TEISINGUMO TEISMO (pirmoji kolegija) SPRENDIMAS

2010 m. kovo 25 d.*

Byloje C-278/08

dėl 2008 m. gegužės 20 d. *Oberster Gerichtshof* (Austrija) nutartimi, kurią Teisingumo Teismas gavo 2008 m. birželio 26 d., pagal EB 234 straipsnį pateikto prašymo priimti prejudicinį sprendimą byloje

Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH,

prieš

Günter Guni,

trekking.at Reisen GmbH,

* Proceso kalba: vokiečių.

TEISINGUMO TEISMAS (pirmoji kolegija),

kurį sudaro pirmosios kolegijos pirmininko pareigas einantis kolegijos pirmininkas A. Tizzano, teisėjai E. Levits, A. Borg Barthet, M. Ilešič (pranešėjas) ir J.-J. Kasel,

generalinis advokatas M. Poiares Maduro,
posėdžio sekretorius K. Malacek, administratorius,

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį ir įvykus 2009 m. gegužės 7 d. posėdžiui,

išnagrinėjęs pastabas, pateiktas:

– *Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH*, atstovaujamos advokato W. Wetzl,

– G. Guni ir *trekking.at Reisen GmbH*, atstovaujamų advokato M. Wukoschitz,

– Prancūzijos vyriausybės, atstovaujamos G. de Bergues ir B. Cabouat,

– Italijos vyriausybės, atstovaujamos I. Bruni, padedamos *avvocato dello Stato* F. Arena,

– Portugalijos vyriausybės, atstovaujamos L. Inez Fernandes ir R. Solnado Cruz,

– Europos Bendrijų Komisijos, atstovaujamos H. Krämer,

atsižvelgęs į sprendimą, priimtą susipažinus su generalinio advokato nuomone, nagrinėti bylą be išvados,

priima šį

Sprendimą

1 Prašymas priimti prejudicinį sprendimą susijęs su 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmosios Tarybos direktyvos 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 40, 1989, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 92), 5 straipsnio 1 dalies aiškinimu.

2 Šis prašymas pateiktas nagrinėjant ginčą tarp bendrovės *Die BergSpechte Outdoor Reisen und Alpinschule Edi Koblmüller GmbH* (toliau – *BergSpechte*) ir bendrovės *trekking.at Reisen GmbH* (toliau – *trekking.at Reisen*) bei jos direktoriaus G. Guni dėl reklaminių nuorodų pateikimo internete pagal raktinius žodžius, kurie yra tapatūs arba panašūs į prekių ženklą.

Teisinis pagrindas

3 Direktyvos 89/104 5 straipsnio „Prekių ženklo suteikiamos teisės“ 1 dalyje nustatyta:

„1. Įregistruotas prekių ženklas suteikia savininkui išimtines teises į jį. Savininkas turi teisę uždrausti trečiosioms šalims be jo sutikimo vartoti prekybos veikloje:

a) bet kokį žymenį, tapatų prekių ženklui, kuriuo žymimos prekės arba paslaugos yra tapačios toms prekėms arba paslaugoms, kurioms prekių ženklas yra įregistruotas;

b) bet kokį žymenį, kai dėl savo tapatumo ar panašumo į jo prekių ženklą ir dėl šiuo ženklu ir žymeniu žymimų prekių arba paslaugų tapatumo ar panašumo yra tikimybė, kad visuomenė gali juos supainioti dėl žymens asocijavimosi su prekių ženklu.“

4 Direktyva 89/104 buvo panaikinta 2008 m. spalio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2008/95/EB valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (kodifikuota versija) (OL L 299, p. 25), kuri įsigaliojo 2008 m. lapkričio

28 dieną. Tačiau, atsižvelgiant į faktinių aplinkybių datą, pagrindinėje byloje vis dar taikoma Direktyva 89/104.

