TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2016. gada 3. martā*

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu — Preču zīmes — Direktīva 2008/95/EK — 5. panta 1. punkts — Internetā pieejami sludinājumi, kas attiecas uz trešo personu — Neatļauta preču zīmes izmantošana — Sludinājumi, kas ievietoti tiešsaistē bez šīs trešās personas ziņas vai piekrišanas vai kas atstāti tiešsaistē, neņemot vērā tās iebildumus — Preču zīmes īpašnieka celta prasība pret minēto trešo personu

Lieta C-179/15

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši LESD 267. pantam, ko *Fővárosi Törvényszék* (Budapeštas tiesa, Ungārija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2015. gada 3. aprīlī un kas Tiesā reģistrēts 2015. gada 21. aprīlī, tiesvedībā

Daimler AG

pret

Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft.

TIESA (otrā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs M. Ilešičs [*M. Ilešič*] (referents), tiesneši K. Toadere [*C. Toader*], A. Ross [*A. Rosas*], A. Prehala [*A. Prechal*] un E. Jarašūns [*E. Jarašiūnas*],

ģenerāladvokāts M. Vatelē [*M. Wathelet*],

sekretārs A. Kalots Eskobars [*A. Calot Escobar*],

ņemot vērā rakstveida procesu,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— Ungārijas valdības vārdā – *M. Z. Fehér*, *G. Szima* un *G. Koós*, pārstāvji,

— Polijas valdības vārdā – *B. Majczyna*, pārstāvis,

— Eiropas Komisijas vārdā – *L. Havas* un *J. Samnadda*, pārstāvji,

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

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – ungāru.

Spriedums

1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), 5. panta 1. punkta interpretāciju.

2 Šis lūgums ir iesniegts tiesvedībā starp *Daimler AG* (turpmāk tekstā – "*Daimler*") un *Együd Garage Gépjárműjavító és Értékesítő Kft.* (turpmāk tekstā – "*Együd Garage*") par sludinājumu parādīšanos internetā, kuros pēdējā minētā ir apzīmēta kā "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss".

Atbilstošās tiesību normas

3 Direktīva 89/104 ir tikusi atcelta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvu 2008/95/EK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV L 299, 25. lpp., un labojums – OV 2009, L 11, 86. lpp.), kura ir stājusies spēkā 2008. gada 28. novembrī.

4 Direktīvas 2008/95 5. pantā "Tiesības, ko piešķir preču zīme", kura redakcijā bez labojumiem ir pārņemts Direktīvas 89/104 5. pants, ir noteikts:

"1. Reģistrētā preču zīme piešķir īpašniekam šajā ziņā ekskluzīvas tiesības. Īpašniekam ir tiesības atturēt visas trešās personas, kas nav saņēmušas viņa piekrišanu, lietot [izmantot] 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 [un apzīmējums], 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 [izmantot] komercdarbībā jebkuru apzīmējumu, kas ir identisks vai līdzīgs preču zīmei attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tiem, kam šī preču zīme reģistrēta, ja pēdējai ir reputācija dalībvalstī un ja šīs zīmes nepamatota lietošana [izmantošana] 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) apzīmējuma lietošanu [izmantošanu] darījumu dokumentos un reklāmā.

[..]"

5 Direktīva 2008/95 ir atcelta no 2019. gada 15. janvāra ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2015. gada 16. decembra Direktīvu 2015/2436/ES, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV L 336, 1. lpp.), kura ir stājusies spēkā 2016. gada 12. janvārī.

Pamatlieta un prejudiciālais jautājums

6 Automašīnu ražotājai *Daimler* pieder zemāk attēlotā starptautiskā grafiskā preču zīme "Mercedes-Benz", kura tiek aizsargāta arī Ungārijā un kura tostarp attiecas uz automašīnu detaļām.

