ĢENERĀLADVOKĀTES JULIANAS KOKOTES [*JULIANE KOKOTT*] SECINĀJUMI,

sniegti 2008. gada 3. decembrī [1]

I — Ievads

1. Izskatāmajā lietā pirmoreiz ir radies jautājums par licences līguma ietekmi uz tiesību izmantošanu. Jāizvērtē, kādā mērā preču zīmes īpašnieks var iebilst pret to, ka nocenotu preču tirgotājs pārdod ar preču zīmi apzīmētas preces "lētāk par sākotnējo cenu", lai gan licences līgumā licenciātam nepārprotami ir aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājiem. It īpaši jānoskaidro, vai un kādos apstākļos ekskluzīvas luksusa preces reputāciju var uzskatīt par kvalitātes kritēriju.

II — Atbilstošās tiesību normas

2. Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmā direktīva 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm [2], saskaņo preču zīmju tiesisko regulējumu dalībvalstīs.

3. 7. pantā ir regulēta preču zīmes piešķirto tiesību izmantošana:

"1) Preču zīme nedod īpašniekam tiesības aizliegt tās lietošanu attiecībā uz precēm, ko laidis Kopienas tirgū, izmantojot šo preču zīmi, īpašnieks vai kas laistas Kopienas tirgū ar īpašnieka piekrišanu.

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

4. 8. pantā ir noteikta licencēšanas ietekme uz preču zīmju lietošanu:

"1) Preču zīmi var licencēt dažām vai visām precēm vai pakalpojumiem, kam tā ir reģistrēta, un attiecībā uz visu attiecīgo dalībvalsti

1 — Oriģinālvaloda — vācu.

2 — OV L 104, 1. lpp., pēdējo reizi grozīta ar Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu XVII pielikumu, OV L 1, 482. lpp.

vai tās daļu. Licence var būt izņēmuma licence vai vienkārša.

2) Preču zīmes īpašnieks var izmantot šīs preču zīmes piešķirtās tiesības pret licenciātu, kurš pārkāpj jebkuru sava licences līguma noteikumu attiecībā uz licences ilgumu, reģistrācijā norādīto formu, kādā preču zīmi var izmantot, preču vai pakalpojumu, kam licence piešķirta, jomu, teritoriju, kurā preču zīmi var piestiprināt, vai licenciāta ražoto preču vai sniegto pakalpojumu kvalitāti."

III — Fakti, pamata lieta un prejudiciālie jautājumi

5. 2000. gada 17. maijā sabiedrība *Christian Dior couture SA* (turpmāk tekstā — "*Dior*") ar sabiedrību *Société industrielle de lingerie* (turpmāk tekstā — "*SIL*") noslēdza preču zīmes licences līgumu par sieviešu galantērijas preču ar preču zīmi *Dior* ražošanu un izplatīšanu. Līguma 8.2 punkta 5. apakšpunktā ir noteikts, ka, "lai saglabātu preču zīmes atpazīstamības pakāpi un reputāciju, licenciāts apņemas nepārdot vairumtirgotājiem, kooperatīviem, nocenotu preču tirgotājiem, izplatīšanas sabiedrībām, kas pārdod pa pastu vai "pie durvīm", bez licences devēja iepriekšējas rakstveida piekrišanas. Licenciātam jāveic viss nepieciešamais, lai šo noteikumu ievērotu tā izplatītāji un mazumtirgotāji."

6. No lietas materiāliem izriet, ka 2001. gada 14. novembrī pret *SIL* tika ierosināts maksātnespējas process.

7. Pēc tam *SIL* pārdeva sabiedrībai *Copad International* (turpmāk tekstā — "*Copad*"), kas ir nocenotu preču tirgotāja, preces ar preču zīmi, uz kuru attiecas licences līgums. Daļu preču *Copad* pārdeva trešai personai. *Dior* uzsāka tiesvedību pret *SIL* un *Copad* par preču zīmes nelikumīgu izmantošanu.

8. *Cour d'appel de Paris* [Parīzes Apelācijas tiesa] ir nospriedusi, ka, veicot pārdošanu *Copad*, *SIL* nav pārkāpusi tiesību aktus par preču zīmēm. Tomēr tā ir atzinusi, ka šādā pārdošanā netiek izsmeltas *Dior* tiesības uz šo preču zīmi. Tā kā *Dior* var turpināt izmantot šīs preču zīmes piešķirtās tiesības, *Cour d'appel* ir noteikusi aizlieguma, konfiskācijas un iznīcināšanas pasākumus pret *Copad*.

9. *Copad* un *Dior* pārsūdzēja šo spriedumu *Cour de Cassation* [Kasācijas tiesā]. Tā uzdod Eiropas Kopienu Tiesai šādus jautājumus par Kopienu tiesību interpretāciju:

"1) Vai Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 8. panta 2. punkts ir

jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var izmantot šīs preču zīmes piešķirtās tiesības pret licenciātu, kurš pārkāpj licences līguma noteikumu, ar kuru preču zīmes prestiža dēļ ir aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājiem?