Pagrindinė byla ir prejudiciniai klausimai

Nuorodų teikimo paslauga „AdWords“

5 Kai *Google* paieškos sistemoje interneto vartojas atlieka paiešką pagal vieną ar kelis žodžius, ši sistema mažėjančia tinkamumo tvarka pateikia interneto tinklavietes, kurios labiausiai atitinka šiuos žodžius. Tokie paieškos rezultatai vadinami „natūraliais“.

6 Be to, mokama *Google* nuorodų teikimo paslauga *AdWords* leidžia bet kokiam ūkio subjektui, pasirinkus vieną ar kelis raktinius žodžius ir jam ar jiems sutapus su interneto vartotojo per paieškos sistemą atliekamoje paieškoje nurodytais vienu ar keliais žodžiais, pateikti reklaminę nuorodą į savo tinklavietę. Ši reklaminė nuoroda pateikiama rubrikoje „rėmėjų nuorodos“, kuri yra arba ekrano dešinėje, į dešinę nuo natūralių rezultatų, arba ekrano viršutinėje dalyje, virš jų.

7 Prie minėtos reklaminės nuorodos pateikiamas trumpas komercinis pranešimas. Nuoroda ir pranešimas kartu sudaro toje rubrikoje rodomą skelbimą.

Raktinių žodžių vartojimas pagrindinėje byloje

8 *BergSpechte* priklauso Austrijoje registruotas vaizdinis ir žodinis prekių ženklas, kuris atrodo taip:



9 Šis prekių ženklas įregistruotas peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 25 klasei, visų pirma skirtai drabužiams, 39 klasei, visų pirma skirtai kelionėms organizuoti, ir 41 klasei (mokymas; rengimas; pasilinksminimai; sportinė ir kultūrinė veikla).

10 Kaip *BergSpechte, trekking.at Reisen* organizuoja vadinamąsias „outdoor“ keliones (kelionės pėsčiomis, pramoginės kelionės, kelionės į kalnus).

11 2007 m. rugpjūčio 17 d. ir rugsėjo 25 d. interneto vartotojui *Google* paieškos sistemoje suvedus paieškos žodžius „Edi Koblmüller“, rubrikos „rėmėjų nuorodos“ antraštinėje

dalyje „Trekking- und Naturreisen“ (kelionės pėsčiomis ir kelionės gamtoje) pasirodydavo *trekking.at Reisen* skelbimas.

12 2007 m. rugpjūčio 29 d. ir rugsėjo 25 d. interneto vartotojui minėtoje paieškos sistemoje suvedus paieškos žodį „Bergspechte“, rubrikos „rėmėjų nuorodos“ antraštinėje dalyje „Äthiopien mit dem Bike“ („Dviračiu po Etiopiją“) pasirodydavo *trekking.at Reisen* skelbimas.

13 2007 m. spalio 19 d. *Landesgericht Wels* nutartimi dėl laikinųjų apsaugos priemonių *trekking.at Reisen* buvo pritaikytos laikinosios apsaugos priemonės, pagal kurias jai buvo uždrausta interneto paieškos sistemų rezultatų, gaunamų įvedus paieškos žodžius „Edi Koblmüller“ ir (arba) „Bergspechte“, puslapiuose pateikti vartotojams nuorodą į savo interneto svetainę.

14 2007 m. gruodžio 7 d. *Oberlandesgericht Linz* iš dalies pakeitė minėtą nutartį dėl laikinųjų apsaugos priemonių. *BergSpechte*, *trekking.at Reisen* ir G. Guni dėl šio sprendimo *Oberster Gerichtshof* pateikė kasacinį skundą.

15 Šiomis aplinkybėmis *Oberster Gerichtshof* nusprendė sustabdyti bylos nagrinėjimą ir pateikti Teisingumo Teismui šiuos prejudicinius klausimus:

„1. Ar [Direktyvos 89/104] 5 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad prekių ženklas yra naudojamas tik prekių ženklo savininkui leidžiamu būdu, jeigu prekių

ženklas arba į jį panašus žymuo (pavyzdžiui, žodinio ir vaizdinio prekių ženklo žodinis elementas) paieškos sistemoje vartojamas kaip raktinis žodis ir todėl tokį prekių ženklą arba į jį panašų žymenį įvedus nagrinėjamoje paieškos sistemoje kaip paieškos žodį ekrane pasirodo tapačių arba panašių prekių arba paslaugų reklama?

