# ĢENERĀLADVOKĀTES JULIANAS KOKOTES [*JULIANE KOKOTT*] SECINĀJUMI,
sniegti 2011. gada 7. aprīlī[1]

## I — Ievads

1. Vai uzņēmums var pildīt savu preci konkurenta izmantotā iepakojumā un pārdot to šajā formā, ja šis iepakojums ir aizsargāts kā preču zīme? Šis jautājums rodas apskatāmajā gadījumā. Ja, piemēram, iedomājamies pazīstamo kokakolas pudeli, atbilde šķiet acīmredzama. Taču vai tas ir piemērojams arī tad, ja runa ir par inovatīvu gāzes gāzes balonu, par kuru pircējs ir samaksājis vairāk nekā par tajā ietverto gāzi?

## II — Piemērojamās tiesību normas

2. Nozīmīga ir Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmā direktīva 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm[2] (turpmāk tekstā — "Preču zīmju direktīva").

3. Tiesības, ko piešķir preču zīme, ir noteiktas Preču zīmju direktīvas 5. pantā:

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

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

b) jebkuru apzīmējumu, ja tā identitātes vai līdzības preču zīmei un preču vai pakalpojumu, uz ko attiecas preču zīme, identitātes vai līdzības dēļ pastāv varbūtība maldināt sabiedrību [sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja], kas ietver asociācijas iespēju starp apzīmējumu un preču zīmi.

2. Ikviena dalībvalsts var arī paredzēt, ka īpašniekam ir tiesības aizkavēt visas trešās personas, kam nav viņa piekrišanas, lietot komercdarbībā jebkuru apzīmējumu, kas ir identisks vai līdzīgs preču zīmei attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi

1 — Oriģinālvaloda — vācu.

2 — OV 1989, L 40, 1. lpp., pēdējo reizi grozīta ar Līguma par Eiropas Ekonomikas zonu XVII pielikumu, OV 1994, L 1, 482. lpp., atcelta un aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvu 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (kodificēta versija, OV L 299, 25. lpp.).

tiem, kam šī preču zīme reģistrēta, ja pēdējai ir reputācija dalībvalstī un, ja šīs zīmes nepamatota lietošana rada negodīgas priekšrocības [kas izriet no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas,] vai rada kaitējumu preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai.

3. Saskaņā ar šī panta 1. un 2. punktu cita starpā var aizliegt šādas darbības:

a) apzīmējuma piestiprināšanu precēm vai to iepakojumam;

b) preču piedāvāšanu vai to laišanu tirgū, vai uzkrājumu veidošanu šiem nolūkiem, izmantojot šo apzīmējumu, vai pakalpojumu piedāvāšanu vai sniegšanu ar šo apzīmējumu nosaukumu;

c) preču importu vai eksportu, izmantojot šo apzīmējumu;

d) izmantot apzīmējumu darījumu dokumentos un reklāmā."

4. Preču zīmju direktīvas preambulas desmitajā apsvērumā preču zīmes aizsardzības mērķis ir paskaidrots šādi:

"Aizsardzība, ko iegūst reģistrēta preču zīme, kuras funkcija jo īpaši ir garantēt preču zīmi kā izcelsmes norādi, ir absolūta identitātes gadījumā starp preču zīmi un tās apzīmējumu un starp precēm vai pakalpojumiem; [..]"

5. Preču zīmju direktīvas 7. pantā tiek regulēta preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšana, kā arī pēc tam pastāvošās preču zīmes īpašnieka tiesības:

"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."

6. Atbilstoši iesniedzējtiesas norādēm šīs tiesību normas Dānijā tika transponētas Preču zīmju direktīvas redakcijai līdzīgā redakcijā.

**III — Lietas apstākļi un lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu**

7. Atbilstoši lūgumam sniegt prejudiciālu nolēmumu lietas apstākļus var rezumēt šādi:

8. *BP Gas A/S* (turpmāk tekstā — "*BP*", kas ir kļuvusi par *Kosan Gas A/S*, turpmāk tekstā — "*Kosan*") savā komercdarbībā ražo tostarp

gāzes balonus un pārdod tos gan privātpersonām, gan uzņēmumiem. *BP* nosaukums un firmas zīme ir reģistrēti kā Kopienas preču zīmes. Gan vārdiska preču zīme, gan grafiska preču zīme tostarp ir reģistrētas attiecībā uz ķīmiskajām precēm, tajā skaitā gāzi.

9. Kopš 2001. gada *BP* izplata Dānijā gāzi balonos, izmantojot tā dēvētos kompozīta balonus (vieglus balonus). Balona īpašā forma ir reģistrēta kā Kopienas preču zīme un kā Dānijas preču zīme. Abas reģistrācijas attiecas uz trīsdimensiju preču zīmēm, kuras aptver gan gāzveida degvielu, gan šķidrās degvielas konteinerus [3]. *BP* izmanto kompozīta balonus saskaņā ar ekskluzīvā izplatītāja līgumu, kurš noslēgts ar Norvēģijas balonu ražotāju. *BP* ir ekskluzīvā licence kompozīta balona kā tā saucamās formas preču zīmes (*vareudstyrsmærke*) izmantošanai Dānijā, un tai šajā valstī ir tiesības vērsties pret tiesību pārkāpumiem, kas saistīti ar preču zīmi. Kompozīta baloniem ir piestiprināta *BP* vārdiska preču zīme un/vai grafiska preču zīme.

10. Pirmo reizi iegādājoties ar gāzi pildītu kompozīta balonu no viena no *BP* izplatītājiem, patērētājs samaksā arī par balonu, kurš tādējādi kļūst par patērētāja īpašumu. *BP* komercdarbība ir saistīta arī ar tukšo balonu uzpildi. Šī procesa ietvaros patērētājs, samaksājot cenu par gāzi, pie viena no *BP* izplatītājiem tukšu kompozīta balonu var apmainīt pret attiecīgu *BP* piepildītu balonu.