2) Vai šīs direktīvas 7. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, ja licenciāts laiž tirgū Eiropas Ekonomikas zonā preces ar preču zīmi, pārkāpjot licences līguma noteikumu, ar kuru preču zīmes prestiža dēļ ir aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājiem, tad tas tiek darīts bez preču zemes īpašnieka piekrišanas?

3) Ja atbilde ir noraidoša, vai īpašnieks var atsaukties uz šādu noteikumu, lai iebilstu pret šo preču turpmāku tirdzniecību, pamatojoties uz minētās direktīvas 7. panta 2. punktu?"

10. Rakstveida procesā un 2008. gada 19. novembra tiesas sēdē piedalījās *Copad*, *Dior*, Francijas Republika un Komisija.

IV — Juridiskais vērtējums

11. Pamata lietā pretēji viedokļi ir trim lietas dalībniekiem. Daļēji starp viņiem ir noslēgti līgumi. *Dior* ir noslēgusi licences līgumu ar *SIL*, savukārt *SIL* ir pārdevusi preces *Copad*. Tomēr lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu priekšmets nav prasījumi, kas izriet no šo lietas dalībnieku starpā noslēgtajiem līgumiem, bet gan tiesības, kas piešķirtas ar *Dior* piederošo preču zīmi. Turklāt pirmais jautājums ir par tādiem *Dior* prasījumiem pret *SIL*, kas izriet no tiesību aktiem par preču zīmēm, turpretī otrais un trešais jautājums ir par šādiem prasījumiem pret *Copad*.

12. Būtībā atbilde ir atkarīga no tā, kā licences līgums ietekmē preču zīmes piešķirtās tiesības. No šāda viedokļa attiecīgās tiesību normas, proti, Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktu, 7. panta 1. punktu un 7. panta 2. punktu, nedrīkst izvērtēt un interpretēt izolēti. Drīzāk jāņem vērā, ka preču zīmes īpašnieka tiesības, kas tam piešķirtas ar preču zīmi, sabiedrības interesēs nedrīkst būt plašākas par licenciāta tiesībām.

A — *Par pirmo jautājumu*

13. Uzdodot pirmo jautājumu, *Cour de Cassation* vēlas noskaidrot, vai, pārdodot preces *Copad, SIL* ir pārkāpusi *Dior* tiesības, kas tai piešķirtas ar preču zīmi.

14. Pirmajā mirklī nav saskatāma interese izvirzīt prasījumus, kas izriet no tiesību aktiem par preču zīmēm, jo acīmredzami ir pārkāpts licences līgums. Iespējams, prasījumi, kas izriet no līguma, licenciāta maksātnespējas procesā tomēr nesniedz apmierinošu aizsardzību.

15. Tiesības, ko piešķir preču zīme, izriet no Direktīvas 89/104 5. panta. Šī tiesību norma nodrošina preču zīmes īpašniekam ekskluzīvas tiesības, kuras tam cita starpā dod tiesības aizliegt trešām personām ievest, piedāvāt, laist tirgu vai izmantot minētajiem mērķiem preces, kas apzīmētas ar viņa preču zīmi [3].

16. Pēc sava rakstura licences līgums atļauj licenciātam lietot preču zīmi līgumā noteiktajā veidā. Varētu pieņemt, ka, ja licenciāts izmanto preču zīmi, pārkāpjot licences līgumu, licences devējs savukārt var neierobežoti izmantot savas preču zīmes piešķirtās tiesības.

17. Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktā ir minēti iespējamie licences līguma noteikumu pārkāpumi, kuru dēļ preču zīmes īpašnieks var izmantot šīs preču zīmes piešķirtās tiesības pret licenciātu:

"Preču zīmes īpašnieks var izmantot šīs preču zīmes piešķirtās tiesības pret licenciātu, kurš pārkāpj jebkuru sava licences līguma noteikumu attiecībā uz licences ilgumu, reģistrācijā norādīto formu, kādā preču zīmi var izmantot, preču vai pakalpojumu, kam licence piešķirta, jomu, teritoriju, kurā preču zīmi var piestiprināt, vai licenciāta ražoto preču vai sniegto pakalpojumu kvalitāti."

3 — 2004. gada 30. novembra spriedums lietā C-16/03 *Peak Holding* (Krājums, I-11313. lpp., 34. punkts).

18. Lietas dalībnieki gan vienbalsīgi atzīst, ka neviens no šiem noteikumiem nepārprotami neietver aizliegumu pārdot nocenotu preču tirgotājiem. Tomēr *Dior* piedāvā neuzskatīt šo noteikumu sarakstu par galīgu vai attiecīgi ietvert pārdošanas aizliegumu kādā no minētajiem noteikumiem.