2. Jeigu į pirmąjį klausimą būtų atsakyta teigiamai:

a) ar prekių ženklo savininko išimtinę teisę pažeidžia paieškos žodžio, kuris yra tapatus prekių ženklui, naudojimas tapačių prekių arba paslaugų reklamai, nesvarbu, ar reklama pasirodo paieškos rezultatų sąraše, ar atskirame reklamos plote ir nurodoma kaip „rėmėjų nuoroda“?

b) ar naudojant prekių ženklui tapatų žymenį panašioms prekėms ar paslaugoms arba į prekių ženklą panašų žymenį tapačioms arba panašioms prekėms ar paslaugoms išvengiama galimybės supainioti, jeigu reklama nurodoma kaip „rėmėjų nuoroda“ ir (arba) pasirodo ne paieškos rezultatų sąraše, bet atskirame reklamos plote?“

Dėl pirmojo prejudicinio klausimo

16 Ginčas pagrindinėje byloje susijęs su prekių ženklui tapačių arba į jį panašių žymenų kaip raktinių žodžių naudojimu be prekių ženklo savininko sutikimo teikiant nuorodų paslaugą internete.

17 Pirmuoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės klausia, ar Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti trečiajam asmeniui, naudojant tapatų ar panašų į tą prekių ženklą raktinį žodį, kurį tas asmuo be savininko sutikimo pasirinko teikiant nuorodų paslaugą internete, leisti pateikti skelbimą dėl prekių ar paslaugų, tapačių ar panašių į tas, kurioms šis prekių ženklas įregistruotas.

18 Kaip Teisingumo Teismas konstatavo 2010 m. kovo 23 d. Sprendimo *Google France ir Google* (C-236/08–C-238/08, Rink. p. I-2417) 51–52 punktuose, žymuo, kurį teikiant nuorodų paslaugą internete reklamuotojas pasirinko kaip raktinį žodį, yra priemonė, kurią jis naudoja norėdamas, kad jo skelbimas būtų rodomas, todėl naudoja jį „prekybos veikloje“ remiantis Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalimi.

19 Be to, kalbama apie naudojimą, susijusį su reklamuotojo prekėmis ar paslaugomis, net jeigu pasirinktas kaip raktinis žodis žymuo neminimas pačiame skelbime (minėto Sprendimo *Google France ir Google* 65–73 punktai).

20 Vis dėlto prekių ženklo savininkas negali drausti tokio jo prekių ženklui tapataus ar panašaus į jį žymens naudojimo, jeigu jis netenkina visų šiuo tikslu Direktyvos 89/104 5 straipsnyje ir su šiuo straipsniu susijusioje Teisingumo Teismo praktikoje nurodytų sąlygų.

21 Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies a punkte numatytu atveju, kai trečiasis asmuo prekių ženklui tapatų žymenį naudoja prekėms ar paslaugoms, tapačioms toms,

kurioms įregistruotas šis prekių ženklas, prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti tokį naudojimą, jei jis gali padaryti žalos vienai iš prekių ženklo funkcijų (minėto Sprendimo *Google France ir Google* 79 punktas).

22 Kitu minėtos direktyvos 5 straipsnio 1 dalies b punkte numatytu atveju, kai trečiasis asmuo prekių ženklui tapatų ar į jį panašų žymenį naudoja prekėms ar paslaugos, tapačioms ar panašioms į tas, kurioms įregistruotas šis prekių ženklas, prekių ženklo savininkas gali uždrausti tokio žymens naudojimą, tik jei yra galimybė supainioti (minėto Sprendimo *Google France ir Google* 78 punktas ir jame nurodyta teismo praktika).

