Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA NIKOLASA EMILIU [*NICHOLAS EMILIOU*]
SECINĀJUMI,
sniegti 2025. gada 27. novembrī[1]

Lieta C-412/24

Fauré Le Page Maroquinier SAS,
Fauré Le Page Paris SAS
pret
Goyard ST-Honoré SAS

(*Cour de cassation* (Kasācijas tiesa, Francija) lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu)

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Preču zīmes – Direktīva 2008/95/EK – 3. pants – Preču zīmes atteikuma vai spēkā neesības pamati – 3. panta 1. punkta g) apakšpunkts – Maldinošas preču zīmes – Preču zīmes ar gadskaitļa norādi – Luksusa ādas izstrādājumi, piemēram, rokassomas – Preču zīmes, kas, iespējams, maldina sabiedrību attiecībā uz to īpašnieka dibināšanas gadu

I. Ievads

1. Šis lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Direktīvas 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm[2], 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu. Šī tiesību norma paredz, ka dalībvalstīm ir jāatsaka preču zīmes reģistrācija vai jāatzīst preču zīme par spēkā neesošu, kas "pēc savām īpašībām var maldināt sabiedrību, piemēram, par preču vai pakalpojuma īpašībām, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi".

2. Šis lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu tika iesniegts saistībā ar strīdu starp ar strīdu starp trim Francijas sabiedrībām, kas ražo un pārdod rokassomas un citas ādas preces – *Fauré Le Page Maroquinier SAS* un *Fauré Le Page Paris SAS* (turpmāk tekstā kopā – "*Fauré Le Page*"), no vienas puses, un *Goyard ST-Honoré SAS* (turpmāk tekstā – "*Goyard*"), no otras puses, par divu *Fauré Le Page Paris* piederošu daļēji grafisku valsts preču zīmju, kurās ir iekļauts gadskaitlis "1717", spēkā esību.

3. *Goyard* uzskata, ka apstrīdētās preču zīmes var maldināt sabiedrību Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē un līdz ar to, piemērojot šo tiesību normu, tās ir jāatzīst par spēkā neesošām. Šajā ziņā tā apgalvo, ka gadskaitļa "1717" iekļaušana šajās preču zīmēs rada iespaidu, ka to īpašnieks ir dibināts 1717. gadā un ka tādējādi preces, uz kurām attiecas šīs preču

[1] Oriģinālvaloda – angļu.

[2] Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīva (OV 2008, L 299, 25. lpp.). Minētā direktīva vairs nav spēkā un ir aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu (ES) 2015/2436 (2015. gada 16. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 2015, L 336, 1. lpp.). Tomēr Direktīva 2008/95 ir piemērojama pamatlietā *ratione temporis*.

zīmes, ir ražotas saskaņā ar gadsimtiem sena uzņēmuma zinātību un tām piemīt īpaša kvalitāte. Tomēr patiesībā tas tā nav, jo *Fauré Le Page Paris* un *Fauré Le Page Maroquinier* tika dibinātas tikai attiecīgi 2009. un 2011. gadā.

4. Cik man zināms, Tiesa līdz šim ir pasludinājusi tikai vienu spriedumu par šīs tiesību normas agrākas redakcijas interpretāciju [3]. Šī lieta sniedz Tiesai iespēju sīkāk precizēt tās piemērošanas nosacījumus.

II. Atbilstošās tiesību normas

A. Savienības tiesības

5. Direktīvas 2008/95 3. pantā "Iemesli atteikumam vai spēkā neesamībai" bija noteikts:

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

[..]

g) preču zīmes, kas pēc savām īpašībām var maldināt sabiedrību, piemēram, par preču vai pakalpojuma īpašībām, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi;

[..]."

B. Francijas tiesības

6. Atbilstoši *Code de la propriété intellectuelle* (Intelektuālā īpašuma kodekss) L. 711-3. panta c) punktam, redakcijā, kas piemērojama šīs lietas faktiem, kā preču zīmi vai preču zīmes elementu nevar pieņemt tādu apzīmējumu, kurš var maldināt sabiedrību, tostarp par preču vai pakalpojumu veidu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi.

III. Fakti, valsts tiesvedība un prejudiciālie jautājumi

7. Līdz 1992. gadam Francijas uzņēmums *Saillard Paris Sàrl* (turpmāk tekstā – "*Saillard*") bija vienīgais akcionārs citā Francijas uzņēmumā *Maison Fauré Le Page*, kas kopš 1716. gada Parīzē nodarbojās ar ieroču, munīcijas un ādas aksesuāru pirkšanu un pārdošanu. 1992. gada 27. novembrī šis uzņēmums tika likvidēts, un visi tā aktīvi un pasīvi tika nodoti *Saillard*.

8. *Fauré Le Page Paris*, viena no prasītājām pamatlietā, ir Francijas uzņēmums, kas 2009. gada 14. oktobrī reģistrēts *registre du commerce et des sociétés* (komercdarbības un uzņēmumu reģistrs, Parīze). 2009. gada 29. oktobrī tā no *Saillard* iegādājās Francijas preču zīmi "*Fauré Le Page*" Nr. 134782, lai apzīmētu tostarp šādas preces: "aukstie ieroči; šaujamieroči un to daļas; munīcija un šāviņi; sprāgstvielas; šaušanas platformas; patronsomas; āda un ādas imitācijas; ceļasomas un čemodāni".

[3] Skat. spriedumu, 2006. gada 30. marts, *Emanuel* (C-259/04, turpmāk tekstā – "spriedums *Emanuel*", EU:C:2006:215). Minētajā spriedumā Tiesa ir interpretējusi Padomes Pirmās direktīvas 89/104/EEK (1988. gada 21. decembris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.) 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu. Šīs normas formulējums būtībā ir tāds pats kā Direktīvas 2008/95, kas ir tās tiesiskā pēctece, 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā. Tādējādi minētajā spriedumā sniegtā interpretācija ir attiecināma uz šo tiesību normu.

9. 2011. gada 17. jūnijā *Fauré Le Page Paris* iesniedza Francijas preču zīmju "*Fauré Le Page Paris 1717*" Nr. 3839809 un Nr. 3839811 reģistrācijas pieteikumu, lai apzīmētu tostarp preces: "āda un ādas imitācijas; ceļasomas un čemodāni; bagāžas somas; rokassomas". Pēc tam šīs preču zīmes tika reģistrētas.

10. *Fauré Le Page Maroquinier*, otra prasītāja pamatlietā, ir Francijas uzņēmums, kas 2012. gadā Parīzē (Francija) atvēra fizisku veikalu ar apstrīdētajām preču zīmēm apzīmēto preču pārdošanai. Kopš 2013. gada tā uztur arī mazumtirdzniecības vietu kādā Francijas universālveikalā, kur tiek pārdotas šādas preces.

11. 2012. gada 26. oktobrī *Goyard* cēla prasību pret *Fauré Le Page*, tostarp lūdzot atzīt apstrīdētās preču zīmes par spēkā neesošām, pamatojoties uz to, ka tās var maldināt sabiedrību Intelektuālā īpašuma kodeksa L. 711-3. panta c) punkta izpratnē. Ar 2015. gada 30. janvāra nolēmumu *tribunal de grande instance de Paris* (Parīzes Vispārējā pirmās instances tiesa, Francija) noraidīja *Goyard* prasību šajā jautājumā. *Goyard* par šo nolēmumu iesniedza apelācijas sūdzību *cour d'appel de Paris* (Parīzes apelācijas tiesā, Francija).