„Mercedes-Benz"

7 *Együd Garage* ir saskaņā ar Ungārijas tiesībām izveidota sabiedrība, kura nodarbojas ar automašīnu un to rezerves daļu mazumtirdzniecību, kā arī ar šādu automašīnu labošanu un uzturēšanu. Šī sabiedrība ir specializējusies *Daimler* preču pārdošanā un ar tām saistīto pakalpojumu sniegšanā.

8 Sākot no 2007. gada, starp *Mercedes Benz Hungaria Kft.* (turpmāk tekstā – "*Mercedes Benz Hungaria*"), kas ir *Daimler* meitasuzņēmums un nav pamatlietas puse, un *Együd Garage* bija noslēgts līgums par pēcpārdošanas pakalpojumiem, kura darbība beidzās 2012. gada 31. martā.

9 Atbilstoši šim līgumam *Együd Garage* papildus tiesībām izmantot iepriekš minēto preču zīmi bija arī tiesības savos sludinājumos iekļaut norādi "felhatalmazott Mercedes-Benz szerviz" ("autorizēts *Mercedes-Benz* serviss").

10 Kamēr līgums par pēcpārdošanas pakalpojumiem bija spēkā, *Együd Garage* attiecībā uz laikposmu no 2011. līdz 2012. gadam *Magyar Telefonkönyvkiadó Társaság* (turpmāk tekstā – "*MTT*"), kas piedāvā interneta vietnē www.telefonkonyv.hu pieejamu tiešsaistes sludinājumu pakalpojumu, pasūtīja tāda sludinājuma publikāciju, kurā *Együd Garage* bija apzīmēta kā "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss".

11 Pēc minētā līguma izbeigšanas *Együd Garage* centās panākt, lai tiktu izbeigta jebkāda attiecīgās preču zīmes izmantošana, kuras dēļ sabiedrība varētu uzskatīt, ka starp to un *Daimler* turpina pastāvēt līgumiskas attiecības.

12 Konkrēti *Együd Garage* pieprasīja *MTT* grozīt sludinājumu, lai tā šajā sludinājumā vairs netiktu minēta kā autorizēts *Mercedes-Benz* serviss.

13 Turklāt *Együd Garage* ar vēstulēm vairāku citu interneta vietņu pārvaldītājiem lūdza izņemt tiešsaistes sludinājumus, kuri bija publicēti bez tās piekrišanas, proti, kaut arī *Együd Garage* tos nebija pasūtījusi, un kuros šī sabiedrība bija apzīmēta kā autorizēts *Mercedes-Benz* serviss.

14 Lai gan tika veikti minētie pasākumi, internetā arī turpmāk tika izplatīti tiešsaistes sludinājumi, kuros bija iekļauta šāda norāde. Turklāt, ievadot atslēgvārdus "együd" un "garage" meklēšanas rīkā *Google*, tika iegūts rezultātu saraksts ar tādiem sludinājumiem, kuru teksta pirmajā rindiņā, kas funkcionē kā saite, *Együd Garage* bija apzīmēta kā "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss".

15 Šajos apstākļos *Daimler* cēla prasību iesniedzējtiesā, lūdzot, pirmkārt, lai tiktu konstatēts, ka *Együd Garage* ar minētajiem sludinājumiem ir pārkāpusi preču zīmi *Mercedes-Benz*, un, otrkārt, lai tai tiktu uzdots izbeigt attiecīgo sludinājumu publicēšanu, atturēties no jebkādu jaunu pārkāpumu izdarīšanas un publicēt šīs informācijas labojumu valsts mēroga un reģionālajos laikrakstos.

16 *Együd Garage* savai aizstāvībai uzsvēra, ka, izņemot vietnē www.telefonkonyv.hu publicēto sludinājumu, tā internetā nav ievietojusi nevienu citu sludinājumu un ka attiecīgie sludinājumi ir parādījušies un turpina parādīties neatkarīgi no tās gribas, tai nekādi nespējot ietekmēt šo sludinājumu saturu, parādīšanos vai izņemšanu.