23 Pagrindinėje byloje žymenys „Edi Koblmüller“ ir „Bergspechte“ buvo naudojami paslaugoms, tapačioms toms, kurioms įregistruotas *BergSpechte* prekių ženklas, t. y. kelionių organizavimo paslaugoms.

24 Todėl norint išsaiškinti, kokia taisyklė yra taikytina: ar numatyta Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies a punkte, ar šio straipsnio 1 dalies b punkte, reikia nustatyti, ar žymenys „Edi Koblmüller“ ir „Bergspechte“ yra tapatūs arba panašūs į *BergSpechte* prekių ženklą.

25 Šiuo atžvilgiu reikia konstatuoti, kad žymuo „Edi Koblmüller“, kuris tik iš dalies atkuria *BergSpechte* prekių ženklą, negali būti laikomas minėtam prekių ženklui tapačiu žymeniu. Iš tikrųjų žymuo yra tapatus prekių ženklui tik kai jis be pakeitimų ar pridėtų elementų atkuria visus prekių ženklą sudarančius elementus arba kai jis, vertinamas kaip visuma, turi tokių nedidelių skirtumų, kad paprastas vartotojas gali jų

nepastebėti (2003 m. kovo 20 d. Sprendimo *LTJ Diffusion*, C-291/00, Rink. p. I-2799, 54 punktas).

26 Vis dėlto nacionalinis teismas turi įvertinti, ar žymuo „Edi Koblmüller“ yra panašus į *BergSpechte* prekių ženklą.

27 Kalbant apie žymenį „Bergspechte“, neginčijama, kad jis taip pat neatkartoja visų prekių ženklą sudarančių elementų. Vis dėlto galima manyti, kad jis turi tokių nedidelių skirtumų, kad paprastas vartotojas gali jų nepastebėti atsižvelgiant į šio sprendimo 25 punkte nurodytą teismo praktiką. Atsižvelgdamas į visą turimą informaciją nacionalinis teismas turi įvertinti, ar minėtą žymenį reikia tokiu laikyti.

28 Tuo atveju, jeigu minėtas teismas nuspręstų, kad žymuo „Bergspechte“ ir *BergSpechte* prekių ženklas nėra tapatūs, atrodo, darytina išvada, kad šis žymuo yra panašus į minėtą prekių ženklą, su sąlyga, kad tai patikrina nacionalinis teismas.

Dėl žalos ar galimybės padaryti žalą kuriai nors prekių ženklo funkcijai [Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies a punktas]

29 Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies a punkte numatyta išimtinė teisė buvo įtvirtinta siekiant suteikti prekių ženklo savininkui galimybę apginti savo, kaip prekių ženklo savininko, specifinius interesus, t. y. užtikrinti, kad prekių ženklas atliktų savo

funkcijas. Todėl naudotis šia teise galima, tik jei trečiajam asmeniui naudojant šį žymenį padaroma arba galėtų būti padaryta žala prekių ženklo funkcijoms (be kita ko, žr. 2002 m. lapkričio 12 d. Sprendimo *Arsenal Football Club*, C-206/01, Rink. p. I-10273, 51 punktą; 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, Rink. p. I-5185, 58 punktą bei minėto Sprendimo *Google France ir Google* 75 punktą).

30 Iš šios teismo praktikos matyti, kad prekių ženklo savininkas negali prieštarauti prekių ženklui tapataus žymens naudojimui, jei šiuo naudojimu nepadaroma žala prekių ženklo funkcijoms (minėtų sprendimų *L'Oréal ir kt.* 60 punktas bei *Google France ir Google* 76 punktas).

31 Šioms funkcijoms priskiriama ne tik esminė prekių ženklo funkcija užtikrinti vartotojams prekių ar paslaugų kilmę (toliau – kilmės nurodymo funkcija), bet ir kitos jo funkcijos, kaip antai funkcija garantuoti šių prekių ar paslaugų kokybę arba informavimo, investavimo ar reklamos funkcijos (minėtų sprendimų *L'Oréal ir kt.* 58 punktas ir *Google France ir Google* 77 punktas).