19. Principā *Dior* prasa plaši interpretēt Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktu, lai aizsargātu intelektuālo īpašumu, kas jāizmanto saskaņā ar licences līgumu. Šīs tiesību normas teksts ir orientēts uz to, ka runa ir par "jebkuru licences līguma noteikuma" pārkāpumu, kura dēļ ir atļauts izmantot preču zīmes piešķirtās tiesības. Par saraksta nepilnīgumu principā liecina tas, ka nav minēta tādu preču daudzuma pārsniegšana, kuras drīkst apzīmēt ar preču zīmi un izplatīt.

20. Iespējams, ar šo argumentu *Dior* vēlējās norādīt, ka daudzuma ierobežojumiem licences līgumā katrā ziņā būtu jābūt iedarbīgiem tiesību aktu par preču zīmēm kontekstā. Tomēr šāds uzskats, kuram nav neviena pierādījuma Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkta tekstā, nav obligāts [4]. Galu galā tas šajā lietā arī nav jāizvērtē.

21. Turklāt *Dior* argumenti kopumā pamatojas uz nepilnīgi norādītu Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkta tekstu. Kā pareizi norāda *Copad*, Francija un Komisija, atsevišķu noteikumu uzskaitījums nav formulēts kā piemērs. Līdz ar to 8. panta 2. punktā preču zīmes īpašniekam tieši nav atļauts izmantot preču zīmes piešķirtās tiesības jebkura licences līguma pārkāpuma gadījumā. Tieši pretēji — tas attiecas tikai uz nepārprotami minētiem pārkāpumiem.

22. Līdz ar to jāpārbauda, vai kāds no Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktā minētajiem noteikumiem neietver pārdošanas aizliegumu.

23. Pirmkārt, *Dior* uzskata, ka aizliegumu pārdot nocenotu preču tirgotājiem var ietvert noteikumā par teritoriju, kurā var piestiprināt preču zīmi. Šis gadījums paredz, ka licenciātam tiek piešķirtas izplatīšanas tiesības noteiktās teritorijās. Atļauja tirgot vienīgi noteiktās vietās ir tikai īpašs piemērošanas gadījums.

4 — Komisijas šajā sakarā minētais 1999. gada 1. jūlija spriedums lietā C-173/98 *Sebago* un *Maison Dubois* (*Recueil*, I-4103. lpp.) neattiecas uz Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkta interpretāciju, bet gan uz 7. panta 1. punkta interpretāciju.

24. Tomēr jau sākotnēji šis uzskats ir nepareizs. Direktīvas 8. panta 2. punkts neattiecas uz jebkuru preču zīmes izmantošanas teritoriālu ierobežojumu pārkāpumu, bet gan — kā uzsver Komisija — ietver tikai gadījumus, kad tiek pārkāpti noteikumi par teritoriju, kurā var *piestiprināt* preču zīmi. Tomēr šajā lietā nevar secināt, ka *SIL* precēm ir *piestiprinājusi* preču zīmi ārpus teritorijas, kura šim nolūkam ir paredzēta licences līgumā.

25. Otrkārt, *Dior* un, iespējams, arī *Cour de Cassation* pārdošanas aizliegumu saista ar noteikumu par licenciāta ražoto preču vai sniegto pakalpojumu kvalitāti. Tas ir nākamais no Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktā minētajiem noteikumiem, kuru pārkāpumu rezultātā var izmantot preču zīmes piešķirtās tiesības.

26. Kā pamatoti norāda *Copad* un pretēji *Dior* apgalvojumam, preču pārdošanu nevar uzskatīt par pakalpojumu šajā nozīmē. Pakalpojuma kvalitātei nozīme ir tikai tad, ja licences līgums attiecas uz pakalpojuma sniegšanu [5]. Turpretī strīdīgais pārdošanas aizliegums attiecas uz precēm, kuras ir apzīmētas ar preču zīmi.

27. Šīs hipotēzes piesaistes faktors drīzāk ir apstāklis, ka *Dior* preču zīme tiek saistīta ar luksusa precēm, kuras parasti neizplata nocenotu preču tirgotāji. Tas nozīmē, ka šis izplatīšanas veids var radīt šaubas par preces kā luksusa preces īpašībām un ietekmēt tās kvalitāti.

28. Jēdziena "kvalitāte" lietošana Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktā atgādina par preču zīmes galveno funkciju. Preču zīmei jāgarantē, ka visas preces vai pakalpojumi, ko ar to apzīmē, ir ražoti vai sniegti viena uzņēmuma kontrolē, kurš ir atbildīgs par to kvalitāti [6].

29. Līdz ar to Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkta mērķis ir dot iespēju preču zīmes īpašniekam nodrošināt ar viņa preču zīmi apzīmēto preču kvalitāti. Līdz ar to, kā pareizi norāda Komisija, runa ir par gadījumu, ja licenciāts ar preču zīmi apzīmētu citas preces, nekā ir noteikts licences līgumā.