11. *Viking Gas A/S* (turpmāk tekstā — "*Viking*") darbojas gāzes pārdošanas un ar to saistītu aktivitāšu jomā, bet pati neražo gāzi. Dānijā tai ir viena uzpildes stacija, no kuras baloni, tajā skaitā kompozīta baloni, pēc to uzpildīšanas ar gāzi tiek izplatīti neatkarīgiem izplatītājiem, ar kuriem *Viking* sadarbojas. Pēc uzpildīšanas *Viking* balonam uzlīmē etiķeti, uz kuras ir norādīts *Viking* nosaukums un uzpildes stacijas numurs, kā arī citu etiķeti, uz kuras ir sniegta ar likumu noteikta informācija attiecībā tostarp uz uzpildes staciju un balona saturu. Uz balona uzliktas *BP* preču zīmes netiek ne noņemtas, ne nosegtas. Pie viena no *Viking* izplatītājiem patērētājs, samaksājot cenu par gāzi, tukšu gāzes balonu, ieskaitot kompozīta balonu, var apmainīt pret attiecīgu *Viking* piepildītu balonu.

12. *BP* par gāzes baloniem agrāk izmantoja arī citus balonus. Šajā gadījumā runa bija par viena veida tērauda baloniem, kādus vienveidīgi lielā daļā pasaules valstu izmanto gandrīz visi tirgus dalībnieki, proti, dažāda izmēra

3 — Atbilstošās Kopienas preču zīmes reģistrācija (Nr. 003780343) ir piemērojama arī gāzes baloniem.

vienveidīgiem, dzelteniem tērauda baloniem. Šie citi baloni nav reģistrēti kā formas preču zīmes, bet uz tiem tāpat kā uz kompozīta baloniem ir norādīta *BP* vārdiska preču zīme un/vai grafiska preču zīme. *Viking* apgalvo, ka *BP* esot gadiem piekritusi un turpinot piekrist tam, ka šos (citus) balonus atkārtoti uzpilda citi komersanti.

13. Tiesvedībā runa ir par to, vai, uzpildot uz pārdodot gāzi *BP* kompozīta balonos, *Viking* ir pārkāpusi tās preču zīmes tiesības. Divās iepriekšējās instancēs *Viking* tika aizliegts izmantot *BP* formas preču zīmi un citas preču zīmes, pārdošanas nolūkā uzpildot tās kompozīta balonus ar balonu gāzi.

14. Pamatojoties uz minēto, *Højesteret*, Dānijas Augstākā tiesa, lūdz Eiropas Kopienu Tiesu atbildēt uz šādiem jautājumiem:

"1) Vai Preču zīmju direktīvas 5. pants, lasot to kopsakarā ar 7. pantu, ir interpretējams tādējādi, ka sabiedrība B, uzpildot ar gāzi un pārdodot sabiedrības A izcelsmes gāzes balonus, ir vainojama par tiesību pārkāpumiem, kas saistīti ar preču zīmi, ja pastāv šādi apstākļi:

a) A pārdod gāzi tā dēvētajos kompozīta balonos, kuriem ir īpaša forma un kuri kā tādi, tas ir, kā formas preču zīme, ir reģistrēti kā Dānijas preču zīme un Kopienas preču zīme. A nav šīs formas preču zīmes īpašniece, bet tai ir ekskluzīva licence to izmantot Dānijā, un tai šajā valstī ir tiesības vērsties pret tiesību pārkāpumiem, kas saistīti ar preču zīmi;

b) pirmo reizi iegādājoties ar gāzi pildītu kompozīta balonu no viena no A izplatītājiem, patērētājs samaksā arī par balonu, kurš tādējādi kļūst par patērētāja īpašumu;

c) kompozīta balonu uzpildīšanu A veic tādējādi, ka patērētājs, samaksājot cenu par gāzi, pie viena no A izplatītājiem tukšus kompozīta balonus var apmainīt pret attiecīgiem A piepildītiem baloniem;

d) B komercdarbība ietver gāzes balonu, tajā skaitā kompozīta balonu, uz kuriem attiecas a) jautājumā minētā formas preču zīme, uzpildīšanu ar

gāzi, turklāt patērētājs, samaksājot cenu par gāzi, pie viena no B izplatītājiem tukšus kompozīta balonus var apmainīt pret attiecīgu B piepildītiem baloniem;

e) uzpildot attiecīgos kompozīta balonus ar gāzi, B uz tiem uzlīmē etiķetes, uz kurām norādīts, ka uzpildīšanu ir veicis B?

2) Ja pieņem, ka patērētājiem parasti radīsies iespaids, ka starp B un A ir saikne, vai tam ir nozīme, atbildot uz 1. jautājumu?

3) Ja atbilde uz pirmo jautājumu ir noraidoša, vai varētu izdarīt citu secinājumu, ja kompozīta baloniem — neskarot to, ka uz tiem attiecas minētā formas preču zīme — ir piestiprināta (uz balona uzspiesta) arī A reģistrēta grafiska un/vai vārdiska preču zīme, kura ir redzama neatkarīgi no B uzlīmētās etiķetes?

4) Apstiprinošas atbildes uz 1. vai 3. jautājumu gadījumā, vai varētu izdarīt citu secinājumu, ja pieņemtu, ka attiecībā uz cita veida baloniem, uz kuriem neattiecas minētā formas preču zīme un kuriem ir piestiprināta A vārdiska un/vai grafiska preču zīme, A gadiem ir piekritusi un turpina piekrist tam, ka balonu atkārtotu uzpildīšanu veic citas sabiedrības?

5) Apstiprinošas atbildes uz 1. vai 3. jautājumu gadījumā, vai varētu izdarīt citu secinājumu, ja pats patērētājs vēršas tieši pie B un tajā:

a) samaksājot cenu par gāzi, tukšu kompozīta balonu apmaina pret atbilstošu B uzpildītu balonu vai,

b) samaksājot cenu, liek uzpildīt līdzatnestu kompozīta balonu?"

