu lietā R 238/2005-1, ciktāl tajā ir pieļauta kļūda tiesību piemērošanā, interpretējot *Codice della Proprietà Industriale* (Itālijas Rūpnieciskā īpašuma kodekss) 8. panta 3. punktu;**

2) **pārējā daļā prasību noraidīt;**

3) **ITSB sedz savus, kā arī atlīdzina divas trešdaļas Elio Fjoruči tiesāšanās izdevumu;**

4) *Edwin Co. Ltd* sedz savus, kā arī atlīdzina vienu trešdaļu Elio Fjoruči tiesāšanās izdevumu.

Vilaras Prek Ciucă

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2009. gada 14. maijā.

[Paraksti]