30. Atsauce uz ražošanu liecina par to, ka preču kvalitāte ir attiecināma tikai uz īpašībām, kuras preces iegūst ražošanas procesā.

5 — Kā, piemēram, 2005. gada 7. jūlija spriedumā lietā C-418/02 *Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte* (Krājums, I-5873. lpp.).

6 — 1990. gada 17. oktobra spriedums lietā C-10/89 *HAG GF* (*Recueil*, I-3711. lpp., 13. punkts); 1997. gada 11. novembra spriedums lietā C-349/95 *Loendersloot* (*Recueil*, I-6227. lpp., 22. punkts); 1998. gada 29. septembra spriedums lietā C-39/97 *Canon* (*Recueil*, I-5507. lpp., 28. punkts); 2002. gada 18. jūnija spriedums lietā C-299/99 *Philips* (*Recueil*, I-5475. lpp., 30. punkts).

No šāda viedokļa izskatāmā licences līguma jomā varētu domāt, piemēram, par zemas kvalitātes audumu izmantošanu. Turpretī būtu izslēgtas īpašības, kas izriet vienīgi no izplatīšanas veidiem.

31. Tomēr luksusa un prestižām precēm būtisks kritērijs, kas nosaka to kvalitāti Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkta nozīmē, parasti ir arī preces reputācija. Neņemot vērā pārējās preces īpašības, kaitējums preču zīmes reputācijai var izraisīt to, ka šīs preces vairs netiek uzskatītas par luksusa vai prestižām precēm. Līdz ar to šai preču grupai izplatīšanas veidi, kas ietekmē to reputāciju, vienlaikus var radīt šaubas par to kvalitāti.

32. Tomēr katrā ziņā ne jebkura iespējamā ietekme uz preču zīmes reputāciju vienlaikus var radīt šaubas par tādas preces kvalitāti, kuru raksturo tās reputācija. Proti, izplatīšanas veids, kādā prece tika pārdota, parasti vēlāk nav vairs nosakāms [7]. Līdz ar to izplatīšanas veids, kurš neattiecas uz kādu preces eksemplāru, šī eksemplāra kvalitāti var ietekmēt tikai tad, ja tas vienādi ietekmē *visu* ar šo preču zīmi apzīmēto eksemplāru reputāciju.

33. Tā *Dior* preču zīmes reputāciju, iespējams, būtiski ietekmētu tas, ka ar šo preču zīmi apzīmētās preces masveidā par zemām cenām piedāvātu daudzi nocenotu preču tirgotāji, it īpaši, ja tiktu veikti arī attiecīgi reklāmas pasākumi. Patērētājiem var rasties iespaids, ka ar šo preču zīmi apzīmētās preces vairs nav tik ekskluzīvas kā agrāk. Turpretī, ja tikai atsevišķos gadījumos šādas preces nonāk pie nocenotu preču tirgotājiem, tas varbūt pat nemaz neietekmētu preces reputāciju.

34. Kā principā liecina turpmākie apsvērumi par Direktīvas 7. panta 2. punktu, tikai atbilstoši šai preces kvalitātes jēdziena plašajai izpratnei preču zīmes īpašnieks nevar izmantot pret trešo personu plašākas preču zīmes piešķirtās tiesības kā pret licenciātu. Citiem vārdiem sakot, ar 7. panta 2. punktu var pamatot prasījumus, kas izriet no tiesību aktiem par preču zīmēm, lai iebilstu pret preču tirdzniecību, ja tā rada būtisku kaitējumu preču zīmes reputācijai [8].

35. Līdz ar to tas, vai un kādā mērā noteikts izplatīšanas veids, it īpaši aplūkojamā izplatīšana pie nocenotu preču tirgotājiem, faktiski ietekmē preces reputāciju un vienlaikus arī kvalitāti, ir faktu jautājums. Šis jautājums, ņemot vērā attiecīgās lietas apstākļus, jāizvērtē piekritīgai valsts tiesai.

7 — Citādi tas ir precēm, kuras ir īpaši atzīmētas, piemēram, pircēju nepieprasītām grāmatām.

8 — Skat. turpmāk 59. un 60. punktu.

36. Licences līgumā noteiktajam aizliegumam ar preču zīmi apzīmētas preces pārdot noteiktiem tālākpārdevējiem šajā faktu analīzē ir tikai ierobežota nozīme. Būtībā šis aizliegums liecina par to, ka, noslēdzot licences līgumu, līgumslēdzējas puses uzskatīja, ka izplatīšanas veids ir būtisks preces prestižam. Tomēr strīda gadījumā jāpārbauda sīkāk, kādā mērā šis novērtējums ir atbilstīgs.

37. Līdz ar to Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkts jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var izmantot šīs preču zīmes piešķirtās tiesības pret licenciātu, kurš pārkāpj licences līguma noteikumu, ar kuru ir aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājiem, ja šī pārdošana ietekmē preces prestižu tik ļoti, ka rodas šaubas par tās kvalitāti.