15. Rakstveida procesā un 2011. gada 20. janvāra tiesas sēdē ir piedalījušās *Viking*, *Kosan* kā *BP* tiesību pārņēmēja, Itālijas Republika un Eiropas Komisija.

**IV — Tiesiskais vērtējums**

A — *Par pirmajiem četriem jautājumiem*

16. Ar pirmajiem četriem jautājumiem iesniedzējtiesa būtībā vēlas noskaidrot, vai, atkārtoti uzpildot gāzes balonus un izplatot tos, uzņēmums pārkāpj tāda cita uzņēmuma preču zīmes tiesības, kuram saistībā ar balonu pieder formas preču zīme attiecībā uz gāzi un gāzes konteineriem.

17. Saskaņā ar Preču zīmju direktīvas 5. panta 1. punkta pirmo teikumu preču zīme piešķir īpašniekam ekskluzīvas tiesības. Saskaņā ar 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu šīs ekskluzīvās tiesības ļauj īpašniekam aizliegt visām trešajām personām, kas nav saņēmušas viņa piekrišanu, lietot komercdarbībā apzīmējumu, kas ir identisks preču zīmei, attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ir identiski tiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta preču zīme.

18. Kompozīta balons kā preču zīme ir reģistrēts attiecībā uz gāzi un gāzes baloniem. Izskatāmajā lietā tiek pārdotas abas preces, kas nepieciešami izraisa šīs preču zīmes izmantošanu attiecībā uz abām precēm. Pārdodot gāzes balonu, tas tiek apzīmēts ar preču zīmi, un gāzes balona uzpildīšana atbilst preču zīmes uzlikšanai precei "gāze". Tāpēc runa ir par gadījumu, kuram ir piemērojams Preču zīmju direktīvas 5. panta 1. punkta a) apakšpunkts.

19. Preču zīmei identiskais apzīmējums — kompozīta balons — tiek izmantots arī komercdarbībā, jo izmantošana tiek veikta saistībā ar darbību, kas vērsta uz ekonomiska labuma gūšanu, nevis tikai privātajā jomā [4].

20. Preču zīmju direktīvas 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu aplūkojot izolēti, *Kosan* tādējādi būtu varējis aizliegt *Viking* pārdot no jauna uzpildītus kompozīta balonus. Tomēr, izvērtējot precīzāk, kļūst redzams, ka šīs no preču zīmes izrietošās tiesības ir pakļautas ievērojamiem ierobežojumiem. Šajā sakarā ir jānošķir balona pārdošana un gāzes pārdošana.

1) Par gāzes balona pārdošanu

21. Preču zīmju direktīvas 7. pantā ir paredzēts izņēmums no 5. pantā paredzētajām preču zīmes īpašnieka ekskluzīvajām tiesībām, jo tajā ir noteikts, ka preču zīmes īpašnieka tiesības aizliegt ikvienai trešai personai tā preču zīmes izmantošanu ir beigušās, ja

4 — 2002. gada 12. novembra spriedums lietā C-206/01 *Arsenal Football Club* (*Recueil*, I-10273. lpp., 40. punkts).

īpašnieks preces laidis tirgū EEZ [5] vai ja tās ir laistas šajā tirgū ar īpašnieka piekrišanu, ja vien preču zīmes īpašnieka iebildumu pret minēto preču turpmāku tirdzniecību izvirzīšanu neattaisno likumīgi iemesli [6].

22. Lietotu preču, ko sākotnēji ar šo preču zīmi laidis tirgū preču zīmes īpašnieks vai persona, kurai īpašnieks ir devis šādas tiesības, tālākpārdošana, kuru veic trešā persona, ir "preču turpmāka tirdzniecība" Preču zīmju direktīvas 7. panta izpratnē. Preču zīmes izmantošanu šīs tālākpārdošanas nolūkā minētais īpašnieks var aizliegt tikai tad, ja tā iebildumus pret šo tirdzniecību attaisno "likumīgi iemesli" 7. panta 2. punkta izpratnē [7].

23. Preču zīmju direktīvas 7. panta 2. punktā likumīgs iemesls iebildumiem ir paredzēts it īpaši tad, ja pēc laišanas tirgū preču stāvoklis ir izmainījies vai pasliktinājies. Tomēr likumīgs iemesls ir arī tad, ja preču zīmei identiska apzīmējuma izmantošana nopietni apdraud tās reputāciju [8].

24. Šajā lietā reputācijas apdraudējuma stāvokļa izmaiņas rezultātā iespēja izriet tikai no *Kosan* — *BP* tiesību pārņēmējas — argumentācijas par gāzes balona sprādziena vai uguns, kas iznīcinātu balona apzīmējumu, risku. Ja, piemēram, uzpildīšanā pieļautu kļūdu vai izmantotās gāzes īpašu raksturojumu dēļ par šādu negadījumu būtu atbildīga *Viking*, bet norāde uz šo atbildību būtu zudusi, *Kosan* reputācijai varētu tikt nodarīts kaitējums.

25. Tomēr lietotu priekšmetu tālākpārdošanas gadījumā šāds risks ir tipisks, un tādējādi izsmelšanas principa ietvaros tas pamatā tiek akceptēts. Var pat iedomāties lielu preču skaitu, kas, tās pārdodot tālāk, varētu radīt izteikti lielāku kaitējuma risku nekā no jauna uzpildīts gāzes balons, nepastāvot ražotāja iespējai iebilst pret tālākpārdošanu: pietiek iedomāties visus iespējamos transportlīdzekļu veidus, it īpaši automašīnas, motociklus vai divriteņus. Tiem, ņemot vērā jau to iepriekšējo izmantošanu, var būt slēpti iepriekšējie

5 — Izplatīšana citās dalībvalstīs būtu pamats izsmelšanai attiecībā uz baloniem, kurus *Viking* vēlāk ieved Dānijā; skat. 1976. gada 22. jūnija spriedumu lietā 119/75 *Terrapin* ("Overseas") (*Recueil*, 1039. lpp., 6. punkts), 1981. gada 20. janvāra spriedumu apvienotajās lietās 55/80 un 57/80 *Musik-Vertrieb membran* un *K-tel International* (*Recueil*, 147. lpp., 10. punkts) un 1998. gada 28. aprīļa spriedumu lietā C-200/96 *Metronome Musik* (*Recueil*, I-1953. lpp., 14. punkts).