12. Ar 2016. gada 4. oktobra spriedumu *cour d'appel de Paris* (Parīzes apelācijas tiesa) noraidīja *Goyard* apelācijas sūdzību attiecībā uz apstrīdēto preču zīmju maldinošo raksturu. Šis nolēmums tika atcelts ar 2018. gada 27. jūnija spriedumu, ko pieņēma *chambre commerciale de la Cour de cassation* (Kasācijas tiesas komerclietu palāta, Francija), pamatojoties uz to, ka gadskaitlis "1717" sabiedrībai ne vienmēr būtu jāinterpretē kā atsauce uz *Fauré Le Page* dibināšanas gadu, bet drīzāk kā atsauce uz laikposmu, kurā tika dibināta *Maison Fauré Le Page* (kuras tiesību pārņēmēja ir *Fauré Le Page*).

13. Izskatot atpakaļnodoto lietu pēc kasācijas sūdzības, *cour d'appel de Paris* (Parīzes Apelācijas tiesa) 2021. gada 23. novembrī nosprieda, ka apstrīdētās preču zīmes var maldināt sabiedrību un līdz ar to ir jāatzīst par spēkā neesošām.

14. It īpaši šī tiesa konstatēja, ka apstrīdētajās preču zīmēs ietvertie elementi "Paris 1717" sabiedrības uztverē tiks saprasti kā atsauce uz *Fauré Le Page* uzņēmuma dibināšanas vietu un gadu un ka tādējādi patērētājiem tiek radīts priekšstats, ka kopš 1717. gada pastāv nepārtraukta šā uzņēmuma darbība un ir notikusi zinātības nodošana no sākotnējās *Maison Fauré Le Page* uz *Fauré Le Page*, lai gan patiesībā tas tā nav. Minētā tiesa piebilda, ka patērētāji, kas pērk luksusa ādas izstrādājumus, bieži pievērš uzmanību uzņēmuma, kas tos pārdod, vēsturei un darbības ilgumam, jo tas kalpo kā garantija ar to ražošanu saistītajai pieredzei un izstrādājumu kvalitātei.

15. *Fauré Le Page* par šo spriedumu iesniedza kasācijas sūdzību *Cour de cassation* (Kasācijas tiesā, Francija), kas ir iesniedzējtiesa šajā lietā.

16. Šajā tiesā *Fauré Le Page* apgalvo, ka, lai preču zīmi varētu uzskatīt par tādu, kas var maldināt sabiedrību Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē, vidusmēra patērētājam jābūt maldinātam nevis attiecībā uz preču zīmes īpašnieka iezīmēm, bet gan attiecībā uz preču vai pakalpojumu, uz kuriem šī preču zīme attiecas, īpašībām. Tā kā apstrīdētajās preču zīmēs nav norādītas nekādas ar tām aptverto preču īpašas iezīmes un tās, labākajā gadījumā, liekot domāt, ka šīm precēm piemīt zināms kvalitātes vai prestiža līmenis, tās nevar uzskatīt par tādām, kas ietilpst šīs tiesību normas piemērošanas jomā.

17. *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) uzskata, ka, lai gan Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā ir uzskaitītas dažādas preču vai pakalpojumu īpašības, attiecībā uz kurām preču zīme var būt maldinoša, šis saraksts nav izsmeļošs. Līdz ar to šī tiesību norma varot tikt piemērota arī situācijā, kad preču zīme sniedz nepatiesu informāciju par preču zīmes īpašnieku (piemēram, šajā lietā – par gadu skaitu, kuru laikā tas ir darbojies attiecīgajā nozarē), un vidusmēra patērētājs tādēļ uzskata, ka precēm vai pakalpojumiem piemīt noteikts kvalitātes vai prestiža līmenis.

18. Šajā ziņā tā atgādina, ka saskaņā ar Tiesas judikatūru [4] luksusa preču kvalitāte jāvērtē, ņemot vērā ne tikai to materiālās īpašības, bet arī to šarmu un prestiža tēlu, kas tām piešķir greznības iespaidu.

19. Turklāt tā uzskata, ka spriedums *Emanuel*, kurā Tiesa norādījusi, ka preču zīme nevar maldināt sabiedrību, ja iespējami nepatiesā informācija, ko tā sniedz, attiecas uz uzņēmumu, kas ražo preces, nevis uz pašām precēm, attiecās uz atšķirīgu situāciju. Proti, šajā lietā attiecīgā preču zīme ietvēra modes mākslinieces vārdu.

20. Visbeidzot, tā atgādina par *cour d'appel de Paris* (Parīzes Apelācijas tiesa) secinājumus, kas apkopoti šo secinājumu 14. punktā.

21. Šajā kontekstā *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) uzskata, ka strīda izšķiršana pamatlietā ir atkarīga no tā, vai šie konstatējumi ir pietiekami, lai atzītu apstrīdētās preču zīmes par spēkā neesošām saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu.

22. Šajā ziņā tā atzīmē, ka vispirms ir jānosaka, vai ar to, ka preču zīme sniedz nepareizu informāciju par tās īpašnieku, kas var ietekmēt preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīme, vidusmēra patērētāju, pietiek, lai secinātu, ka preču zīme ir maldinoša, vai arī vidusmēra patērētāja maldiem jābūt saistītiem ar kādu no šo preču un pakalpojumu iezīmi.

23. Tālāk, gadījumā, ja šie maldi attiecas uz preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīme, iezīmi, *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) jautā, vai, lai preču zīmi varētu uzskatīt par maldinošu, tai ir jābūt pietiekami konkrētam šo preču vai pakalpojumu potenciālo īpašību apzīmējumam.

24. Visbeidzot, ja atbilde uz šo jautājumu ir apstiprinoša, minētā tiesa jautā, vai, it īpaši luksusa preču gadījumā, fakts, ka preču zīme tās īpašniekam piedēvē nozīmīgu pieredzi vai zinātību to preču ražošanā, uz kurām tā attiecas, var nozīmēt pietiekami konkrētu iezīmju aprakstu.

25. Ņemot vērā šos iepriekš minēto, *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai Direktīvas [2008/95] 3. panta 1. punkta g) apakšpunkts jāinterpretē tādējādi, ka izdomāta [gadskaitļa] minēšana preču zīmē, ar kuru tiek sniegta nepatiesa informācija par preču ražotāja vecumu, nopietnību un zinātību un līdz ar to par minēto preču nemateriālajām iezīmēm, ļauj atzīt, ka pastāv patērētāja reāla maldināšana vai pietiekami nopietns maldināšanas risks?