32 Kalbant apie prekių ženklams tapačių žymenų kaip raktinių žodžių naudojimą teikiant nuorodų paslaugą, minėto Sprendimo *Google France ir Google* 81 punkte Teisingumo Teismas nusprendė, kad reikšmingos funkcijos, kurias reikia nagrinėti, yra kilmės nurodymo funkcija ir reklamos funkcija.

33 Dėl reklamos funkcijos minėtame sprendime Teisingumo Teismas konstatavo, kad kito asmens prekių ženklui tapataus žymens naudojimas teikiant tokią, kaip antai *AdWords* nuorodų, paslaugą negali pakenkti šiai prekių ženklo funkcijai (minėto Sprendimo *Google France ir Google* 98 punktas).

34 Šią išvadą reikia taikyti ir nagrinėjamu atveju, nes pagrindinė byla susijusi su raktinių žodžių pasirinkimu ir skelbimų rodymu teikiant tą pačią nuorodų paslaugą *AdWords*.

35 Dėl kilmės nurodymo funkcijos Teisingumo Teismas nusprendė, kad atsakymas į klausimą, ar yra daroma žala šiai funkcijai, kai interneto vartotojams, pasinaudojant prekių ženklui tapačiu raktiniu žodžiu, yra rodomas trečiojo asmens skelbimas, labai priklauso nuo to, kaip toks skelbimas pateikiamas. Žala prekių ženklo kilmės nurodymo funkcijai daroma, kai iš skelbimo pakankamai informuotas, protingai pastabus interneto vartotojas negali ar sunkiai gali suprasti, ar skelbime nurodytos prekės ar paslaugos yra kilusios iš prekių ženklo savininko arba su juo ekonomiškai susijusios įmonės, ar, priešingai, iš trečiojo asmens (minėto Sprendimo *Google France ir Google* 83 ir 84 punktai).

36 Šiuo atžvilgiu Teisingumo Teismas taip pat patikslino, jog kai iš trečiojo asmens skelbimo matyti, kad tarp šio trečiojo asmens ir prekių ženklo savininko egzistuoja ekonominis ryšys, darytina išvada, kad yra daroma žala kilmės nurodymo funkcijai. Be to, kai iš skelbimo nematyti, kad tarp trečiojo asmens ir prekių ženklo savininko egzistuoja ekonominis ryšys, ir jis atitinkamų prekių ar paslaugų atžvilgiu yra toks neaiškus, kad pakankamai informuotas, protingai pastabus interneto vartotojas, remdamasis reklamine nuoroda ir prie jo pridėtu komerciniu pranešimu, negali žinoti, ar reklamuotojas yra trečiasis asmuo prekių ženklo savininko atžvilgiu, ar, priešingai, jis ekonomiškai su juo susijęs, tokiu atveju taip pat darytina išvada, kad yra daroma žala šiai prekių ženklo funkcijai (žr. minėto Sprendimo *Google France ir Google* 89 ir 90 punktus).

37 Būtent atsižvelgdamas į šią informaciją nacionalinis teismas turi įvertinti, ar Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies a punkte numatytos taisyklės taikymo atveju iš pagrindinės bylos faktinių aplinkybių matyti, kad kilmės nurodymo funkcijai daroma žala, ar yra galimybė, kad tokia žala bus padaryta.

Dėl galimybės supainioti [Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies b punktas]

38 Galimybę supainioti sudaro tai, kad visuomenė gali manyti, jog nagrinėjamos prekės ar paslaugos pagamintos arba suteiktos tos pačios įmonės arba ekonomiškai susijusių įmonių (be kita ko, žr. 1999 m. birželio 22 d. Sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, Rink. p. I-3819, 17 punktą; 2005 m. spalio 6 d. Sprendimo *Medion*, C-120/04, Rink. p. I-8551, 26 punktą bei 2008 m. balandžio 10 d. Sprendimo *adidas ir adidas Benelux*, C-102/07, Rink. p. I-2439, 28 punktą).