6 — 2010. gada 8. jūlija spriedums lietā C-558/08 *Portakabin* un *Portakabin* (Krājums, I-6963. lpp., 74. punkts).

7 — Spriedums lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 76. punkts).

8 — Spriedums lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 79. punkts).

defekti, kuri pēc tam izraisa negadījumus ar ieguvēju, kas, iespējams, rada kaitējumu ražotāja reputācijai.

26. Taču bez preču stāvokļa izmaiņām vai pasliktināšanās preču zīmes īpašnieks, neraugoties uz šo risku reputācijai, nevar iebilst pret preces tālākpārdošanu, kas apzīmēta ar tā preču zīmi.

27. Lai gan *Kosan* turklāt ir atbildības risks atbilstoši tiesībām, kuras ir saistītas ar atbildību par precēm, tomēr saskaņā ar Direktīvas 85/374/EEK [9] 4. pantu šīs atbildības priekšnosacījums ir tas, ka aizskartā persona pierāda trūkuma un cēloņsakarības starp trūkumu un kaitējumu esamību. Tādējādi, ja nav preces trūkuma, par kuru būtu atbildīga *Kosan*, nav arī atbildības par preci. Tāpēc arī šis risks nav pamats likumīgai interesei iebilst pret tālākpārdošanu.

28. Likumīgs iemesls Preču zīmju direktīvas 7. panta 2. punkta izpratnē pastāv arī tad, ja tālākpārdevējs rada iespaidu, ka tas un preču zīmes īpašnieks ir ekonomiski saistīti, proti, ka tālākpārdevēja uzņēmums ietilpst šīs preču zīmes īpašnieka izplatīšanas tīklā vai ka starp abiem uzņēmumiem ir īpašas attiecības. Šis iespaids būtu maldinošs, un turklāt tas nav vajadzīgs, lai nodrošinātu preču, kuras tirgū EEZ ar preču zīmi ir laidis tās īpašnieks vai kuras šajā tirgū ir laistas ar īpašnieka piekrišanu, turpmāku tirdzniecību, un tātad lai nodrošinātu 7. pantā paredzētā izsmelšanas noteikuma mērķi [10].

29. Tāpēc, balonus atbilstoši marķējot, jābūt izslēgtam iespaidam, ka abi uzņēmumi ir saistīti, kā uz to ir norādīts 2. jautājumā. Ja, kā tas ir minēts 4. jautājumā, patērētāji ir pieraduši, ka gāzes balonus atkārtoti uzpilda citi uzņēmumi, tam nebūtu jābūt nepārvaramam šķērslim [11].

30. Tomēr iespējamas kompozīta baloniem piestiprinātas *Kosan* preču zīmes, ar kurām tiek norādīts uz balona izcelsmi, ar minētajām uzlīmēm nevajadzētu ietekmēt tādā mērā, lai tās tiktu nosegtas. Proti, šajā gadījumā tiktu apdraudēta preču zīmes būtiskā funkcija, tas ir, funkcija norādīt un garantēt preces sākotnējo izcelsmi, un patērētājam tiktu radīti šķēršļi atšķirt preču zīmes īpašnieka preces no tālākpārdevēja vai citu trešo personu precēm [12].

9 — Padomes 1985. gada 25. jūlija Direktīva par dalībvalstu normatīvo un administratīvo aktu tuvināšanu attiecībā uz atbildību par produktiem ar trūkumiem (OV L 210, 29. lpp.) redakcijā, kas ir ieviesta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1999. gada 10. maija Direktīvu 1999/34/EK (OV L 141, 20. lpp.).

10 — Spriedums lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 80. punkts).

11 — Skat. spriedumu lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 84. punkts).

12 — Spriedums lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 86. punkts).

31. Lai gan nav droši, ka ar preču zīmes noņemšanu katrā gadījumā netiek pieļauta preču turpmāka izplatīšana [13], tad tomēr, ja šīs noņemšanas pamatā nav ieguvēja likumīga interese [14], preču zīmju tiesības aizsargā preču zīmes īpašnieka pamatā likumīgo interesi apzīmēt savu sniegumu.

2) Par gāzes pārdošanu

32. Tā kā iesniedzējtiesa norāda, ka balonam piestiprinātas *Kosan* preču zīmes netiekot nedz noņemtas, nedz arī nosegtas, un 3. jautājumā prasa, vai šis apstāklis ietekmē secinājumu, ir jāpieņem, ka no jauna uzpildītu kompozīta balonu apzīmējumi minētajām prasībām ir pietiekami.

35. Šajā posmā ir jāpārbauda, vai preču zīmes tiesību īpašnieks var iebilst pret gāzes pārdošanu gāzes balonā, kas ir reģistrēts kā preču zīme.

33. Kas attiecas uz kompozīta balonu ekskluzīvas izmantošanas attiecībā uz balonu gāzes izplatīšanu interesi, to nesedz preču zīmes kā gāzes balonu izcelsmes norādes aizsardzība. Šī interese tāpēc ir jāizskata turpmāk saistībā ar gāzes pārdošanu.

36. Par tiesību uz preču zīmi, ko iemieso kompozīta balons, izsmelšanu attiecībā uz *Viking* uzpildīto gāzi nevar būt runa, jo tiesību īpašnieks šo gāzi ar šo preču zīmi pirms tam nav laidis tirgū. Līdz ar to Preču zīmju direktīvas 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta piemērošana ar 7. panta 1. punktu nav izslēgta.

