Kohtulahendite kogumik

EUROOPA KOHTU OTSUS (neljas koda)

25. jaanuar 2024*

Eelotsusetaotlus – Euroopa Liidu kaubamärk – Määrus (EL) 2017/1001 – Artikli 9 lõige 2 ja lõike 3 punktid a–c – ELi kaubamärgiga antavad õigused – Mõiste „tähise kasutamine äritegevuse käigus“ – Artikli 14 lõike 1 punkt c – ELi kaubamärgi mõju piirangud – ELi kaubamärgi omaniku õigus keelata kolmandal isikul kasutada kaubamärgiga identset või sarnast tähist seoses autovaruosadega – Autotootja kaubamärki kujutava embleemi kinnitamiseks mõeldud radiaatorivõredetail

Kohtuasjas C-334/22,

mille ese on ELTL artikli 267 alusel Sąd Okręgowy w Warszawie (Varssavi regionaalne kohus, Poola) 25. veebruari 2022. aasta otsusega esitatud eelotsusetaotlus, mis saabus Euroopa Kohtusse 23. mail 2022, menetluses

Audi AG

versus

GQ,

EUROOPA KOHUS (neljas koda),

koosseisus: koja president C. Lycourgos, kohtunikud O. Spineanu-Matei (ettekandja), J.-C. Bonichot, S. Rodin ja L. S. Rossi,

kohtujurist: L. Medina,

kohtusekretär: ametnik M. Siekierzyńska,

arvestades kirjalikku menetlust ja 8. juuni 2023. aasta kohtuistungil esitatut,

arvestades seisukohti, mille esitasid:

– Audi AG, esindajad: *adwokaci* J. Alchimionek, B. Kochlewski, M. Popielska ja P. Siekierzyński,

– GQ, esindajad: *radcowie prawni* E. Jaroszyńska-Kozłowska ja S. Karpierz,

– Poola valitsus, esindajad: B. Majczyna, J. Lachowicz ja J. Sawicka,

* Kohtumenetluse keel: poola.

– Prantsuse valitsus, esindajad: R. Bénard, A. Daniel ja E. Timmermans,

– Euroopa Komisjon, esindajad: S. L. Kalėda, P. Němečková, J. Samnadda ja B. Sasinowska, hiljem P. Němečková, J. Samnadda ja B. Sasinowska,

olles 21. septembri 2023. aasta kohtuistungil ära kuulanud kohtujuristi ettepaneku,

on teinud järgmise

otsuse

1 Eelotsusetaotlus puudutab Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta (ELT 2017, L 154, lk 1) artikli 9 lõike 2 ja lõike 3 punkti a ning artikli 14 lõike 1 punkti c ja lõike 2 tõlgendamist.

2 Taotlus on esitatud Audi AG ja GQ vahelises kohtuvaidluses seoses Audi AG-le kuuluvast ELi kaubamärgist tulenevate õiguste väidetava rikkumisega.

Õiguslik raamistik

Määrus 2017/1001

3 Määruse 2017/1001 artikli 9 „ELi kaubamärgiga antavad õigused“ lõigetes 1–3 on sätestatud:

„1. ELi kaubamärgi registreerimine annab kaubamärgiomanikule selle suhtes ainuõiguse.

2. Ilma et see piiraks kaubamärgiomanike õigusi, mis on omandatud enne ELi kaubamärgi taotluse esitamise kuupäeva või prioriteedikuupäeva, on sama ELi kaubamärgi omanikul õigus takistada kõiki kolmandaid isikuid kasutamast äritegevuse käigus ilma tema loata kaupade või teenustega seoses mis tahes tähist, kui:

a) tähis on identne ELi kaubamärgiga ja seda kasutatakse kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille suhtes ELi kaubamärk on registreeritud;

b) tähis on identne või sarnane ELi kaubamärgiga ning seda kasutatakse kaupade või teenuste puhul, mis on identsed või sarnased selliste kaupade või teenustega, mille suhtes ELi kaubamärk on registreeritud, kui nende segiajamine üldsuse poolt on tõenäoline; segiajamise tõenäosus hõlmab ka tõenäosust, et tähist seostatakse kaubamärgiga;

c) tähis on identne või sarnane ELi kaubamärgiga, sõltumata sellest, kas seda kasutatakse seoses kaupade või teenustega, mis on identsed, sarnased või ei ole sarnased nende kaupade või teenustega, mille suhtes kõnealune ELi kaubamärk on registreeritud, juhul kui ELi kaubamärk on [Euroopa Liidus] üldtuntud ja juhul kui kõnealuse tähise põhjuseta kasutamine tähendaks ELi kaubamärgi eristusvõime või omandatud maine ebaausat ärakasutamist või kahjustamist.