17 Šajā kontekstā *Együd Garage* izmantoja privātu ekspertu, lai pierādītu, ka tā ir cietusi no plaši izplatītas komercprakses, ko būtībā veido tas, ka atsevišķi interneta sludinājumu pakalpojumu sniedzēji bez reklāmas devēja ziņas vai piekrišanas pārpublicē citās vietnēs publicētus sludinājumus nolūkā izveidot savu datu bāzi ar informāciju, kas ir pieejama bez maksas vai par atlīdzību.

18 Šādos apstākļos *Fővárosi Törvényszék* (Budapeštas tiesa, Ungārija) ir nolēmusi apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādu prejudiciālu jautājumu:

"Vai [Direktīvas 89/104] 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka preču zīmes īpašnieks var aizliegt interneta sludinājumā minētai trešajai personai attiecībā uz šīs trešās personas pakalpojumiem, kas ir identiski precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme, izmantot apzīmējumu, kurš var tikt sajaukts ar preču zīmi un kurš šajā sludinājumā parādās tā, ka sabiedrībai var rasties maldīgs priekšstats, ka starp šīs trešās personas uzņēmumu un preču zīmes īpašnieku pastāv oficiālas komercattiecības, pat tad, ja sludinājumu internetā nav ievietojusi tajā minētā persona un tas arī nav darīts tās vārdā, vai ja šim sludinājumam internetā iespējams piekļūt, neraugoties uz to, ka tajā norādītā persona ir darījusi visu no tās saprātīgi sagaidāmo, lai panāktu tā izņemšanu, bet nesekmīgi?"

Par prejudiciālo jautājumu

19 Vispirms ir jānorāda, ka strīds pamatlietā ir radies tāpēc, ka pat pēc tam, kad tika izbeigts starp *Mercedes Benz Hungaria* un *Együd Garage* noslēgtais līgums par pēcpārdošanas pakalpojumiem, uz kura pamata pēdējai minētajai tostarp bija ļauts savos reklāmas sludinājumos izmantot preču zīmi *Mercedes-Benz*, kā arī norādi "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss", internetā vēl joprojām tika izplatīti sludinājumi, kuros bija iekļauta šī norāde kopā ar *Együd Garage* nosaukumu un adresi. Tā kā šā līguma darbība beidzās 2012. gada 31. martā, proti, pēc tam, kad Direktīva 89/104 tika atcelta ar Direktīvu 2008/95, ir jākonstatē, ka uz šo strīdu attiecas pēdējā minētā direktīva, un tāpēc prejudiciālais jautājums ir jāsaprot tādējādi, ka tas attiecas uz tās interpretāciju.

20 Turklāt, lai gan šajā jautājumā ir minēts Direktīvas 89/104 5. panta 1. punkta b) apakšpunkts, kura redakcija ir tikusi pārņemta Direktīvā 2008/95 un kurš attiecas uz gadījumu, kad konkrētie apzīmējumi un/vai preces vai pakalpojumi, attiecībā uz ko šie apzīmējumi tiek izmantoti, ir tikai līdzīgi, sākotnēji šķiet – kā to apgalvo arī Eiropas Komisija –, ka pamatlieta drīzāk attiecas uz šo direktīvu 5. panta 1. punkta a) apakšpunktā minēto gadījumu, proti, tā saukto "divkāršo identiskumu", kad preču zīmei identisku apzīmējumu kāda trešā persona izmanto attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ir identiski tiem, attiecībā uz ko ir reģistrēta preču zīme.

21 Proti, pirmkārt, šķiet, ka sludinājumos, kuros iekļauta norāde "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss", ir izmantots apzīmējums, kas būtībā ir identisks grafiskajai preču zīmei "Mercedes-Benz".