2) Noraidošas atbildes gadījumā uz pirmo jautājumu, vai šis pants ir jāinterpretē tādējādi:

[4] Skat. spriedumu, 2009. gada 23. aprīlis, *Copad* (C-59/08, EU:C:2009:260). Minētajā spriedumā tika izskatīts jautājums par to, vai preču zīmes īpašnieks var pārmest licences ņēmējam preču kvalitātes pasliktināšanos.

a) ka preču zīmi var uzskatīt par maldinošu, ja pastāv risks, ka ar to apzīmēto preču un pakalpojumu patērētājs ticētu, ka šīs preču zīmes īpašniekam piemīt gadsimtiem sena pieredze šo preču ražošanā, kas piešķir tām prestižu tēlu, lai gan patiesībā tā nav?

b) ka, lai varētu atzīt patērētāja reālas maldināšanas vai pietiekami nopietna maldināšanas riska pastāvēšanu, no kura atkarīgs preču zīmes maldinošā rakstura konstatējums, preču zīmei jāveido pietiekami konkrēts ar preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu, attiecībā uz kuriem tā reģistrēta, potenciālo iezīmju apraksts, lai attiecīgais patērētājs tiktu mudināts domāt, ka precēm un pakalpojumiem piemīt noteiktas iezīmes, kuru tām patiesībā nav?"

26. Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu, kas datēts ar 2024. gada 5. jūniju, Tiesas kancelejā tika reģistrēts 2024. gada 10. jūnijā. Rakstveida apsvērumus iesniedza *Fauré Le Page*, *Goyard*, Francijas Republika un Eiropas Komisija. Tās pašas ieinteresētās personas arī rakstveidā atbildēja uz Tiesas uzdotajiem jautājumiem. Tiesas sēde netika rīkota.

IV. Juridiskā analīze

27. Ar trim jautājumiem, kurus analizēšu kopā, *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) būtībā jautā par Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā ietvertā spēkā neesamības pamata piemērojamību preču zīmei, kuras viens no elementiem ir gadskaitlis (šajā lietā – 1717). Šī tiesa jautā, vai sabiedrība šādu gadskaitli varētu saprast vienīgi kā (nepareizu) apstrīdēto preču zīmju īpašnieka (šajā lietā – *Fauré Le Page Paris*) dibināšanas gadu vai arī kā tādu, kas sniedz (iespējami nepatiesu) informāciju par preču, kas aptvertas ar šīm preču zīmēm, iezīmi, proti, ka tās ir ražotas saskaņā ar gadsimtiem sena uzņēmuma zinātību un tām piemīt noteikts kvalitātes līmenis.

28. Savu analīzi sākšu ar precizējumu, ka preču zīme, kas var maldināt sabiedrību attiecībā uz kādu tās īpašnieka iezīmi, nevar tikt atzīta par spēkā neesošu saskaņā ar šo tiesību normu, ja vien nav pierādīts, ka šāda preču zīme maldina arī attiecībā uz kādu preču vai pakalpojumu, kas ar to aptvertas, iezīmi. Turklāt preču zīmei ir jābūt pietiekami konkrētam šādas iezīmes aprakstam. Paskaidrošu iemeslus, kuru dēļ, manuprāt, tāda preču zīme kā šajā lietā apstrīdētās neatbilst nevienam no šiem nosacījumiem (A).

29. Turpinājumā izskaidrošu, ka, pat pieņemot, ka preču zīmes elements, piemēram, gadskaitlis "1717", spēj sniegt informāciju, kas attiecas uz konkrētu ar šo preču zīmi aptverto preču vai pakalpojumu iezīmi, jebkura šīs informācijas iespējamā neprecizitāte un līdz ar to preču zīmes maldinošais raksturs jāvērtē, ņemot vērā vienīgi tās preces vai pakalpojumu iezīmes, kas izriet no reģistrācijas pieteikuma. Šajās iezīmēs neietilpst ārēji elementi, piemēram, preču zīmes īpašnieka faktiskais dibināšanas gads (šajā lietā – 2009. gads) (B).

30. Visbeidzot paskaidrošu, ka risinājums, ko ierosinu Tiesai pieņemt, tomēr neizslēdz iespēju, ka preču zīme, kurā ir atsauce uz (aptuveno) gadu, kad tika dibināts ar šo preču zīmi aptverto preču sākotnējais ražotājs (šajā lietā – *Maison Fauré Le Page*), nevis uz tās pašreizējā īpašnieka dibināšanas gadu (šajā lietā – *Fauré Le Page Paris*), var tikt *atcelta* – atšķirībā no atzīšanas par spēkā neesošu – saskaņā ar citu Direktīvas 2008/95 noteikumu. Tas arī neizslēdz citu tiesiskās aizsardzības līdzekļu pieejamību (C).

A. Preču zīmei jābūt tādai, kas maldina sabiedrību par konkrētu apzīmēto preču vai pakalpojumu iezīmi

31. Visas puses un ieinteresētās personas, izņemot *Goyard*, uzskata, ka, lai preču zīmi atzītu par spēkā neesošu saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu, tai jābūt tādai, kas maldina sabiedrību attiecībā uz kādu ar šo preču zīmi apzīmēto *preču vai pakalpojumu* iezīmi.

32. *Goyard* savukārt apgalvo, ka, lai gan minētajā tiesību normā ir skaidri noteikts, ka preču zīmes maldinošais raksturs var attiekties uz "preču vai pakalpojum[u] īpašībām, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi", šis uzskaitījums nav izsmeļošs (jo tam priekšā ir vārds "piemēram"). Līdz ar to preču zīme, kas var maldināt sabiedrību attiecībā uz kādu tās īpašnieka (vai uzņēmuma, kas ražo ar šo preču zīmi apzīmētās preces) konkrētu iezīmi, piemēram, dibināšanas gadu, varot tikt atzīta par spēkā neesošu, piemērojot Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu, neprasot pierādīt, ka ar šo preču zīmi sniegtā informācija attiecas uz kādu konkrētu ar to apzīmēto preču vai pakalpojumu iezīmi[5].

33. Šādam viedoklim nepiekrītu. Vispirms jānorāda, ka visi šajā tiesību normā uzskaitītie piemēri ("īpašības, kvalitāte vai ģeogrāfiskā izcelsme") ir skaidri identificēti kā preču vai pakalpojumu, kas aptverta ar preču zīmi, iezīmes. Pamatojoties uz to, Francijas valdība uzskata, ka Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā izmantotais vārds "piemēram" norāda, ka Savienības likumdevējs ir vēlējies atstāt atvērtu to preču vai pakalpojumu iezīmju sarakstu, attiecībā uz kurām preču zīme var būt maldinoša, nevis pieļaut to, ka preču zīmes maldinošais raksturs var tikt konstatēts, ņemot vērā tikai tās īpašnieka iezīmes.

34. Šo interpretāciju atbalsta Tiesas judikatūra. Spriedumā *Emanuel*[6] Tiesa ir nospriedusi, ka preču zīmes, kas atbilst ar to apzīmēto preču dizainera un pirmā ražotāja vārdam, kurš vairs nav iesaistīts to ražošanā, reģistrāciju nevar atteikt vienīgi tādēļ, ka tā var maldināt sabiedrību. Šis spriedums sniedz pirmo norādi uz to, ka Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu nav paredzēts piemērot preču zīmēm, kas vienīgi spēj maldināt sabiedrību par kādu to īpašnieka iezīmi, piemēram, šīs personas identitāti (kā spriedumā *Emanuel*) vai dibināšanas gadu (kā, iespējams, šajā lietā).