3. Lõike 2 alusel võib eelkõige keelata järgmised toimingud:

a) tähise kandmine kaupadele või nende pakendile;

b) tähisega kaupade pakkumine, turulelaskmine või ladustamine nimetatud otstarbel või tähisega teenuste pakkumine või nendele osutamine;

c) tähisega kaupade importimine ja eksportimine;

d) tähise kasutamine kaubandusliku nimetusena või äriühingu nimena või kaubandusliku nimetuse või äriühingu nime osana;

e) tähise kasutamine äridokumentidel või reklaamis;

f) tähise kasutamine võrdlevas reklaamis viisil, mis on vastuolus [Euroopa Parlamendi ja nõukogu 12. detsembri 2006. aasta] direktiiviga 2006/114/EÜ [eksitava ja võrdleva reklaami kohta (ELT 2006, L 376, lk 21)]."

4 Määruse artikkel 14 „ELi kaubamärgi mõju piirangud" on sõnastatud järgmiselt:

„1. ELi kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kolmandal isikul kasutada äritegevuse käigus:

[…]

c) ELi kaubamärki selle omaniku kaupade või teenuste identifitseerimiseks või neile osutamiseks, eelkõige juhul, kui selle kaubamärgi kasutamine on vajalik toote või teenuse kavandatud otstarbe näitamiseks eelkõige lisaseadme või varuosa puhul.

2. Lõiget 1 kohaldatakse ainult juhul, kui kolmas isik järgib kasutamisel ausat tööstus- või kaubandustava."

Määrus (EÜ) nr 6/2002

5 Nõukogu 12. detsembri 2001. aasta määruse (EÜ) nr 6/2002 ühenduse disainilahenduse kohta (EÜT 2002, L 3, lk 1; ELT eriväljaanne 13/27, lk 142) artikli 19 „Ühenduse disainilahendusest tulenevad õigused" lõikes 1 on sätestatud:

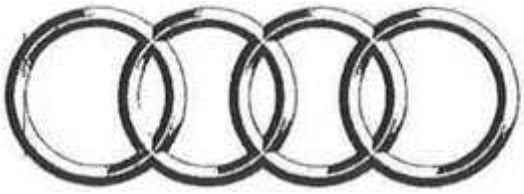
„Ühenduse registreeritud disainilahendus annab selle omanikule ainuõiguse kasutada disainilahendust ning takistada kolmandat isikut seda loata kasutamast. Nimetatud kasutamiseks loetakse eelkõige sellise toote valmistamist, pakkumist, turustamist, importi, eksporti või kasutamist või nendel eesmärkidel sellise toote säilitamist, milles disainilahendus sisaldub või mille puhul seda on kasutatud."

6 Määruse artikli 110 „Üleminekusäte" lõikes 1 on sätestatud:

„Kuni jõustuvad komisjoni asjakohase ettepaneku alusel vastuvõetud muudatused käesolevas määruses, ei ole ühenduse disainilahendusena kaitstav mitmeosalise toote koostisosa moodustav disainilahendus, mida on artikli 19 lõike 1 tähenduses kasutatud selle mitmeosalise toote parandamisel tema esialgse välimuse taastamiseks."

Põhikohtuasi ja eelotsuse küsimused

7 Audi on autotootja, kellele kuulub 15. juuni 1957. aasta märkide registreerimisel kasutatava kaupade ja teenuste rahvusvahelise klassifikatsiooni Nizza kokkuleppe (uuesti läbi vaadatud ja parandatud kujul) klassi 12 kuuluvaid kaupu, nimelt „maismaa-, õhu- ja veesõidukid, nende sõidukite sellesse klassi kuuluvad osad ja lisaseadmed, sealhulgas mootorid“, tähistav ELi kujutismärk, mis on registreeritud numbri 000018762 all (edaspidi „kaubamärk AUDI“):



8 GQ on füüsiline isik, kes veebisaidi kaudu müüb autovaruosi peamiselt selliste varuosade turustajatele. Oma tegevuse raames reklaamis GQ radiaatorivõresid, mis olid kohandatud ja kavandatud Audi autode vanematele, 1980. ja 1990. aastatest pärinevatele mudelitele, ning pakkus neid müügiks. Kõnealustel radiaatorivõredel oli autotootja Audi kaubamärgi embleemi (edaspidi „Audi embleem“) paigaldamiseks mõeldud detail.