22 Otrkārt, prejudiciālā jautājuma redakcija liek domāt, ka iesniedzējtiesa pamatojas uz pieņēmumu, ka *Együd Garage* piedāvātās preces un pakalpojumi ir identiski tiem, attiecībā uz kuriem šī preču zīme ir reģistrēta. Šajā ziņā no Tiesas judikatūras izriet, ka automašīnas preču zīmes izmantošana sludinājumos, lai informētu sabiedrību, ka trešā persona veic ar šo preču zīmi apzīmētu autentisku automašīnu labošanu un uzturēšanu, principā ir izvērtējama, ņemot vērā minētā 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu, lai arī minētā preču zīme nav tikusi reģistrēta attiecībā uz šo pakalpojumu (šajā ziņā skat. spriedumu *BMW*, C-63/97, EU:C:1999:82, 33., 34. un 37.–39. punkts).

23 Taču, ciktāl no lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu izriet, ka iesniedzējtiesa vēlas saņemt skaidrojumus par "izmantošanas" jēdzienu, kas minēts Direktīvu 89/104 un 2008/95 5. panta 1. punktā un kas bez izšķiršanas attiecas uz minētā 1. punkta a) un b) apakšpunktā paredzētajiem gadījumiem, lai sniegtu lietderīgu atbildi, nav galīgi jānosaka, kurš no šiem abiem gadījumiem ir piemērojams šajā lietā.

24 Tādējādi ir jāuzskata, ka ar savu jautājumu iesniedzējtiesa būtībā vaicā, vai Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka trešā persona, kas ir minēta interneta vietnē publicētā sludinājumā, kurā ir ietverts preču zīmei identisks vai līdzīgs apzīmējums tā, ka var rasties priekšstats, ka starp šo trešo personu un preču zīmes īpašnieku pastāv komercattiecības, veic šā apzīmējuma izmantošanu, ko šis īpašnieks var aizliegt uz minētās tiesību normas pamata, pat ja šī trešā persona nav nedz ievietojusi šo sludinājumu, nedz tas ir ticis ievietots tās vārdā, vai ja tā ir darījusi visu, kas no tās var tikt sagaidīts, lai šo sludinājumu izņemtu, bet nesekmīgi.

25 Ungārijas un Polijas valdības, kā arī Komisija uzskata, ka uz šo jautājumu ir jāatbild noraidoši.

26 Piemērojot Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) apakšpunktu, preču zīmes īpašniekam ir tiesības aizliegt trešajai personai bez tā piekrišanas izmantot apzīmējumu, kas ir identisks minētajai preču zīmei, ja šī izmantošana notiek komercdarbībā, attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir identiski precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta preču zīme, un kaitē vai var kaitēt preču zīmes funkcijām, pie kurām ir pieskaitāma ne tikai preču zīmes pamatfunkcija – garantēt patērētājiem preces vai pakalpojuma izcelsmi (turpmāk tekstā – "izcelsmes norādes funkcija"), bet arī citas funkcijas, proti, funkcija garantēt šīs preces vai šī pakalpojuma kvalitāti vai saziņas, investīciju vai reklāmas funkcija (šajā ziņā skat. spriedumus *L'Oréal* u.c., C-487/07, EU:C:2009:378, 58. punkts; *Google France* un *Google*, no C-236/08 līdz C-238/08, EU:C:2010:159, 49., 77. un 79. punkts, kā arī *Interflora* un *Interflora British Unit*, C-323/09, EU:C:2011:604, 38. punkts).

27 Savukārt, ja attiecīgie apzīmējumi un/vai preces vai pakalpojumi, attiecībā uz kuriem šie apzīmējumi tiek izmantoti, ir tikai līdzīgi, preču zīmes īpašnieks, pamatojoties uz Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta b) apakšpunktu, var aizliegt šādu apzīmējuma izmantošanu tikai tad, ja sajaukšanas iespējas sabiedrības apziņā esamības dēļ tā kaitē vai var kaitēt izcelsmes norādes funkcijai (skat. it īpaši spriedumu *Frisdranken Industrie Winters*, C-119/10, EU:C:2011:837, 25. punkts un tajā minētā judikatūra).