B — *Par otro jautājumu*

38. Otrais jautājums attiecas uz preču zīmes piešķirto tiesību iespējamu izsmelšanu. *Cour de Cassation* vēlas zināt, vai Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, ja licenciāts laiž tirgū Eiropas Ekonomikas zonā preces ar preču zīmi, pārkāpjot licences līguma noteikumu, ar kuru preču zīmes prestiža dēļ ir aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājiem, tad tas tiek darīts bez preču zemes īpašnieka piekrišanas.

39. Šajā sakarā vispirms jāatgādina, ka Direktīvas 89/104 5. pants preču zīmes īpašniekam piešķir ekskluzīvas tiesības, kas tam ļauj *inter alia* aizliegt visām trešām personām importēt preces ar viņa preču zīmi, piedāvāt šīs preces, laist tās tirgū vai veidot uzkrājumus šiem nolūkiem. Direktīvas 7. panta 1. punkts paredz šī noteikuma izņēmumu, nosakot, ka preču zīmes īpašnieka tiesības ir izsmeltas, ja viņš preces laidis tirgū EEZ vai tas noticis ar viņa piekrišanu [9].

40. Vispirms *Dior* pareizi secina, ka ar licences līgumu par to, kā *SIL* drīkst izmantot preču zīmi, preces vēl nav laistas tirgū. Tieši pretēji — šis līgums regulē to, kādā veidā *SIL* drīkst laist preces tirgū. Tiesības var būt izsmeltas tikai attiecībā uz tiem preču eksemplāriem, kuri faktiski ir laisti tirgū. Taču laikā, kad tika noslēgts licences līgums, šādu eksemplāru vēl nebija. Līdz ar to licences līgums pats par sevi vēl neietekmē preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšanu.

41. Šajā lietā precu zīmes piešķirtās tiesības varētu būt izsmeltas tāpēc, ka *SIL* ir pārdevusi strīdīgās preces *Copad*. Citiem vārdiem sakot, preču zīmes īpašniece *Dior* licences līgumā ir piekritusi, ka *SIL* izplata šīs preces [10].

9 — Skat. 2001. gada 20. novembra spriedumu apvienotajās lietās no C-414/99 līdz C-416/99 *Zino Davidoff* un *Levi Strauss* (*Recueil*, I-8691. lpp., 40. punkts); 2003. gada 8. aprīļa spriedumu lietā C-244/00 *Van Doren + Q* (*Recueil*, I-3051. lpp., 33. punkts) un iepriekš 4. zemsvītras piezīmē minēto spriedumu lietā *Peak Holding*, 34. punkts.

10 — Tā 1994. gada 22. jūnija spriedumā lietā C-9/93 *IHT Internationale Heiztechnik* un *Danzinger/Ideal Standard* (*Recueil*, I-2789. lpp., 34. punkts) ir minēts gadījums, ka preču zīmes piešķirtās tiesības ir izsmeltas, ja licenciāts laiž preces tirgū.

42. Tomēr licences līgumā nepārprotami ir aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājam. Līdz ar to *Dior* un Francijas valdība secina, ka līgumā izteiktā piekrišana izplatīt preces neietver pārdošanu *Copad*. Šajā gadījumā preces tika laistas tirgū bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas un līdz ar to šīs preču zīmes piešķirtās tiesības vēl nav izsmeltas.

43. Šo secinājumu atbalsta spriedums apvienotajās lietās *Zino Davidoff* un *Levi Strauss*. Ņemot vērā piekrišanas seku nozīmīgumu, proti, preču zīmes īpašnieka ekskluzīvo tiesību (tiesību kontrolēt pirmo laišanu tirgū) izsmelšanu attiecībā uz preču zīmēm, par kurām notiek pamata prāva, ir jāatzīst, ka piekrišanai jātiek izteiktai tādā veidā, ka ir nepārprotami parādīta griba atteikties no šīm tiesībām. Šāda griba parasti izriet no tiešas piekrišanas [11]. Licences līgumu nevar saprast kā nepārprotamu tiešu piekrišanu, jo tas — tieši pretēji — noteikti aizliedz pārdošanu nocenotu preču tirgotājiem.

44. Arī spriedums lietā *Peak Holding* obligāti neprasa izdarīt pieņēmumu par preču zīmes īpašnieka piekrišanu. Šis spriedums bija par līgumiem, kad preces ar preču zīmi pārdeva preču zīmes īpašnieks. Šādi līgumi attiecas tikai uz līgumslēdzēju pušu attiecībām un nevar traucēt tiesību izmantošanu [12] attiecībā pret jebkuru citu personu. Turpretī izskatāmajā lietā runa nav par pirkuma līguma papildu vienošanos, piedaloties preču zīmes īpašniekam, bet gan par licences līguma ietekmi uz licenciāta darījumiem ar trešām personām.