9 Alates 2017. aastast on Audi esitanud GQ vastu hagisid, et takistada tal pakkuda müügiks analoogvaruosi, mille üks detail oma kujult täielikult või osaliselt kujutab Audi kaubamärki.

10 Eelkõige esitas Audi 5. mail 2020 eelotsusetaotluse esitanud kohtule, Sąd Okręgowy w Warszawiele (Varssavi regionaalne kohus, Poola), nõude, et GQ-l keelataks kaubamärgiga AUDI identset või sarnast tähist kandvate analoogradiaatorivõrede reklaamimine, importimine, müügiks pakkumine või turuleviimine. Samuti esitas ta nõude, et hävitataks Poola tolli konfiskeeritud 70 radiaatorivõret, millega rikutakse kaubamärgist AUDI tulenevat ainuõigust.

11 GQ vaidleb neile nõuetele vastu, tuginedes autotootjate praktikale, mille kohaselt viimased ei ole vastu nende kaubamärki kujutava embleemi paigaldamist võimaldava detailiga analoogradiaatorivõrede müügile.

12 Eelotsusetaotluse esitanud kohus leiab, et tema menetluses oleva kohtuasja lahendamiseks peab ta kindlaks tegema, kas kaubamärgiga AUDI – millel eelotsusetaotluse esitanud kohtu sõnul on tugev eristusvõime ja mis on Poolas laialdaselt üldtuntud ning mida seostatakse selgelt Audiga – antud kaitse hõlmab ka sellist detaili, mis on mõeldud Audi embleemi paigaldamiseks radiaatorivõrele ja mis on välimuselt – eeskätt kujult – identne, segiaetavalt sarnane või lihtsalt sarnane kaubamärgiga AUDI.

13 Sellega seoses leiab eelotsusetaotluse esitanud kohus esiteks, et analüüsida tuleb tagajärgi, mis kaasnevad määruse nr 6/2002 artikli 110 lõikes 1 ette nähtud nn parandamistingimusega samaväärse kaubamärgiõigusnormi puudumisega.

14 Eelotsusetaotluse esitanud kohus rõhutab nimelt vajadust kaitsta moonutamata konkurentsi ning tarbijate huvi omada valikuvõimalust, kas osta originaalautovaruosa või analoogvaruosa. Nimetatud kohus täpsustab, et kuigi käesoleval juhul ei ole tegemist ühenduse disainilahenduse kaitsega, põhineb viide nn parandamistingimusele arusaamal, et ELi kaubamärgiga antud õigusest ei saa tuleneda selle kaubamärgi omanikule ulatuslikum kaitse kui see, mis tuleneb

ühtaegu nii sellisest kaubamärgist kui ka ühenduse disainilahendusest tulenevatest õigustest. Sama kohus märgib, et 6. oktoobri 2015. aasta kohtumäärusest Ford Motor Company (C-500/14, EU:C:2015:680, punktid 39 ja 42) nähtub, et seda tingimust ei saa kaubamärgiõiguses kohaldada analoogia alusel. Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib siiski küsida, kas 20. detsembri 2017. aasta kohtuotsusest Acacia ja D'Amato (C-397/16 ja C-435/16, EU:C:2017:992) võib tuleneda vajadus tõlgendada seda kohtumäärust uuesti, et vältida olukorda, kus kolmandatel isikutel ühtaegu ei ole lubatud kasutada autotootja kaubamärki selle tootja autode varuosade tootmiseks ja müügiks pakkumiseks ega ole ka võimalik loobuda selle kaubamärgi kasutamisest sel eesmärgil. Ta leiab, et ehkki Euroopa Kohtu praktika kohaselt on kaubamärgiõiguses nn parandamistingimuse analoogia alusel kohaldamine välistatud, ei välista see, et kaubamärkide kaitse piiramise võimalus oli liidu seadusandja kavatsus või siis tuleneb see 6. oktoobri 2015. aasta kohtumäärusest Ford Motor Company (C-500/14, EU:C:2015:680).