28 Ir jāatgādina, ka Tiesai jau ir bijusi iespēja konstatēt, ka preču zīmes izmantošana bez īpašnieka atļaujas, ko veikusi trešā persona, lai sabiedrībai paziņotu, ka šī trešā persona nodarbojas ar tādu preču labošanu un uzturēšanu, kuras apzīmētas ar šo preču zīmi, vai ka tā ir specializējusies vai ir speciāliste attiecībā uz šādām precēm, noteiktos apstākļos ir uzskatāma par preču zīmes izmantošanu Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) apakšpunkta izpratnē, kuru preču zīmes īpašnieks var aizliegt, ja vien nav piemērojams šīs direktīvas 6. pants par preču zīmes iedarbības ierobežojumiem vai minētās direktīvas 7. pants par preču zīmes piešķirto tiesību izsmelšanu (skat. spriedumu *BMW*, C-63/97, EU:C:1999:82, 42. un 45. punkts).

29 Runājot par pamatlietā aplūkotajiem sludinājumiem, kuros *Együd Garage* ir apzīmēta kā "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss", ir jākonstatē, ka, pasūtot *MTT* sludinājumu ar šādu saturu nolūkā to tiešsaistē publicēt interneta vietnē www.telefonkonyv.hu laikposmā no 2011. līdz 2012. gadam, *Együd Garage* ir izmantojusi preču zīmi Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta izpratnē.

30 Proti, pasūtot šādu reklāmas sludinājumu savas komercdarbības kontekstā, reklāmas devējs "izmanto" preču zīmi "komercdarbībā" un "attiecībā uz precēm un pakalpojumiem", ko tas piedāvā saviem klientiem, – šāda izmantošana reklāmas nolūkiem turklāt ir skaidri minēta Direktīvas 2008/95 5. panta 3. punkta d) apakšpunktā. Šāda izmantošana, kad tā notiek bez preču zīmes īpašnieka piekrišanas, var kaitēt preču zīmes izcelsmes norādes funkcijai, ja sludinājums mudina domāt par saimnieciskas saiknes esamību starp šo reklāmas devēju un īpašnieku (šajā ziņā skat. spriedumu *Interflora* un *Interflora British Unit*, C-323/09, EU:C:2011:604, 45. punkts un tajā minētā judikatūra).

31 Tomēr, ciktāl starp *Mercedes-Benz Hungaria* un *Együd Garage* noslēgtajā līgumā par pēcpārdošanas pakalpojumiem bija skaidri atļauta šāda izmantošana, ir jāuzskata, ka tā ir tikusi veikta ar preču zīmes īpašnieka piekrišanu un ka tādējādi šim īpašniekam, kamēr šis līgums bija spēkā, nebija tiesību atbilstoši Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punktam aizliegt attiecīgā sludinājuma parādīšanos interneta vietnē www.telefonkonyv.hu.

32 Taču nav strīda par to, ka pēc šā līguma izbeigšanas sludinājumi, kuros *Együd Garag*e ir apzīmēta kā "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss", turpināja parādīties gan interneta vietnē www.telefonkonyv.hu, gan citās uzņēmumu uzziņu interneta vietnēs un ka pamatlietas priekšmets ir šie sludinājumi.

33 Runājot, pirmkārt, par šā sludinājuma parādīšanos interneta vietnē www.telefonkonyv.hu pēc minētā līguma izbeigšanas, iesniedzējtiesa ir konstatējusi, ka *Együd Garage* ir pieprasījusi *MTT* grozīt sākotnēji pasūtīto sludinājumu, lai tā vairs netiktu minēta kā "autorizēts *Mercedes-Benz* serviss", taču, kaut arī bija izteikts šāds pieprasījums, sludinājums ar šādu norādi noteiktu laikposmu turpināja parādīties minētajā interneta vietnē.