34. Tāpēc gāzes balons, kas ir reģistrēts kā preču zīme, pēc tam, kad īpašnieks to pirmo reizi ir laidis tirgū, var tikt pārdots tālāk, ja vien īpaši apstākļi rada pamatu likumīgai interesei, kas attaisno preču zīmes īpašnieka iebildumus. Tomēr aplūkojamajā gadījumā šāda interese nav saskatāma.

37. Preču zīmes īpašnieks, pamatojoties uz Preču zīmju direktīvas 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu, nevar iebilst pret preču zīmei identiska apzīmējuma izmantošanu, ja šī izmantošana nevar apdraudēt nevienu no

13 — Ilustratīvi ir ģenerāladvokāta Jēskinena [*Jääskinen*] 2010. gada 9. decembra secinājumi lietā C-324/09 *L'Oréal* u.c. (atrodas izskatīšanā Tiesā; 73. un nākamie punkti.).

14 — Šādā veidā gala patērētājiem gadījumā, ja preču zīmes ir skaidri redzamas, varētu būt likumīga interese nebūt par preču zīmes īpašnieka reklāmas prezentētājiem un, preci vēlāk pārdodot tālāk, preču zīmes noņemšanai nevajadzētu radīt šķērsli.

preču zīmes funkcijām [15]. Šo funkciju skaitā ietilpst ne tikai preču zīmes pamatfunkcija — garantēt patērētājiem preces vai pakalpojuma izcelsmi [16] —, bet arī citas tās funkcijas, proti, funkcija garantēt šīs preces vai šī pakalpojuma kvalitāti, vai saziņas, investīciju vai reklāmas funkcija [17].

39. Tādējādi izcelsmes norādes funkcija tiek traucēta ne tikai tad, ja patērētājs, iegādājoties cita uzņēmuma uzpildītu gāzes balonu, pieņems, ka runa ir par preču zīmes īpašnieka gāzi, bet arī tad, ja 2. jautājuma izpratnē patērētājiem parasti radīsies priekšstats, ka starp preču zīmes īpašnieku un uzņēmumu, kas veic uzpildīšanu, ir saistība. Pret šādu izmantošanu preču zīmes tiesību īpašnieks varētu iebilst.

a) Par izcelsmes norādes funkciju

38. Preču zīmes izcelsmes norādes funkcija tiek traucēta tad, ja izmantošana neļauj vai tikai ar grūtībām ļauj samērā informētam un apdomīgam patērētājam zināt, vai apzīmēto preču vai pakalpojumu izcelsme ir preču zīmes īpašnieks vai ar to ekonomiski saistīts uzņēmums, vai, tieši pretēji, trešā persona [18].

40. Tomēr izcelsmes norādes funkcijas traucējums ir izslēdzams tad, ja kļūdas [iespēju] attiecībā uz gāzes izcelsmi vai arī saistību starp preču zīmes īpašnieku un uzņēmumu, kas veic uzpildīšanu, var efektīvi novērst, veicot attiecīgu marķēšanu. Šajā sakarā nepietiek tikai ar attiecīgo norāžu izvienošanu pārdošanas vietās, jo ārpus pārdošanas vietas varētu rasties iespaids, ka balonos atrodas preču zīmes īpašnieka iepildītā gāze [19]. Turpretim šo iebildumu nevarētu izvirzīt pret paša balona apzīmēšanu.

41. Tas, vai iesniedzējtiesas minētās uzlīmes pietiekami skaidri parāda, vai balonā esošā gāze nav preču zīmes īpašnieka izcelsmes,

15 — Spriedums lietā *Arsenal Football Club* (minēts 4. zemsvītras piezīmē, 51. punkts), 2009. gada 18. jūnija spriedums lietā C-487/07 *L'Oréal* u.c. (Krājums, I-5185. lpp., 60. punkts), 2010. gada 23. marta spriedums apvienotajās lietās no C-236/08 līdz C-238/08 *Google France* un *Google* (Krājums, I-2417. lpp., 76. punkts), kā arī spriedums lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 29. punkts).

16 — Tā kā Preču zīmju direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunkta nosacījums ir sajaukšanas iespēja, tātad izcelsmes norādes funkcijas traucēšana, tad apzīmējumu, kas nav identiski, gadījumā no preču zīmes izrietošo tiesību aizskārums tikai pārējo preču zīmes funkciju dēļ ir grūti iedomājams; skat. spriedumu lietā *L'Oréal* u.c. (minēts 15. zemsvītras piezīmē, 59. punkts), kā arī spriedumu lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 50. un nākamie punkti), skat. arī ģenerāladvokāta Pojareša Maduru [*Poiares Maduro*] 2009. gada 22. septembra secinājumus apvienotajās lietās no C-236/08 līdz C-238/08 *Google France* un *Google* (Krājums, I-2417. lpp., 100. punkts).

17 — Spriedums lietā *L'Oréal* u.c. (minēts 15. zemsvītras piezīmē, 58. punkts), spriedums lietā *Google France* un *Google* (minēts 15. zemsvītras piezīmē, 77. punkts), kā arī spriedums lietā *Portakabin* un *Portakabin* (minēts 6. zemsvītras piezīmē, 30. punkts).

18 — Spriedums lietā *Google France* un *Google* (minēts 15. zemsvītras piezīmē, 84. punkts un tajā minētā judikatūra).

19 — Spriedums lietā *Arsenal Football Club* (minēts 4. zemsvītras piezīmē, 57. punkts).

ir fakta jautājums. Šis jautājums jāpārbauda kompetentajai valsts tiesai.

42. Veicot šādu pārbaudi, nozīme būs tam, kā šī preču veida vidusmēra patērētājs uztver marķējumu [20], un līdz ar to komercpraksei balonu gāzes tirgū. Ja 4. jautājuma izpratnē patērētāji ir pieraduši, ka gāzes balonus uzpilda uzņēmumi, kuri tos nav pirmo reizi laiduši tirgū, tad kļūdas varbūtība ir mazāka.