45. Tomēr šie apstākļi atšķiras no līdz šim izlemtajiem gadījumiem, jo licences līgums salīdzinājumā ar citiem nolīgumiem īpaši ietekmē ar preču zīmi piešķirto tiesību apjomu. Tas, kādā mērā šīs tiesības attiecas uz licenciātu, ir regulēts Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktā. Taču preču zīmes izmantošanas aizliegumiem, kas izriet no tiesību aktiem par preču zīmēm, attiecībā pret trešām personām nevar būt plašāka ietekme kā pret licenciātu, kuram ir zināmas viņa tiesību robežas saskaņā ar līgumu. Nekas nepamato to, kāpēc pret licenciātu preču zīmes piešķirtās tiesības jāizmanto vienīgi ierobežoti, turpretī uz trešo personu, kas nav licences līguma puse, tām jāattiecas pilnā apjomā.

11 — Iepriekš 9. zemsvītras piezīmē minētais spriedums, 45. un 46. punkts.

12 — Iepriekš 3. zemsvītras piezīmē minētais spriedums, 52. un nākamie punkti.

46. Tomēr tieši tā būtu jāsecina, ja Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktā prasījumi, kas izriet no tiesību aktiem par preču zīmēm, attiecībā pret licenciātu būtu definēti šaurāk nekā attiecībā pret trešām personām. Preču zīmes piešķirtās tiesības nekavētu licenciātu izmantot šo preču zīmi komercdarbībā. Turpretī viņa pircēji, kuri parasti nav informēti par licences līguma noteikumiem, ir pakļauti riskam, ka preču zīmes īpašnieks izmantos preču zīmes piešķirtās tiesības, lai iebilstu, piemēram, pret ar preču zīmi apzīmētu preču turpmāku tirdzniecību.

47. Līdz ar to jāsecina, ka tikai Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktā minētie licences līguma pārkāpumi nozīmē, ka netiek izsmeltas preču zīmes piešķirtās tiesības. Ja licenciāts var laist tirgū preces ar preču zīmi, nepārkāpjot tiesību aktus par preču zīmēm, tad — kā it īpaši uzsver Komisija — viņa pircējiem jāvar paļauties uz to, ka ir izsmeltas šīs preču zīmes piešķirtās tiesības.

48. Šim uzskatam atbilst tas, ka Tiesa, kā uzsver Komisija un *Copad*, spriedumā lietā *Peak Holding* ir nošķīrusi preču zīmes piešķirto tiesību izmantošanu no pārkāpumiem, kas radušies, pircējam neievērojot pirkuma līguma noteikumus [13]. Līgumi ir saistoši tikai līgumslēdzējām pusēm, bet tiesību akti par preču zīmēm un tajos paredzēto tiesību izmantošana darbojas *erga omnes*.

49. Tas izriet arī no īpašnieka ekskluzīvajām tiesībām lietot preču zīmi, lai pirmo reizi laistu tirgū ar to apzīmētas preces [14]. Citiem vārdiem sakot, licences līguma noslēgšana ļauj izmantot preču zīmes piešķirtās tiesības. No šī līguma izrietošās tiesības kompensē *Dior* to, ka *SIL* izplata ar tās preču zīmi apzīmētas preces.

50. No šāda viedokļa tiesību aktiem par preču zīmēm jādod iespēja nodrošināt preču kvalitātes kontroli, nevis faktisku šīs kontroles veikšanu. Piemēram, licences devējam jāuzņemas atbildība, ja viņš pieļauj zemas kvalitātes preču ražošanu, lai gan saskaņā ar vienošanos viņš to varētu novērst [15]. Ārpus Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkta piemērošanas jomas šīs kontroles līdzekļiem tomēr ir līgumisks raksturs un tie nav balstīti uz ar preču zīmi piešķirtām tiesībām.

13 — Iepriekš 3. zemsvītras piezīmē minētais spriedums, 54. punkts.

14 — 1996. gada 11. jūlija spriedums apvienotajās lietās C-427/93, C-429/93 un C-436/93 *Bristol-Myers Squibb* u.c. (*Recueil*, I-3457. lpp., 31., 40. un 44. punkts) un iepriekš 3. zemsvītras piezīmē minētais spriedums lietā *Peak Holding*, 35. punkts.

15 — Iepriekš 10. zemsvītras piezīmē minētais spriedums lietā *IHT Internationale Heiztechnik* un *Danzinger*, 37. un 38. punkts.

51. Tas pats attiecas uz nevēlamiem izplatīšanas veidiem. Ja preču zīmes īpašnieks atsakās kontrolēt izplatīšanu vai neizmanto līgumā paredzētās kontroles iespējas, nav iemesla piešķirt viņam prasījuma tiesības, kas izriet no tiesību aktiem par preču zīmēm, pret trešām personām.