35. Turklāt piemēri no Vispārējās tiesas judikatūras par Regulas (EK) Nr. 207/2009[7] 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta interpretāciju (kas attiecas uz Eiropas Savienības preču zīmēm, bet ir formulēts identiski Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktam) liecina, ka novērtējums par to, vai preču zīmes ir tādas, "kuru raksturs ļauj maldināt sabiedrību" vienmēr tiek veikts, ņemot vērā to preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīme, iezīmes.

36. It īpaši Vispārējā tiesa ir konstatējusi, ka Eiropas Savienības vārdiska preču zīme "BIO-INSECT Shocker" ir tāda, kas var maldināt konkrēto sabiedrības daļu, jo tā tiktu uztverta kā norāde uz bioloģiskām precēm vai precēm, kas saistītas ar vides aizsardzību, kaut gan tā

[5] Tostarp jāatzīmē, ka *Goyard* argumentācija šajā ziņā nav pilnīgi konsekventa. No vienas puses, kā tikko paskaidrots, tā apgalvo, ka no Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta formulējuma izriet, ka attiecīgajai iezīmei nav obligāti jāattiecas uz precēm, ko aptver šī preču zīme, un tā drīkst būt saistīta, piemēram, ar šo preču ražotāju. No otras puses, atbildot uz Tiesas jautājumu, *Goyard*, šķiet, uzskata, ka preču zīmes sniegtā (nepareizā) informācija par šo ražotāju neizbēgami liek sabiedrībai pieņemt, ka precēm ir noteiktas iezīmes, kas tām faktiski nav.

[6] 51. punkts.

[7] [Padomes] Regula (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.), kas bija piemērojama pirms Eiropas Parlamenta un Padomes Regulas (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.) stāšanās spēkā. Minētās regulas 7. panta 1. punkta g) apakšpunkts ir identisks Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta formulējumam.

faktiski bija reģistrēta attiecībā uz biocīdiem produktiem [8]. Šī tiesa arī ir atzinusi, ka apzīmējuma "CAFFÈ NERO" kā Eiropas Savienības vārdiskas preču zīmes reģistrācija tika pamatoti atteikta, jo pastāvēja liela varbūtība, ka patērētāji uzskatīs, ka daļa no reģistrācijas pieteikumā iekļautajām precēm, proti, tēja, kakao un kakao izstrādājumi, kā arī kafijas aizstājēji, ir melna kafija vai satur melnu kafiju, lai gan patiesībā tā tas nav [9].

37. Vispārīgāk Vispārējā tiesa ir nospriedusi, ka, lai piemērotu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunktu, jākonstatē, vai preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas dienā nebija pretrunas starp preču zīmes pausto informāciju un minētajā pieteikumā norādīto *preču iezīmēm* [10]. Tāpat šī tiesa ir atzīmējusi, ka "tikai tad, ja mērķa patērētājs tiek pamudināts domāt, ka *precēm vai pakalpojumiem* piemīt noteiktas iezīmes, kuras tiem patiesībā nepiemīt, viņš tiks maldināts ar preču zīmi" [11] [Neoficiāls tulkojums], tādējādi apstiprinot, ka vērtējumam saskaņā ar šo tiesību normu jākoncentrējas uz konkrētās sabiedrības daļas uztveri saistībā ar pašām precēm vai pakalpojumiem.

38. Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta kontekstuālā un teleoloģiskā interpretācija vēl vairāk apstiprina secinājumu, ka, lai preču zīmi atzītu par spēkā neesošu saskaņā ar šo tiesību normu, tai ir jābūt maldinošai attiecībā uz tās aptverto preču vai pakalpojumu (nevis tās īpašnieka) iezīmi.

39. Pirmkārt, Direktīvas 2008/95 13. pants paredz, ka tad, "ja pamatojums preču zīmes reģistrācijas atteikumam vai atcelšanai, vai spēkā neesamībai pastāv attiecībā tikai uz dažām precēm vai pakalpojumiem, kam šī preču zīme tikusi pieprasīta vai reģistrēta, reģistrācijas atteikums vai atcelšana vai spēkā neesamība attiecas tikai uz šīm precēm vai pakalpojumiem". Kā norāda *Fauré Le Page*, tā kā šīs tiesību normas priekšnoteikums ir tāds, ka preču zīme var būt maldinoša attiecībā tikai uz to preču vai pakalpojumu iezīmēm, kurus tā aptver, šī tiesību norma apstiprina, ka Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā paredzētā spēkā neesības pamata novērtējums vienmēr jāveic attiecībā uz šīm precēm vai pakalpojumiem.

40. Otrkārt, interpretācija, ko ierosinu Tiesai pieņemt, atbilst Direktīvas 2008/95 2. panta formulējumam, kurā ir paredzēts, ka par "preču zīmi" var uzskatīt tikai apzīmējumus, kas spēj parādīt atšķirību starp viena uzņēmuma *precēm vai pakalpojumiem* [12] un citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. Piemērojot Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunktu, Tiesa ir atzinusi, ka preču zīmes būtiska funkcija ir garantēt patērētājam vai gala lietotājam ar preču zīmi apzīmētās preces vai pakalpojuma izcelsmi, sniedzot viņam līdzekli – bez jebkādas iespējas sajaukt – atšķirt preci vai pakalpojumu no citiem ar atšķirīgu izcelsmi. Vērtējums

8 Skat. spriedumu, 2020. gada 13. maijs, *SolNova/EUIPO – Canina Pharma* ("BIO-INSECT Shocker") (T-86/19, EU:T:2020:199).

9 Skat. spriedumu, 2016. gada 27. oktobris, *Caffè Nero Group/EUIPO* ("Caffè NERO") (T-29/16, nav publicēts, EU:T:2016:635). Skat. arī spriedumus, 2017. gada 26. oktobris, *Alpirsbacher Klosterbräu Glauner/EUIPO* ("Klosterstoff") (T-844/16, EU:T:2017:759), kurā Vispārējā tiesa apstiprināja lēmumu atteikt apzīmējuma "Klosterstoff" reģistrāciju, pamatojoties uz to, ka pieteiktā preču zīme varētu maldināt attiecīgo sabiedrību attiecībā uz precēm "bezalkoholiskie dzērieni, jo īpaši bezalkoholiskais alus", un 2023. gada 29. novembris, *Myforest Foods/EUIPO* ("MYBACON") (T-107/23, nav publicēts, EU:T:2023:769), kurā tiesa atzina, ka apzīmējuma "MYBACON" reģistrācija kā Eiropas Savienības vārdiskai preču zīmei ir jāatsaka, jo tas varētu maldināt sabiedrību par attiecīgo pārtikas produktu raksturu, proti, par gaļas aizstājējiem uz sēņu bāzes, gaļas aizstājējiem un gataviem ēdieniem, kas sastāv galvenokārt no gaļas aizstājējiem, tostarp gaļas aizstājējiem uz sēņu bāzes" [Neoficiāls tulkojums].

10 Skat. spriedumu, 2022. gada 29. jūnijs, *Hijos de Moisés Rodríguez González/EUIPO – Īrija un Ornua* ("La Irlandesa 1943") (T-306/20, EU:T:2022:404). Mans izcēlums.