43. Vai uzņēmuma, kas balonu ir pārdevis pirmo reizi, citas preču zīmes 3. jautājuma izpratnē vēl ir redzamas, lai gan ir atkārtotas uzpildīšanas veicēja izdarītā apzīmēšana, ir jāņem vērā, veicot pārbaudi, vai pēdējā minētā apzīmēšana ir pietiekama, lai nepieļautu kļūdas attiecībā uz gāzes izcelsmi.

44. Gadījumā, ja kļūdas par gāzes izcelsmi [iespēja] ir efektīvi novērsta, ir jāpārbauda, vai cita uzņēmuma veiktā balona izmantošana gāzes izplatīšanai ietekmē kādu no citām preču zīmes funkcijām.

b) Preces kvalitātes nodrošināšana

45. Preces kvalitātes nodrošināšanas funkcija parasti ir saistīta ar izcelsmes norādes funkciju. Preču zīme parāda, ka prece atbilst atpazīstama preču zīmes īpašnieka kvalitātes standartiem. Tāpēc gadījumā, ja tādas preces, kas nesasniedz šīs kvalitātes prasības, tiek izplatītas ar preču zīmi, ko veic, piemēram, licenciāts [21], vai ja preces tiek izplatītas pēc to stāvokļa pasliktināšanās pircēja dēļ [22], kvalitātes funkcija parasti tiek skarta.

46. Tomēr, ja balonu marķējums nepieļauj jebkādu saistību ar preču zīmes īpašnieku, tādā gadījumā patērētājam nav nekāda iemesla uzskatīt, ka preču zīmes īpašnieks garantē gāzes kvalitāti.

47. Taču pastāv arī gadījumi, kad preču zīme norāda uz preces kvalitāti, vienlaikus nenorādot uz tās konkrēto izcelsmi. Šādā veidā Vācijas minerālūdens avotu uzņēmumu apvienība ir kolektīvas preču zīmes ūdens pudeles formā īpašniece. Šo pudeli izmanto daudzi uzņēmumi, un tāpēc tā nevar apzīmēt ūdens izcelsmi. Tomēr tā ir izmantojama

20 — 1997. gada 11. novembra spriedums lietā C-251/95 *Sabèl* (*Recueil*, I-6191. lpp., 23. punkts), 1999. gada 22. jūnija spriedums lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer* (*Recueil*, I-3819. lpp., 25. punkts), un 2005. gada 7. jūlija spriedums lietā C-353/03 *Nestlé* (Krājums, I-6135. lpp., 25. punkts).

21 — Preču zīmju direktīvas 8. panta 2. punkts, skat. manus 2008. gada 3. decembra secinājumus lietā C-59/08 *Copad* (Krājums, I-3421. lpp., 28. un nākamie punkti).

22 — Šajā gadījumā var tikt piemērots Preču zīmju direktīvas 7. panta 2. punkts.

tikai minerālūdenim un līdz ar to norāda uz šo preces īpašību. Atbilstoši minētajam, tās izmantošana galda ūdenim ietekmētu kvalitātes funkciju [23].

48. Izskatāmajā gadījumā tomēr nekas nenorāda, ka gāzes balonam būtu jānodrošina noteikta gāzes kvalitāte, kas iepriekš minētajā nozīmē būtu neatkarīga no gāzes izcelsmes. Turklāt Komisija ir norādījusi, ka balonu gāze ir standartizēta prece, kādēļ no visiem izplatītājiem patērētāji principā sagaida to pašu preces kvalitāti.

49. Līdz ar to, ja ir pietiekamas norādes uz uzņēmumu, kas veic uzpildīšanu, nekas neliecina par kvalitātes funkcijas pārkāpumu.

c) Saziņas, investīciju un reklāmas funkcija

50. No jauna uzpildītu pudeļu izplatīšana tomēr varētu traucēt saziņas, investīciju un reklāmas preču zīmes funkcijas.

51. Līdz šim Tiesa tikai spriedumā lietā *Google France* un *Google* ir izteikusies par vienas noteiktas funkcijas, tas ir, *reklāmas funkcijas*, saturu. Atbilstoši tās teiktajam preču zīmes īpašnieks var aizliegt bez tā piekrišanas izmantot tā preču zīmei identisku apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir identiski precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem šī preču zīme ir reģistrēta, ja šī izmantošana traucē preču zīmes īpašniekam izmantot preču zīmi kā tirdzniecības apjomu veicinošu faktoru vai kā komercstratēģijas elementu [24].

52. Citas izcelsmes gāzes pārdošana kompozīta balonos varētu ietekmēt iespēju izmantot balonu kā tirdzniecības apjomu veicinošu faktoru vai kā komercstratēģijas elementu.

53. Ir acīmredzami, ka *Kosan* nevar veikt [savas darbības] reklāmu, norādot uz to, ka tā kā *vienīgais* uzņēmums pārdod gāzi šajos īpaši praktiskajos balonos, ja *Viking* arī izmanto šos balonus. Šīs negatīvās sekas tomēr skar kompozīta balona kā gāzes konteinera īpašos tehniskos raksturojumus. Tehnisko raksturojumu saimnieciskā ekspluatācija ir nevis preču zīmju tiesību priekšmets, bet gan tai ir piemērojama, piemēram, patentu vai attiecīgi dizainparaugu aizsardzība. Ja šajā ziņā pastāv intelektuālais īpašums, tas turklāt ar pirmo

23 — *Oberlandesgerichts Zweibrücken* [Federālās zemes Augstākā tiesa, Cveibrikene] 1999. gada 8. janvāra spriedumā lietā 2 U 21/98 "Avotu vienotu pudeļu uzpildīšana" (rūpnieciskā īpašuma aizsardzība un autortiesības, 2000. gads, 511. lpp.) šis gadījums tiek aplūkots kā izņēmums no izsmelšanas Preču zīmju direktīvas 7. panta 2. punkta izpratnē.