52. Līdz ar to Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkts jāinterpretē tādējādi, ka, ja licenciāts laiž tirgū preces ar preču zīmi, pārkāpjot licences līguma noteikumu, tas notiek bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas tikai tad, ja, veicot tirdzniecību, licenciāts vienlaicīgi pārkāpj preču zīmes piešķirtās tiesības 8. panta 2. punkta nozīmē.

C — *Par trešo jautājumu*

53. Visbeidzot, *Cour de Cassation* jautā, vai gadījumā, ja preču zīmes īpašnieks, aizliedzot pārdošanu nocenotu preču tirgotājiem, nevar izslēgt tiesību izsmelšanu, viņš var atsaukties uz Direktīvas 89/104 7. panta 2. punktu, lai iebilstu pret preču turpmāku tirdzniecību?

54. Saskaņā ar šo tiesību normu nav jāpiemēro Direktīvas 89/104 7. panta 1. punktā paredzētais tiesību izsmelšana princips, ja īpašniekam ir likumīgi iemesli iebilst pret ar preču zīmi apzīmētu preču turpmāku tirdzniecību, it īpaši, ja pēc laišanas tirgū preču stāvoklis ir izmanījies vai pasliktinājies [16].

55. Nepārprotami minētais gadījums, ka ir izmainījies vai pasliktinājies preču stāvoklis, attiecas uz jau saistībā ar Direktīvas 89/104 8. panta 2. punktu aplūkoto preču kvalitātes garantiju, kas jānodrošina preču zīmes īpašniekam. Ja pēc laišanas tirgū izmainās ar preču zīmi apzīmētu preču stāvoklis, šī kvalitātes garantija tiek apdraudēta [17]. Līdz ar to preču zīmes īpašniekam jābūt tiesībām iebilst pret viņa preču zīmes lietošanu izmainītām precēm.

56. Ja pārdošana nocenotu preču tirgotājiem ietekmētu preču kvalitāti, ņemot vērā šeit minēto viedokli, šajā situācijā tomēr nerodas jautājums par Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkta piemērošanu. Jo preču zīmes īpašnieks varētu turpmāk izmantot savas preču zīmes piešķirtās tiesības pret licenciātu un līdz ar to viņa tiesības nebūtu izsmeltas.

16 — 1997. gada 4. novembra spriedums lietā C-337/95 *Parfums Christian Dior* (*Recueil*, I-6013. lpp., 40. punkts).

17 — Šo situāciju Tiesa vispirms ir izvērtējusi attiecībā uz jauniem zāļu iepakojumiem; skat. arī 2007. gada 26. aprīļa spriedumu lietā C-348/04 *Boehringer Ingelheim* u.c. (Krājums, I-3391. lpp. un tajā minētās norādes).

57. Tomēr ir jāpārbauda, vai tāda licences līguma noteikuma pārkāpums, ar kuru tiek aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājiem, neatkarīgi no ietekmes uz preču kvalitāti var pamatot leģitīmu interesi uzskatīt, ka nav izsmeltas preču zīmes piešķirtās tiesības.

58. Vārdu salikuma "jo īpaši" lietošana Direktīvas 89/104 7. panta 2. punktā liecina, ka ar preču zīmi apzīmētu preču stāvokļa izmaiņu vai pasliktināšanās gadījums ir minēts tikai kā piemērs no iespējamiem likumīgiem iemesliem [18].

59. Šajā sakarā Tiesa ir atzinusi, ka kaitējums preču zīmes reputācijai principā var būt likumīgs iemesls Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkta nozīmē, lai preču zīmes īpašnieks varētu iebilst pret to preču turpmāku tirdzniecību, kuras viņš laidis Kopienas tirgū vai kuras laistas Kopienas tirgū ar viņa piekrišanu [19]. Tiesa ir secinājusi, ka pastāv leģitīma interese aizliegt tādu luksusa vai prestižu preču reklāmu, kas ietekmē preču zīmes novērtējumu, samazinot attiecīgo preču luksusa un prestiža līmeni, kā arī to radīto greznības iespaidu [20].

60. Tomēr par likumīgu iemeslu Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkta nozīmē var runāt tikai tad, ja konkrētajā gadījumā tiek pierādīts būtisks kaitējums preču zīmes reputācijai [21]. Kā šāda būtiska kaitējuma piemēru Tiesa ir minējusi, ka tālākpārdevējs nenovērš preču zīmes parādīšanos viņa reklāmas prospektā vidē, kas varētu būtiski ietekmēt preču zīmes īpašnieka sasniegto tēlu [22].

61. Ja šādi ar pārdošanas veidu tālākpārdevējs rada būtisku kaitējumu preču zīmes reputācijai, preču zīmes īpašnieks — kā it īpaši norāda Francijas valdība — var pamatoti atsaukties uz likumīgu iemeslu Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkta nozīmē, lai iebilstu pret šo izplatīšanas veidu.