11 Skat. spriedumu, 2018. gada 29. novembris, *Khadi* un *Village Industries Commission/EUIPO – BNP Best Natural Products* ("Khadi Ayurveda") (T-683/17, nav publicēts, EU:T:2018:860, 53. punkts un tajā minētā judikatūra). Mans izcēlums.

12 Mans izcēlums.

atbilstoši šai tiesību normai tātad nevar pārsniegt, pirmkārt, attiecīgās preces un pakalpojumus un, otrkārt, to, kā preču zīmi uztver konkrētā sabiedrības daļa [13]. Man ir skaidrs, ka tāda pati loģika ir Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta pamatā.

41. Ņemot vērā iepriekš izklāstīto, uzskatu, ka preču zīme, kas var maldināt sabiedrību vienīgi attiecībā uz kādu tās īpašnieka iezīmi, piemēram, dibināšanas gadu, bet ne attiecībā uz tās aptverto preču vai pakalpojumu iezīmēm, nevar tikt atzīta par spēkā neesošu saskaņā ar šo tiesību normu.

42. No tā izriet, ka šajā lietā vien tas, ka apstrīdētās preču zīmes var maldināt sabiedrību par to īpašnieka dibināšanas gadu, nav pietiekams, lai atzītu šīs preču zīmes par spēkā neesošām saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu. Kā norāda Francijas valdība, šis gadskaitlis pats par sevi nesniedz nekādu informāciju par precēm vai pakalpojumiem, uz kuriem attiecas šīs preču zīmes.

43. Tomēr, kā precizē pati iesniedzējtiesa, ir taisnība, ka preču zīmes īpašnieka dibināšanas gada iekļaušana preču zīmē sabiedrībā var tikt uztverta – it īpaši, ja šis gads ir ievērojami sens – kā norāde uz to, ka ar šo preču zīmi aptvertās preces vai pakalpojumi tiek ražoti vai sniegti saskaņā ar īpašu zinātību un tiem piemīt noteikts kvalitātes vai prestiža līmenis.

44. Šajā sakarā jāatgādina, ka, lai preču zīmi atzītu par spēkā neesošu saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu, tai ne tikai jābūt tādai, kas var maldināt sabiedrību par tās aptverto preču vai pakalpojumu iezīmēm, bet tai arī jābūt *pietiekami konkrētam* šādas iezīmes apzīmējumam. Proti, saskaņā ar Vispārējās tiesas pastāvīgo judikatūru, kuru, manuprāt, Tiesai būtu jāapstiprina, ja preču zīme nesniedz pietiekami konkrētu un skaidru informāciju par aizsargātajām precēm un pakalpojumiem vai to iezīmēm, bet tikai netieši uz tām norāda, nevar būt runa par maldināšanu saistībā ar šīm precēm un pakalpojumiem [14].

45. Manuprāt, tikai gadskaitļa iekļaušana preču zīmē – bez skaidras norādes, ka tas (iespējams) atbilst preču zīmes īpašnieka dibināšanas gadam – pati par sevi nav uzskatāma par pietiekami konkrētu šādas iezīmes aprakstu.

46. Proti, ja nav papildu paskaidrojumu, sabiedrība šādu gadskaitli var saprast vai nu kā uzņēmuma dibināšanas gadu, kas pašlaik ražo vai pārdod preces vai sniedz pakalpojumus, kas aptverti ar preču zīmi, – un šis uzņēmums var būt cita juridiska vai fiziska persona nekā preču zīmes īpašnieks –, vai arī kā uzņēmuma, kas sākotnēji ražoja šīs preces vai sniedza šos pakalpojumus un pēc tam nodeva savus aktīvus citai vienībai, dibināšanas gadu (vai citu nozīmīgu gadu vēsturē). Ja šajā lietā tiktu pieņemta pēdējā no minētajām interpretācijām, tad – tas ir jāpārbauda iesniedzējtiesai – uzskatu, ka apstrīdētās preču zīmes diez vai būtu uzskatāmas par tādām, kas vispār spēj maldināt sabiedrību, jo *Maison Fauré Le Page*, kas sākotnēji ražoja *Fauré Le Page* tirgotās preces, pastāvēja jau 1717. gadā (būdams dibināts gadu iepriekš, 1716. gadā).

[13] Skat. spriedumu, 2018. gada 22. marts, *Safe Skies/EUIPO – Travel Sentry* (“TSA LOCK”) (T-60/17, nav publicēts, EU:T:2018:164, 62. un 63. punkts un tajos minētā judikatūra). Skat. arī spriedumu, 2025. gada 2. aprīlis, *Giuliani/EUIPO – H&H* (“Swisse”) (T 442/23, nav publicēts, EU:T:2025:354, 100. punkts un tajā minētā judikatūra).

[14] Pēc analoģijas skat. judikatūru par Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunktu, it īpaši spriedumu, 2017. gada 27. jūnijs, *Aldi Einkauf/EUIPO – Fratelli Polli* (“ANTICO CASALE”) (T-327/16, nav publicēts, EU:T:2017:439, 51. punkts un tajā minētā judikatūra). Kā Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (*EUIPO*) skaidro savās pamatnostādnēs, attiecīgā sabiedrības daļa atpazīst šo zīmi kā tādu, kas pauž konkrētu, skaidru un nepārprotamu vēstījumu par preču un pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi (vai citu īpašību), un tā formulē tādā veidā, ka nav iespējams lietot to veidā, kas nav maldinošs (skat. https://guidelines.*EUIPO*.europa.eu/2303055/2258213/preču-zīmju-pamatnostādnes/2–maldināšanas-tests).

47. Turklāt vienkārša gadskaitļa, piemēram, "1717", iekļaušana preču zīmē varētu tikt uztverta arī kā atsauce uz gadu, kad pirmo reizi tika izveidots ar šo preču zīmi apzīmēto preču dizains, vai uz gadu, kad tirgū tika laists šo preču pirmais modelis vai versija. To varētu arī interpretēt kā gadu, kad pirmo reizi tika izstrādāta preču ražošanā izmantotā zinātība vai tehnika vai, kā norāda Komisija, kā pilnīgi izdomātu vai fiktīvu gadu, kas neapliecina nedz preču ražotāja zinātību vai pieredzi, nedz arī šo preču kvalitāti.

48. Manuprāt, *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) Tiesai uzdoto jautājumu formulējums liecina par šo neskaidrību. Šī tiesa norāda, ka apstrīdēto preču zīmju elements "1717" var tikt uzskatīts, pirmkārt, par tādu, kas sniedz nepatiesu informāciju par "preču ražotāja vecumu, nopietnību un zinātību" un, otrkārt, par tādu, kas liek domāt, ka šo preču zīmju īpašnieks attiecīgās preces ražo jau gadsimtiem ilgi, tādējādi piešķirot tām prestižu tēlu. Fakts, ka *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa) elementam "1717" paredz vairākas un zināmā mērā neskaidras interpretācijas, manuprāt, apstiprina, ka apstrīdētās preču zīmes nav uzskatāmas par pietiekami konkrētu to preču iezīmju aprakstu, uz kurām tās attiecas. Vērtējums varētu būt atšķirīgs, ja preču zīmēs šā elementa vietā būtu iekļauts precīzāks formulējums, piemēram, "Amatniecība kopš 1717. gada" vai "Kopš 1717. gada pielietotā tehnika". Tomēr šajā gadījumā tas tā nav.