24 — Spriedums lietā *Google France* un *Google* (minēts 15. zemsvītras piezīmē, 92. punkts).

kompozīta balona pārdošanu ir izsmelts. Tāpēc šajā ziņā preču zīmes funkciju traucējumu nevar konstatēt.

54. Turpretim gāzes balona kā preču zīmes nozīmi un tās izmantošanu reklāmā ietekmē apstāklis, ka balons vairs netiek saistīts vienīgi ar *Kosan* izcelsmes gāzi.

55. Preču zīmes tiesības ir tieši vērstas uz to, lai nodrošinātu preču zīmes ekskluzīvu izmantošanu, lai īpašnieks varētu stiprināt šī apzīmējuma saikni ar savām precēm un pakalpojumiem. Ja tas intensīvi, bet ekskluzīvi izmanto šo apzīmējumu, šim pēdējam pieaug atšķirtspēja. Ar preču zīmi apzīmētas preces un pakalpojumus var vieglāk atpazīt kā tādus, kas nāk no preču zīmes īpašnieka. Šādā veidā tiek stiprināta konkurence, jo patērētājs var labāk nošķirt dažādus piedāvājumus [25].

56. Ja preču zīmi izmanto trešās personas, šī preču zīmes funkcija tiek traucēta pat tad, ja, preču zīmi šādi izmantojot, tiek skaidri norādīts, ka precēm vai pakalpojumiem ir cita izcelsme. Tas tāpēc, ka patērētāji, kas ar šo preču zīmi iegādājas citas izcelsmes preces, mazāk saistīs šo zīmi ar tās īpašnieku.

57. Šīs sekas šajā lietā ir skaidri atpazīstamas: it īpaši patērētājs, kas pārdošanas vietā no attāluma redz kompozīta balonu, ne obligāti pieņems, ka tajā atrodas *Kosan* izcelsmes gāze, ja viņš zina, ka arī *Viking* pārdod gāzi šajos balonos.

58. Šis aspekts uzskatāms par negatīvajām sekām attiecībā uz *Kosan*, kuras skar preču zīmes funkcijas. Šajā ziņā ir skarta ne tikai reklāmas funkcija, bet vienlaikus arī šīs preču zīmes saziņas funkcija un netieši — kompozīta balona licences cenas dēļ — arī investīciju funkcija. Ciktāl atlīdzība par tiesību uz balonu licencēšanu, kas izriet no preču zīmes, ietver arī [tā] kā preču zīmes uz gāzi izmantošanas cenu, ir sagaidāms, ka *Kosan* vairs nevarēs iegūt paredzēto saimniecisko ekvivalentu.

59. Tomēr ne katra negatīva ietekme uz šīm funkcijām attaisno Preču zīmju direktīvas 5. panta 1. punkta piemērošanu. Proti, šo funkciju aizsardzība uz šo tiesību normu pamata — *pirmkārt* — nedrīkst padarīt par spēkā neesošiem speciālo tiesību normu

25 — Skat. ģenerāladvokāta Ruisa-Harabo Kolomera [*Ruíz-Jarabo Colomer*] 2002. gada 13. jūnija secinājumus lietā C-206/01 *Arsenal Football Club* (*Recueil*, I-10273. lpp., 45. punkts).

piemērošanas nosacījumus [26], un — *otrkārt* — tajā ir jāievēro prevalējošas citas intereses [27].

60. Aprakstītās negatīvās sekas preču zīmes īpašniekam galu galā rada vājināšanās [28], pret kuru atbilstoši Preču zīmju direktīvas 5. panta 2. punktam ir aizsargātas tikai pazīstamas preču zīmes. Tomēr iesniedzējtiesa acīmredzot pamatojas uz to, ka kompozīta balons nav pazīstama preču zīme 5. panta 2. punkta izpratnē. Turklāt šīs aizsardzības nosacījums ir tas, ka apzīmējuma izmantošana bez attaisnojoša iemesla negodīgā ceļā negatīvi ietekmē pazīstamas preču zīmes atšķirtspēju.

61. Izmantojot identisku apzīmējumu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas aptvertas ar preču zīmi, parastām preču zīmēm principā gan arī ir aizsardzība pret vājināšanos. Tomēr šī aizsardzība tikai atspoguļo izcelsmes norādes funkcijas aizsardzību. Tas, ka tai nav patstāvīgas nozīmes, ir redzams jau no tā, ka parastas preču zīmes citas personas drīkst izmantot attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas nav līdzīgi. Arī šādas izmantošanas rezultātā preču zīmes atšķirtspēja varētu tikt vājināta.

62. Pat ja, ņemot vērā ievērojamāku vājinošo ietekmi līdzīga veida preču izmantošanas dēļ, preču zīmes aizsardzība būtu piemērojama, izskatāmajā gadījumā tomēr prevalē citas intereses.

63. To, ka šāda veida līdzsvarošana ir iespējama, parāda saistībā ar reklāmas funkciju minētais spriedums lietā *Google France* un *Google* [29]. Tajā gadījumā kļuva redzams, ka preču zīmes izmantošana, ko trešā persona veic interneta atsauces pakalpojuma ietvaros, var paaugstināt šīs preču zīmes īpašnieka šī pakalpojuma izmantošanai savas paša reklāmai veiktas izmaksas. Tomēr šajās negatīvajās sekās Tiesa nav saskatījusi iespējamu reklāmas funkcijas ierobežojumu, jo šim reklāmas pasākumam tā ir piešķīrusi tikai pakārtotu nozīmi.

26 — Skat. arī ģenerāladvokāta Džeikobsa [*Jacobs*] 1997. gada 29. aprīļa secinājumus lietā C-337/95 *Parfums Christian Dior* (*Recueil*, I-6013. lpp., 42. punkts), kurš ļoti atturīgi izteicās par preču zīmes aizsardzību atbilstoši minētajai funkcijai, ja nedraud nekādas kļūdas saistībā ar preču izcelsmi vai kvalitāti.