34 Lai gan par reklāmas sludinājuma, kurā minēta trešās personas preču zīme, ievietošanu tiešsaistē uzziņu interneta vietnē ir atbildīgs reklāmas devējs, kurš ir pasūtījis šo sludinājumu un atbilstoši kura norādījumiem šīs vietnes pārvaldītājs kā pakalpojuma sniedzējs ir rīkojies (pēc analoģijas skat. spriedumus *Google France* un *Google*, no C-236/08 līdz C-238/08, EU:C:2010:159, 51. un 52. punkts, kā arī *Frisdranken Industrie Winters*, C-119/10, EU:C:2011:837, 36. punkts), tomēr šis reklāmas devējs nevar tikt padarīts atbildīgs par tāda pakalpojuma sniedzēja darbību vai bezdarbību, kurš tīši vai aiz neuzmanības neievēro minētā reklāmas devēja skaidri dotos norādījumus, kas konkrēti ir vērsti uz to, lai izvairītos no šīs preču zīmes izmantošanas. Tādējādi, ja minētais pakalpojuma sniedzējs neizpilda reklāmas devēja pieprasījumu izņemt attiecīgo sludinājumu vai tajā atrodamo norādi uz preču zīmi, šīs preču zīmes parādīšanās interneta vietnē vairs nevar tikt vērtēta kā reklāmas devēja veikta preču zīmes izmantošana.

35 Otrkārt, runājot par attiecīgā sludinājuma parādīšanos citās uzņēmumu uzziņu interneta vietnēs, iesniedzējtiesa norāda, ka šis fakts var tikt izskaidrots ar atsevišķu šādu vietņu pārvaldītāju praksi – bez reklāmas devēja ziņas vai piekrišanas – pārpublicēt citās interneta vietnēs publicētus sludinājumus, lai veicinātu savas interneta vietnes lietošanu, liekot potenciāliem maksājošiem lietotājiem domāt, ka viņiem ir darīšana ar populāru interneta vietni, kurai ir stabila bāze.

36 Šajā ziņā ir jākonstatē, ka reklāmas devējs nevar tikt padarīts par atbildīgu par citu tādu saimnieciskās darbības subjektu – kā šo uzziņu interneta vietņu pārvaldītāji – autonomām darbībām, ar kuriem reklāmas devējs neuztur nekādas tiešas vai netiešas attiecības un kuri rīkojas nevis šā reklāmas devēja uzdevumā un uz tā rēķina, bet pēc savas iniciatīvas un savā vārdā.

37 No šā sprieduma 34. un 36. punkta izriet, ka abos tur minētajos gadījumos preču zīmes īpašniekam nav tiesību atbilstoši Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) vai b) apakšpunktam vērsties pret reklāmas devēju, lai tam aizliegtu ievietot tiešsaistē sludinājumu, kurā ir ietverta norāde uz viņa preču zīmi.

38 Šo secinājumu apstiprina Direktīvas 2008/95 5. panta redakcija, sistēma un mērķis.

39 Vispirms, runājot par šā 5. panta 1. punkta redakciju, piemēra labad ir jānorāda, ka atbilstoši ierastajai nozīmei vārdi "zu benutzen", "using", "faire usage", "usare", "het gebruik", "használ", kas izmantoti attiecīgi šīs tiesību normas vācu, angļu, franču, itāļu, holandiešu un ungāru valodas redakcijās, norāda uz aktīvu rīcību un tiešu vai netiešu spēju kontrolēt darbību, kura uzskatāma par izmantošanu. Tas tā nav, ja šo darbību veic neatkarīgs subjekts bez reklāmas devēja piekrišanas vai pat pretēji tā skaidri paustajai gribai.

40 Turpinājumā, runājot par Direktīvas 2008/95 5. panta sistēmu, ir jākonstatē, ka šā 5. panta 3. punktā, kurā ir neizsmeļoši uzskaitīti izmantošanas veidi, ko preču zīmes īpašnieks var aizliegt (skat. spriedumu *Google France* un *Google*, no C-236/08 līdz C-238/08, EU:C:2010:159, 65. punkts un tajā minētā judikatūra), ir minēta tikai trešo personu aktīva rīcība, piemēram, apzīmējuma "piestiprināšana" precēm un to iepakojumam vai "izmantošana" darījumu dokumentos un reklāmā, preču "piedāvāšana", "laišana tirgū", "uzkrāšana" šiem nolūkiem, to "imports" vai "eksports" vai pakalpojumu "piedāvāšana" vai "sniegšana" ar šo apzīmējumu.