B. Vērtējumam saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu jābalstās tikai uz preču zīmi un tās aptverto preču vai pakalpojumu sarakstu

49. Šajā sadaļā paskaidrošu, ka, pat ja tiek uzskatīts, ka tāds preču zīmes elements kā gadskaitlis "1717", sniedz informāciju par konkrētu ar to apzīmēto preču vai pakalpojumu iezīmi, piemēram, liecinot, ka šīs preces ir ražotas, izmantojot gadsimtiem sena uzņēmuma zinātību, un tām piemīt īpašs kvalitātes līmenis, šīs informācijas neprecizitāti un līdz ar to preču zīmes iespējami maldinošo raksturu jebkurā gadījumā var novērtēt tikai, ņemot vērā preču vai pakalpojumu iezīmes, kādas tās ir norādītas reģistrācijas pieteikumā. Šādas iezīmes neietver gadu, kad preču zīmes īpašnieks faktiski ticis dibināts (šajā lietā – 2009. gads).

50. Šajā ziņā atgādinu, ka manos secinājumos lietā *PMJC*[15] paskaidroju, ka Tiesa jau ir nospriedusi, ka, "lai varētu secināt, ka preču zīme ir reģistrēta, neņemot vērā atteikuma pamatu saistībā ar maldināšanas risku, ir jāpierāda, ka apzīmējums, kas ir iesniegts, lai to reģistrētu kā preču zīmi, *pats par sevi* rada šādu risku"[16]. Kā apgalvo *Fauré Le Page*, Francijas valdība un Komisija, Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā noteiktais pamats spēkā neesībai prasa konstatēt, ka reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī preču zīme *pēc būtības* bija maldinoša[17] tādā nozīmē, ka sabiedrība no tās noteikti iegūtu nepatiesu informāciju attiecībā uz pieteikumā uzskaitītajām precēm vai pakalpojumiem. Citiem vārdiem sakot, jau *sākotnēji*[18] bija jāpastāv neatbilstībai starp preču zīmes sniegto informāciju un pieteikumā norādīto preču vai pakalpojumu iezīmēm[19].

[15] C-168/24, EU:C:2025:221 (turpmāk tekstā – "mani secinājumi lietā *PMJC*"). Skat. šo secinājumu 41. un 46. punktu.

[16] Skat. spriedumu, 2017. gada 8. jūnijs, *W. F. Gözze Frottierweberei* un *Gözze* (C-689/15, EU:C:2017:434, 55. punkts un tajā minētā judikatūra). Mans izcēlums. Minētais spriedums attiecās uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta, nevis Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta interpretāciju. Tomēr to pēc analoģijas var piemērot pēdējās minētās tiesību normas interpretācijai.

[17] Pēc analoģijas skat. spriedumu, 2025. gada 3. septembris, *Verband der Islamischen Kulturzentren/EUIPO – Inaba Shokuhin* ("TUNA") (T-377/24, nav publicēts, EU:T:2025:825, 80. punkts un tajā minētā judikatūra). Skat. arī 41. un 44. punktu manos secinājumus lietā *PMJC* un tajos minēto judikatūru.

[18] Pēc analoģijas skat. spriedumu, 2022. gada 29. jūnijs, *Hijos de Moisés Rodríguez González/EUIPO* – Īrija un *Ornua* ("La Irlandesa 1943") (T-306/20, EU:T:2022:404, 68. punkts).

[19] Pēc analoģijas skat. šo secinājumu 37. punktā minēto judikatūru.

51. No tā izriet, ka, novērtējot maldinošu raksturu saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu, nav jāņem vērā nekādi īpaši apstākļi, kas neizriet no pašas preču zīmes vai no reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī iesniegtā ar šo preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu saraksta [20].

52. Šajā lietā nav neatbilstības starp preču zīmes sniegto informāciju un preču vai pakalpojumu iezīmēm, kuras var secināt no reģistrācijas pieteikuma. Proti, pieteikumā iekļautajā preču sarakstā – t.i.: "āda un ādas imitācijas; ceļasomas un čemodāni; bagāžas somas; rokassomas" – nav nekā tāda, kas varētu nonākt pretrunā ar informāciju, ko, kā apgalvots, sniedz apstrīdētās preču zīmes, t.i., ka ar šīm preču zīmēm aptvertās preces ir ražotas, izmantojot gadsimtiem veca uzņēmuma zinātību, un tām piemīt īpašs kvalitātes līmenis. Fakts, ka *Fauré Le Page Paris* un *Fauré Le Page Maroquinier* tika izveidoti attiecīgi tikai 2009. un 2011. gadā, nevar tikt ņemts vērā, jo, kā paskaidroju, šī informācija nav ietverta nedz pašās apstrīdētajās preču zīmēs, nedz ar tām aptverto preču vai pakalpojumu sarakstā.

53. Tomēr *Goyard* apgalvo, ka starp dažādajiem piemēriem, kas minēti Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktā un atgādināti šo secinājumu 31. punktā, piemērs par "ģeogrāfisko izcelsmi" nozīmē, ka jāņem vērā apstākļi, kas saistīti ar attiecīgo preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas vietu un kas nav saistīti ar pašu preču zīmi vai ar to aptverto preču vai pakalpojumu sarakstu. Pēc *Goyard* domām, no tā izriet, ka tādi elementi kā, piemēram, šajā lietā fakts, ka *Fauré Le Page Paris* un *Fauré Le Page Maroquinier* tika dibināti attiecīgi 2009. un 2011. gadā, – kas nav norādīts nedz pašā preču zīmē, nedz ar to aptverto preču vai pakalpojumu sarakstā – varētu tikt ņemts vērā, lai konstatētu preču zīmes spēkā neesību saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu.

54. Arī tam nepiekrītu. Vispirms jāatzīst, ka nedz Tiesas, nedz arī Vispārējās tiesas judikatūrā nav piemēru, kad preču zīme būtu faktiski atzīta par tādu, kas var maldināt sabiedrību šīs tiesību normas vai Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunkta (kas, kā paskaidroju iepriekš šo secinājumu 35. punktā, ir formulēts identiski Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktam) izpratnē attiecībā uz preču vai pakalpojumu, kas ar to ir aptvertas, "ģeogrāfisko izcelsmi".

55. Tomēr man šķiet, ka, piemērojot Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunktu, Vispārējā tiesa ir pieņēmusi plašu "ģeogrāfiskās izcelsmes" jēdziena interpretāciju, saprotot to kā atsauci uz preču vai pakalpojumu izcelsmes vietu – piemēram, vecu lauku māju –, kurai nav jābūt konkrētai ģeogrāfiskai vietai [21].