18 — Iepriekš 16. zemsvītras piezīmē minētais spriedums lietā *Parfums Christian Dior*, 42. punkts un tajā minētās norādes.

19 — Iepriekš 16. zemsvītras piezīmē minētais spriedums lietā *Parfums Christian Dior*, 43. punkts un tajā minētās norādes.

20 — Iepriekš 16. zemsvītras piezīmē minētais spriedums lietā *Parfums Christian Dior*, 45. punkts un tajā minētās norādes.

21 — Iepriekš 16. zemsvītras piezīmē minētais spriedums lietā *Parfums Christian Dior*, 46. punkts un tajā minētā judikatūra.

22 — Iepriekš 16. zemsvītras piezīmē minētais spriedums lietā *Parfums Christian Dior*, 47. punkts.

62. Turpretī minētajā judikatūrā nav neviena pierādījuma, lai secinātu, ka licences līguma noteikuma, ar kuru preces ar preču zīmi ir aizliegts pārdot nocenotu preču tirgotājiem, pārkāpums pats par sevi ir likumīgs iemesls, lai iebilstu pret turpmāku pārdošanu. Komisija pareizi uzsver, ka Direktīvas 89/104 8. panta 2. punkts zaudētu savu praktisko nozīmi, ja, licenciātam pārkāpjot jebkuru licences līguma noteikumu, preču zīmes īpašnieks varētu aizliegt ar šo preču zīmi apzīmētu preču turpmāku tirdzniecību.

63. Arī pārdošana *nocenotu preču tirgotājiem* vēl obligāti nenozīmē, ka ir nodarīts būtisks kaitējums prestižas vai luksusa preču zīmes reputācijai.

64. No vienas puses, nevar izslēgt, ka nocenotu preču tirgotājs gala patērētājiem pats preces nepārdod, bet gan pārdod tās tālākpārdevējiem, kuri tās prezentē vidē, kas negrauj to luksusa un prestiža īpašības. Tas varētu būt iespējams, piemēram, tad, ja nocenotu preču tirgotājs tās pārdod ekskluzīviem veikaliem, kuri līdz šim nevarēja iepirkt preces ar preču zīmi, jo neietilpst šīs preču zīmes izplatīšanas tīklā. No šiem piedāvājumiem patērētāji diez vai secinātu, ka preces ar šo preču zīmi vairs nav tik ekskluzīvas kā līdz šim.

65. No otras puses, arī attiecībā uz izplatīšanas veidu, kas, iespējams, kaitē reputācijai, ir papildus jāizvērtē, vai kaitējums faktiski ir noticis un cik tas ir būtisks. Tāpat kā izvērtējot, vai iespējamā ietekme uz preču zīmes reputāciju rada šaubas arī par ar šo preču zīmi apzīmēto preču kvalitāti [23], jāņem vērā attiecīgās lietas apstākļi. Piekritīgai valsts tiesai jāpieņem atbilstīgi atzinumi, lai licences līgums nekļūtu lieks [24].

66. Līdz ar to Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkts preču zīmes īpašniekam nedod iespēju iebilst pret ar viņa preču zīmi apzīmētu preču izplatīšanu, ja to veic nocenotu preču tirgotājs, tikai tāpēc, ka licences līguma noteikums aizliedz šo preču pārdošanu nocenotu preču tirgotājiem.

23 — Skat. iepriekš 32. un nākamos punktus.

24 — Skat. 1999. gada 23. februāra spriedumu lietā C-63/97 *BMW* (*Recueil*, I-905. lpp., 51. un 55. punkts) un iepriekš 17. zemsvītras piezīmē minēto spriedumu lietā *Boehringer Ingelheim* u.c., 46. punkts.

V — Secinājumi

67. Līdz ar to es iesaku uz prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

1) Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 8. panta 2. punkts jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var izmantot preču zīmes piešķirtās tiesības pret licenciātu, kurš pārkāpj licences līguma noteikumu, ar kuru ir aizliegta pārdošana nocenotu preču tirgotājiem, ja šī pārdošana ietekmē preces prestižu tik ļoti, ka rodas šaubas par tās kvalitāti;

2) Direktīvas 89/104 7. panta 1. punkts jāinterpretē tādējādi, ka, ja licenciāts laiž tirgū preces ar preču zīmi, pārkāpjot licences līguma noteikumu, tas tiek darīts bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas tikai tad, ja, veicot tirdzniecību, licenciāts vienlaicīgi pārkāpj preču zīmes piešķirtās tiesības 8. panta 2. punkta nozīmē;

3) Direktīvas 89/104 7. panta 2. punkts preču zīmes īpašniekam nedod iespēju iebilst pret ar viņa preču zīmi apzīmētu preču izplatīšanu, ja to veic nocenotu preču tirgotājs, tikai tāpēc, ka licences līguma noteikums aizliedz šo preču pārdošanu nocenotu preču tirgotājiem.