41 Visbeidzot, runājot par Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta mērķi, no šīs tiesību normas skaidri izriet, ka tās mērķis ir sniegt īpašniekam juridisku instrumentu, kas tam ļauj aizliegt un tādējādi likt izbeigt jebkādu preču zīmes izmantošanu, ko kāda trešā persona veic bez viņa piekrišanas. Tomēr tikai trešā persona, kura spēj tieši vai netieši kontrolēt darbību, kas uzskatāma par izmantošanu, ir faktiski spējīga šo izmantošanu izbeigt un tādējādi – ievērot minēto aizliegumu.

42 Šajos apstākļos ir jākonstatē, ka tāda Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta interpretācija, kura tādā situācijā, kāda aplūkota pamatlietā, ļautu preču zīmes īpašniekam aizliegt reklāmas devējam strīdīgo izmantošanu tikai tāpēc, ka šī izmantošana varētu eventuāli sniegt reklāmas devējam saimnieciska rakstura priekšrocību, neatbilstu šīs tiesību normas mērķim, kā arī *impossibilium nulla obligatio est* principam.

43 Šis konstatējums neskar nedz iespēju īpašniekam attiecīgā gadījumā prasīt no reklāmas devēja, lai tas uz valsts tiesību pamata viņam sniegtu atlīdzinājumu par šādu saimniecisku priekšrocību, nedz iespēju vērsties pret attiecīgo uzziņu interneta vietņu pārvaldītājiem.

44 Ņemot vērā iepriekš izklāstītos apsvērumus, uz jautājumu ir jāatbild, ka Direktīvas 2008/95 5. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka trešā persona, kas ir minēta interneta vietnē publicētā sludinājumā, kurā ir ietverts kādai preču zīmei identisks vai līdzīgs apzīmējums tā, ka var rasties priekšstats, ka starp šo trešo personu un preču zīmes īpašnieku pastāv komercattiecības, neveic tādu šā apzīmējuma izmantošanu, ko šis īpašnieks var aizliegt uz šīs tiesību normas pamata, ja šo sludinājumu nav ievietojusi nedz šī trešā persona, nedz tas ir ticis ievietots tās vārdā vai ja – gadījumā, kad šī trešā persona šo sludinājumu ir ievietojusi vai tas ir ticis ievietots tās vārdā ar īpašnieka piekrišanu, – šī trešā persona ir skaidri pieprasījusi šīs interneta vietnes pārvaldītājam, kuram tā ir pasūtījusi sludinājuma ievietošanu, izņemt to vai tajā atrodamo norādi uz preču zīmi.

Par tiesāšanās izdevumiem

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

Ar šādu pamatojumu Tiesa (otrā palāta) nospriež:

Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīvas 2008/95, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm, 5. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka trešā persona, kas ir minēta interneta vietnē publicētā sludinājumā, kurā ir ietverts kādai preču zīmei identisks vai līdzīgs apzīmējums tā, ka var rasties priekšstats, ka starp šo trešo personu un preču zīmes īpašnieku pastāv komercattiecības, neveic tādu šā apzīmējuma izmantošanu, ko šis īpašnieks var aizliegt uz šīs tiesību normas pamata, ja šo sludinājumu nav ievietojusi nedz šī trešā persona, nedz tas ir ticis ievietots tās vārdā vai ja – gadījumā, kad šī trešā persona šo sludinājumu ir ievietojusi vai tas ir ticis ievietots tās vārdā ar īpašnieka piekrišanu, – šī trešā persona ir skaidri pieprasījusi šīs interneta vietnes pārvaldītājam, kuram tā ir pasūtījusi sludinājuma ievietošanu, izņemt to vai tajā atrodamo norādi uz preču zīmi.

[Paraksti]