56. Pamatojoties uz to, varu viegli iedomāties, ka, piemēram, preču zīme, kurā ietverti vārdi "No meža", varētu tikt atzīta par spēkā neesošu saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu attiecībā uz precēm, kas reģistrācijas pieteikumā būtu aprakstītas kā "mēbeles, kas izgatavotas no materiāliem, kuri imitē koksni (piemēram, plastmasu)", pamatojoties uz to, ka šāda preču zīme var maldināt sabiedrību ne tikai attiecībā uz to sastāvu, bet arī attiecībā uz attiecīgo produktu izcelsmes vietu. Šādu novērtējumu var veikt, neņemot vērā nekādus citus elementus kā vien pašu preču zīmi un ar to aptverto preču vai pakalpojumu sarakstu.

[20] Pēc analoģijas skat. spriedumu, 2025. gada 3. septembris, *Verband der Islamischen Kulturzentren/EUIPO – Inaba Shokuhin* ("TUNA") (T-377/24, nav publicēts, EU:T:2025:825, 81.–83. punkts).

[21] Skat. spriedumu, 2017. gada 27. jūnijs, *Aldi Einkauf/EUIPO – Fratelli Polli* ("ANTICO CASALE") (T-327/16, nav publicēts, EU:T:2017:439, 46.–52. punkts). Tomēr minētajā spriedumā Vispārējā tiesa ir apstiprinājusi Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas padomes secinājumus, uzskatot, ka attiecīgā sabiedrība vārdus "antico casale" neuztvertu kā pietiekami konkrētu un skaidru vēstījumu un līdz ar to neuzskatītu šo preču zīmes elementu par attiecīgo preču ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, bet gan par tīri slavinošu izteicienu.

57. Tādējādi mani nepārliecina *Goyard* arguments, ka atsauce uz preču vai pakalpojumu "ģeogrāfisko izcelsmi" šajā tiesību normā neizbēgami nozīmē, ka jāņem vērā arī ārēji elementi [22].

58. Ievērojot šos apsvērumus, uzskatu, ka šajā lietā to, ka *Fauré Le Page Paris* un *Fauré Le Page Marroquinier* tika dibināti attiecīgi 2009. un 2011. gadā, nevar ņemt vērā, lai konstatētu, ka apstrīdētās preču zīmes ir tādas, kas var maldināt sabiedrību, un tādēļ būtu jāatzīst par spēkā neesošām saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu. Pamatojoties uz to un neskarot iesniedzējtiesas konstatējumus, man ir grūti saskatīt, kā šajā tiesību normā paredzēto spēkā neesības pamatu varētu piemērot šīm preču zīmēm.

C. Nobeiguma piezīmes: atšķirība starp spēkā neesību, atcelšanu un citiem tiesiskās aizsardzības līdzekļiem

59. Kā jau paskaidroju ievadā, *Goyard* galvenais arguments attiecībā uz apstrīdētajām preču zīmēm ir tāds, ka tās satur elementu – gadskaitli "1717" –, kas sabiedrībai varētu radīt (maldīgu) iespaidu, ka ar preču zīmi aptverto preču sākotnējais ražotājs (*Maison Fauré Le Page*, dibināts 1716. gadā) joprojām ir iesaistīts to ražošanā, lai gan pašreizējais īpašnieks (*Fauré Le Page Paris*), tika dibināts 2009. gadā.

60. Lai pabeigtu savu vērtējumu, piebildīšu, ka tādas preču zīmes kā apstrīdētās preču zīmes atzīšana par spēkā neesošu saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu tikai šā iemesla dēļ, manuprāt, būtu pretrunā pamatprincipam, ka preču zīmes ir autonomi komercdarījumu objekti. To īpašumtiesības var nodot no vienas personas vai uzņēmuma citam, un šāda nodošana pati par sevi nepadara preču zīmi par spēkā neesošu. Būtībā to Tiesa ir nospriedusi spriedumā *Emanuel* attiecībā uz preču zīmi, kurā ietverts attiecīgo apģērbu sākotnējās dizaineres vārds, kura vairs nebija iesaistīta to ražošanā [23].

61. No lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu saprotu, ka *Fauré Le Page* likumīgi iegādājās Francijas preču zīmi "Fauré Le Page" no *Saillard*, kas savukārt bija vienīgais sākotnējā *Maison Fauré Le Page* akcionārs un no kura *Fauré Le Page* vēlāk iegādājās visus aktīvus un pasīvus. Tāpat piekrītu *Fauré Le Page*, ka sabiedrība apzinās, ka preču zīmes – it īpaši tās, kas reģistrētas luksusa preču nozarē, kā tas ir šajā lietā – bieži atsaucas uz sākotnējā vai pirmā ražotāja dibināšanas gadu, pat ja šis ražotājs vairs nav atbildīgs par preču ražošanu. Tas ir likumsakarīgs rezultāts tam, ka gadsimtiem seni uzņēmumi laika gaitā reti paliek nemainīgi un praksē tiek iesaistīti dažādos darījumos – pārdošanā, atpirkšanā, restrukturizācijā un preču zīmju licencēšanā. Ir acīmredzams, ka šādi darījumi paši par sevi nevar automātiski padarīt preču zīmes par spēkā neesošām tikai tādēļ, ka tās satur elementus, kas attiecas uz to iepriekšējo vai sākotnējo īpašnieku.

[22] Turpretī, kā tiks izskaidrots šo secinājumu 62. punktā, piemērojot Direktīvas 2008/95 12. panta 2. punkta b) apakšpunktu, kas attiecas uz preču zīmju atcelšanu to maldinošā rakstura dēļ, var ņemt vērā arī citus elementus, kas nav pati preču zīme vai ar to aptverto preču vai pakalpojumu saraksts (piemēram, apstākļus, kas saistīti ar to, *kur* šīs preces vai pakalpojumi faktiski tiek ražoti vai sniegti). Piemēram, preču zīme "Mövenpick of Switzerland" tika atcelta, jo attiecīgās preces tika ražotas Vācijā (skat. Apelācijas pirmās padomes 2009. gada 12. februāra lēmumu lietā R 697/2008-1, *Biscosuisse – Chocosuisse* pret *Mövenpick Holding*, 17.–19. punkts).

[23] Skat. minētā sprieduma 45.–49. punktu. Skat. arī ģenerāladvokāta D. Ruisa-Harabo Kolomera [*D. Ruiz-Jarabo Colomer*] secinājumus lietā *Emanuel* (C-259/04, EU:C:2006:50, 35.–40. punkts). Visbeidzot, skat. spriedumu, 2009. gada 14. maijs, *Fiorucci/ITSB – Edwin* ("ELIO FIORUCCI") (T-165/06, EU:T:2009:157, 30.–34. punkts). Jāpiebilst, ka Līguma par ar tirdzniecību saistītām intelektuālā īpašuma tiesībām (*TRIPS*) 21. pantā ir noteikts, ka "reģistrētas preču zīmes īpašniekam ir tiesības pārrakstīt preču zīmi ar vai bez attiecīgā, ar zīmi saistītā biznesa nodošanas zīmes jaunajam lietotājam".

62. Tomēr, manuprāt, risinājums, ko ierosinu Tiesai pieņemt, neizslēdz iespēju *atcelt* šādas preču zīmes, ja apstākļi, kas saistīti ar to izmantošanu pēc reģistrācijas, liecina, ka sākotnējais ražotājs (vai iepriekšējais vai sākotnējais preču zīmes īpašnieks) vairs nav iesaistīts ar preču zīmi aptverto preču ražošanā vai pakalpojumu sniegšanā un ka tādēļ preču zīme var maldināt sabiedrību par šo preču vai pakalpojumu iezīmēm.