27 — Ģenerāladvokāta Pojareša Maduru secinājumi apvienotajās lietās *Google France* un *Google* (minēti 16. zemsvītras piezīmē, 102. punkts).

28 — Skat. definīciju spriedumā lietā *L'Oréal* u.c. (minēts 15. zemsvītras piezīmē, 39. punkts).

29 — Minēts iepriekš 15. zemsvītras piezīmē, 94.–97. punkts.

64. Šis secinājums galu galā ir interešu līdzsvarošanas izpausme, kura atbilstoši ģenerāladvokāta Pojareša Maduru viedoklim ir vajadzīga, nosakot visu preču zīmes funkciju — izņemot izcelsmes norādes funkciju — aizsardzības apjomu [30].

65. Ņemot vērā šīs lietas apstākļus, patērētāja īpašuma tiesības uz kompozīta balonu un konkurences aizsardzība [31] prevalē pār skartajām preču zīmes funkcijām.

66. Patērētāji, izmantojot savas īpašuma tiesības uz balonu, nevis būtu brīvi, bet praktiski būtu saistīti tikai ar vienu piegādātāju, jo pārējie balonus nedrīkstētu saprātīgi izmantot.

67. Vienlaikus tiktu būtiski ierobežota konkurence balonu gāzes tirgū. Ja tukšus gāzes balonus patērētāji varētu apmainīt tikai pie *Kosan*, citiem izplatītājiem tie vairs nebūtu sasniedzami. Šajā ziņā situācija ir salīdzināma ar remonta pakalpojumu piedāvājumu noteiktai automašīnu markai. Atbilstoši šajā lietā nepiemērojamajam Preču zīmju direktīvas 6. panta 1. punktam šādus pakalpojumus var reklamēt, izmantojot automašīnas preču zīmi, jo pretējā gadījumā konkurence starp licencētiem autoservisiem un brīviem autoservisiem būtu izslēgta [32].

68. No minētā ir secināms, ka vienkāršu formas preču zīmju izmantošana attiecībā uz līdzīgām precēm, ja netiek traucēta izcelsmes norādes funkcija, katrā ziņā nav nepieļaujama negatīvas ietekmes uz atšķirtspēju dēļ, ja, šādu izmantošanu aizliedzot, tiktu būtiski ierobežots patērētāja īpašums un konkurence. Jautājums, kā šāda izmantošana būtu izvērtējama, ja ietekme uz konkurenci būtu mazāka un patērētāja īpašums vērtības ziņā tiktu ierobežots mazāk nozīmīgi, šajā lietā nav jāizskata.

30 — Secinājumi apvienotajās lietās *Google France* un *Google* (minēti 16. zemsvītras piezīmē, 102. punkts).

31 — Ģenerāladvokāta Pojareša Maduru secinājumi apvienotajās lietās *Google France* un *Google* (minēti 16. zemsvītras piezīmē, 103. punkts).

32 — Skat. 1999. gada 23. februāra spriedumu lietā C-63/97 *BMW* (*Recueil*, I-905. lpp., 62. punkts).

69. Līdz ar to uz pirmajiem četriem jautājumiem ir jāatbild, ka preču zīmes tiesību attiecībā uz kā preču zīmi reģistrētu gāzes balonu īpašnieks nevar iebilst pret cita uzņēmuma veiktu gāzes pārdošanu šī balona, ko minētais īpašnieks pirms tai ir laidis tirgū, paraugos, ja tiek pietiekami skaidri norādīts, ka pārdotā gāze nav minētā īpašnieka izcelsmes un ar šo īpašnieku arī nepastāv nekāda saikne.

71. Pirmajam gadījumam nav nekādu būtisku atšķirību no līdz šim aplūkotās situācijas: uzņēmums, kas no jauna uzpilda gāzes balonus, pārdod gāzi balonā, kas ir reģistrēts kā citam uzņēmumam piederoša preču zīme.

B — *Par 5. jautājumu*

70. Ar 5. jautājumu iesniedzējtiesa vēlas noskaidrot, vai situācija būtu vērtējama citādi, ja pats patērētājs tieši vērstos pie uzņēmuma, kas no jauna uzpilda gāzes balonus, un, samaksājot cenu par gāzi, šajā uzņēmumā tukšu kompozīta balonu apmainītu pret no jauna uzpildītu balonu, vai arī pret samaksu liktu uzpildīt gāzi līdzatnestā kompozīta balonā.

72. Atbilstoši lūgumā sniegt prejudiciālu nolēmumu ietvertajām faktu norādēm otrajam gadījumam ir fiktīvs raksturs. Pamata lietā runa ir nevis par to, ka klients liek uzpildīt tieši savu balonu, bet gan par tukšu balonu apmaiņu pret no jauna uzpildītiem. Atbilstoši lietas dalībnieku apsvērumiem tas arī neesot reāli, jo esot tikai ļoti nedaudzas gāzes balonu uzpildīšanas iekārtas, kuru gadījumā patērētāji varētu nodot balonu tieši uzpildīšanai. Tā kā Tiesa neatbild uz hipotētiskiem jautājumiem [33], šī jautājuma daļa ir nepieņemama.

33 — Pastāvīgā judikatūra, skat., piemēram, Tiesas 2010. gada 22. decembra spriedumu lietā C-77/09 *Gowan Comércio* (Krājums, I-13533. lpp., 25. punkts).

## V — Secinājumi

73. Tādēļ es iesaku Tiesai uz uzdotajiem prejudiciālajiem jautājumiem atbildēt šādi:

Preču zīmes tiesību attiecībā uz kā preču zīmi reģistrētu gāzes balonu īpašnieks nevar iebilst pret cita uzņēmuma veiktu gāzes pārdošanu šī balona, ko minētais īpašnieks pirms tam ir laidis tirgū, paraugos, ja tiek pietiekami skaidri norādīts, ka pārdotā gāze nav minētā īpašnieka izcelsmes un ar šo īpašnieku arī nepastāv nekāda saikne.