39 Iš to matyti, kad jeigu pagrindinėje byloje būtų taikoma Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalies b punkte numatyta taisyklė, nacionalinis teismas turėtų padaryti išvadą, kad yra galimybė supainioti, kai interneto vartotojams, pasinaudojant į prekių ženklą panašiu raktiniu žodžiu, yra rodomas trečiojo asmens skelbimas, kai iš jo pakankamai informuotas, protingai pastabus interneto vartotojas negali ar sunkiai gali suprasti, ar skelbime nurodytos prekės arba paslaugos yra kilusios iš prekių ženklo savininko ar su juo ekonomiškai susijusios įmonės, ar, priešingai, iš trečiojo asmens.

40 Pagal analogiją taip pat taikomi šio sprendimo 36 punkte pateikti patikslinimai.

41 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, į pirmąjį klausimą reikia atsakyti, jog Direktyvos 89/104 5 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti reklamuotojui, naudojant šiam prekių ženklui tapatų arba į jį panašų raktinį žodį, kurį reklamuotojas be savininko sutikimo pasirinko teikiant nuorodų paslaugą internete, reklamuoti prekes ar paslaugas, tapačias toms, kurioms įregistruotas šis prekių ženklas, kai iš tokios reklamos paprastas interneto vartotojas negali ar sunkiai gali suprasti, ar skelbime nurodytos prekės arba paslaugos yra kilusios iš prekių ženklo savininko ar su juo ekonomiškai susijusios įmonės, ar, priešingai, iš trečiojo asmens.

Dėl antrojo prejudicinio klausimo

42 Antruoju klausimu prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikęs teismas iš esmės nori sužinoti, ar prekių ženklo savininkui šiuo prekių ženklu suteikiamos apsaugos apimtis gali skirtis atsižvelgiant į tai, kad trečiojo asmens skelbimas, rodomas pasinaudojant minėtam prekių ženklui tapačiu ar į jį panašiu raktiniu žodžiu, yra rubrikoje „rėmėjų nuorodos“ ar kur nors kitur.

43 Neginčijama, kad pagrindinė byla susijusi tik su prekių ženklui tapačių arba į jį panašių žymenų naudojimu teikiant nuorodų paslaugą internete, kai minėtos paslaugos teikėjo valdomos paieškos sistemos rubrikoje „rėmėjų nurodos“ pateikiami skelbimai. Šiomis aplinkybėmis siekiant išnagrinėti minėtą bylą nėra naudinga analizuoti prekių ženklu jo savininkui suteiktos apsaugos, kai trečiųjų asmenų skelbimai pateikiami ne rubrikoje „rėmėjų nuorodos“.

44 Iš to matyti, kad į antrąjį klausimą atsakyti nereikia.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

45 Kadangi šis procesas pagrindinės bylos šalims yra vienas iš etapų prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo nagrinėjamoje byloje, bylinėjimosi išlaidų klausimą turi spręsti šis teismas. Išlaidos, susijusios su pastabų pateikimu Teisingumo Teismui, išskyrus tas, kurias patyrė minėtos šalys, nėra atlygintinos.

Remdamasis šiais motyvais, Teisingumo Teismas (pirmoji kolegija) nusprendžia:

1988 m. gruodžio 21 d. Pirmosios Tarybos direktyvos 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti 5 straipsnio 1 dalį reikia aiškinti taip, kad prekių ženklo savininkas turi teisę uždrausti reklamuotojui, naudojant šiam prekių ženklui tapatų arba į jį panašų raktinį žodį, kurį reklamuotojas be savininko sutikimo pasirinko teikiant nuorodų paslaugą internete, reklamuoti prekes ar paslaugas, tapačias toms, kurioms įregistruotas šis prekių ženklas, kai iš tokios reklamos paprastas interneto vartotojas negali ar sunkiai gali suprasti, ar skelbime nurodytos prekės arba paslaugos yra kilusios iš

prekių ženklo savininko ar su juo ekonomiškai susijusios įmonės, ar, priešingai, iš trečiojo asmens.

Parašai.