63. Šajā ziņā jāatgādina, ka manos secinājumos lietā *PMJC*[24] precizēju atšķirību starp Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu, kas attiecas uz spēkā neesamību, proti, uz to, vai preču zīmei vispār vajadzēja būt reģistrētai, un tās pašas direktīvas 12. panta 2. punkta b) apakšpunktu, kas attiecas uz atcelšanu, proti, uz to, vai preču zīme, kas tika likumīgi reģistrēta, tomēr jāatceļ, jo tā vairs neatbilst reģistrācijas nosacījumiem. Kā jau norādīju, saskaņā ar pirmo no minētajām tiesību normām nevar ņemt vērā elementus, kas nav ietverti pašā preču zīmē vai reģistrācijas pieteikumā norādītajā preču vai pakalpojumu sarakstā. Turpretim Direktīvas 2008/95 12. panta 2. punkta b) apakšpunktā ir noteikts, ka preču zīme ir atceļama, ja pēc reģistrācijas dienas "preču zīmes īpašnieka *lietošanas* vai *lietošanas ar viņa piekrišanu rezultātā* attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kam tā reģistrēta, tā var maldināt sabiedrību, jo īpaši attiecībā uz šo preču vai pakalpojumu īpašībām, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi"[25]. Saskaņā ar šo noteikumu var tikt ņemti vērā ārējie apstākļi, kas saistīti ar to, kā preču zīme ir izmantota kopš reģistrācijas.

64. No tā izriet, ka, lai gan preču zīme, kas satur elementus, kuri attiecas uz tās iepriekšējo vai sākotnējo īpašnieku vai uz ar to aptverto preču sākotnējo ražotāju vai pakalpojumu sniedzēju, nevar tikt atzīta par spēkā neesošu saskaņā ar Direktīvas 2008/95 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu, to tomēr var atcelt saskaņā ar minētās direktīvas 12. panta 2. punkta b) apakšpunktu, ja, piemēram, tiek pierādīts, ka pēc reģistrācijas preču zīme izmantota precēm, kuru ražošana pilnībā nav saistīta ar šo sākotnējo ražotāju. Atgādināšu, ka būtībā tāds ir secinājums, pie kura nonācu manos secinājumos lietā *PMJC*, kuros ierosināju Tiesai interpretēt minēto tiesību normu tā, ka tā neaizliedz preču zīmes, kuras pamatā ir tās radītāja uzvārds, *atcelšanu*, jo pēc nodošanas tā tiek izmantota tādā veidā, kas sabiedrībai faktiski liek domāt, ka preču zīmes radītājs joprojām ir iesaistīts ar šo preču zīmi apzīmēto preču radīšanā, lai gan tas tā vairs nav.

65. Visbeidzot jānorāda, ka Direktīvas 2008/95 7. apsvērumā ir paredzēts, ka tai "nebūtu jānoraida, ka preču zīmēm piemēro dalībvalstu tiesību normas, kas nav tiesību akti par preču zīmēm, kā normas, kas attiecas uz negodīgu konkurenci, civiltiesisko atbildību vai patērētāju tiesību aizsardzību". Kā Tiesa paskaidrojusi spriedumā *Emanuel*[26], "nepareizas" informācijas iekļaušana preču zīmē noteiktos apstākļos varētu būt uzskatāma par "krāpniecisku" rīcību – civiltiesiskās atbildības noteikšanas nolūkā – pat ja tā nav uzskatāma par maldināšanu minētās direktīvas 3. panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē. Tas it īpaši varētu būt tādā gadījumā, ja preču zīmes īpašnieks konkrētai sabiedrības daļai sevi pasniedz kā iepriekšējas līdzīgas preču zīmes īpašnieka juridisko vai ekonomisko pēcteci, lai gan starp abiem nepastāv nekādas turpinātības vai pēctecības attiecības.

[24] Skat. šo secinājumu 50.–54. punktu.

[25] Mans izcēlums.

[26] Skat. minētā sprieduma 50. punktu.

66. Šāds apstāklis, ja tas jau pastāvēja preču zīmes reģistrācijas brīdī, varētu tikt ņemts vērā arī, lai secinātu šīs preču zīmes spēkā neesamību, pamatojoties uz citu Direktīvas 2008/95 3. panta 2. punktā paredzēto pamatu, proti, tās 3. panta 2. punkta d) apakšpunktu, kas attiecas uz ļaunticīgi iesniegtiem pieteikumiem [27].

67. Tomēr jebkuras šādas alternatīvas prasības panākumi būtu atkarīgi no tā, vai varētu tikt pierādīts, ka preču zīmes īpašnieks – šajā gadījumā *Fauré Le Page* – apzināti centās radīt maldīgu iespaidu par turpinātību vai pēctecību. Kā to saprotu – neskarot vērtējumu, kas jāveic iesniedzējtiesai –, šķiet, ka tā tas šajā gadījumā nav, jo, kā jau iepriekš norādīts šo secinājumu 60. punktā, *Fauré Le Page* likumīgi iegādājās Francijas preču zīmi "Fauré Le Page" no *Saillard*, kas savukārt bija vienīgais sākotnējā *Maison Fauré Le Page* akcionārs un no kura *Fauré Le Page* vēlāk iegādājās visus aktīvus un pasīvus.

V. Secinājumi

68. Ņemot vērā visus iepriekš minētos apsvērumus, ierosinu Tiesai uz *Cour de cassation* (Kasācijas tiesa, Francija) uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2008/95/EK (2008. gada 22. oktobris), ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 3. panta 1. punkta g) apakšpunkts

jāinterpretē tā, ka gadskaitļa iekļaušana preču zīmē, ko sabiedrība varētu saprast kā preču zīmes īpašnieka dibināšanas gadu, lai gan tas tā nav, pati par sevi nevar būt par iemeslu šīs preču zīmes atzīšanai par spēkā neesošu. Lai preču zīmi atzītu par spēkā neesošu saskaņā ar šo tiesību normu, tai jābūt tādai, kas var maldināt sabiedrību attiecībā uz kādu ar to apzīmēto preču vai pakalpojumu iezīmi, un tajā jābūt pietiekami konkrētam šīs iezīmes aprakstam. Turklāt jebkādi apstākļi, piemēram, preču zīmes pašreizējā īpašnieka faktiskais dibināšanas gads, kas nav saistīti ar pašu preču zīmi vai reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī norādīto ar to aptverto preču un pakalpojumu sarakstu, nebūtu jāņem vērā vērtējumā saskaņā ar šīs direktīvas 3. panta 1. punkta g) apakšpunktu.

[27] Skat. pēc analoģijas attiecībā uz Regulu Nr. 207/2009 spriedumu, 2022. gada 6. jūlijs, *Zdút/EUIPO – Nehera* u.c. ("nehera") (T-250/21, EU:T:2022:430, 68. punkts). Šajā regulā Direktīvas 2008/95 3. panta 2. punkta d) apakšpunktam līdzvērtīga tiesību norma ir 52. panta 1. punkta b) apakšpunkts.