15 Eelotsusetaotluse esitanud kohtul on seega küsimus, kas tema menetluses oleva kohtuasja asjaoludel täidab kaubamärk kui varuosa üks detail selle osa päritolu tähistamise ülesannet. Eelotsusetaotluse esitanud kohus soovib samuti teada, kas juhul, kui autovaruosa, s.o radiaatorivõre teatav detail, võimaldab paigaldada autotootja embleemi sellele varuosale ja on selle tootja kaubamärgi kujuga või on selle kaubamärgiga segiaetavalt sarnane, võib seda detaili pidada kaubamärgiks, mis täidab päritolu tähistamise ülesannet.

16 Teiseks on eelotsusetaotluse esitanud kohtul küsimus, kas määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punkti c tuleb tõlgendada nii, et sellega on välistatud kaubamärgiomaniku või kohtu võimalus keelata kolmandal isikul kasutada äritegevuse käigus autovaruosa, nimelt radiaatorivõre puhul tähist, mis on ELi kaubamärgiga identne või segiaetavalt sarnane, kui iseenesest kujutab kõnealune tähis endast varuosa üht detaili, mis on mõeldud autotootja embleemi paigaldamiseks selle tootja auto külge. Ta eristab sellises kontekstis kahte olukorda sõltuvalt sellest, kas kõnealust embleemi tehniliselt on või ei ole võimalik paigaldada, ilma et varuosal oleks kujutatud tähis, mis on kaubamärgiga identne või segiaetavalt sarnane. Ta täpsustab siiski, et selline tehniline kriteerium ei ole kergesti kohaldatav hindamiskriteerium.

17 Kolmandaks on eelotsusetaotluse esitanud kohtul küsimus, milliseid hindamiskriteeriume tuleb kohaldada, et teha kindlaks, kas ELi kaubamärki kasutatakse kooskõlas ausa tööstus- ja kaubandustavaga, nagu on nõutud määruse 2017/1001 artikli 14 lõikes 2.

18 Neil asjaoludel otsustas Sąd Okręgowy w Warszawie (Varssavi regionaalne kohus) menetluse peatada ja esitada Euroopa Kohtule järgmise eelotsuse küsimuse:

„1. Kas [määruse 2017/1001] artikli 14 lõike 1 punkti c tuleb tõlgendada nii, et sellega on välistatud kaubamärgiomaniku või kohtu võimalus keelata kolmandal isikul kasutada äritegevuse käigus autovaruosaga (radiaatorivõre) seoses tähist, mis on ELi kaubamärgiga identne või segiaetavalt sarnane, kui iseenesest on see tähis autotarviku (ELi kaubamärki kujutav embleem) kinnitusdetail ja

– kui ELi kaubamärki kujutavat originaalembleemi on tehniliselt võimalik paigaldada autovaruosa (radiaatorivõre) külge, ilma et sellel varuosal oleks kujutatud tähis, mis on identne või segiaetavalt sarnane ELi kaubamärgiga,

või kui

– tehniliselt ei ole võimalik paigaldada ELi kaubamärki kujutavat originaalembleemi autovaruosa (radiaatorivõre) külge, ilma et sellel osal oleks kujutatud tähis, mis on identne või segiaetavalt sarnane ELi kaubamärgiga?

Kui vastus [esimesele küsimusele kas selle esimese või teise taande osas] on jaatav, siis

2. milliste kriteeriumide alusel saab seda laadi juhtudel kindlaks määrata, kas kaubamärgi kasutamine on kooskõlas ausa tööstus- või kaubandustavaga?

3. Kas [määruse 2017/1001] artikli 9 lõiget 2 ja artikli 9 lõike 3 punkti a tuleb tõlgendada nii, et juhul, kui kaubamärk on autovaruosa väliskuju detail, ja kuivõrd määruses 2017/1001 puudub samaväärne vaste [määruse nr 6/2002] artikli 110 lõikes 1 sätestatud parandamistingimusele, ei täida kaubamärk sellises olukorras päritolu tähistamise ülesannet?

4. Kas [määruse 2017/1001] artikli 9 lõiget 2 ja artikli 9 lõike 3 punkti a tuleb tõlgendada nii, et juhul, kui kaubamärgi kinnitusdetail, mis on kaubamärgiga identne või segiaetavalt sarnane, on autovaruosa väliskuju detail, ja kuivõrd määruses 2017/1001 puudub samaväärne vaste [määruse nr 6/2002] artikli 110 lõikes 1 sätestatud parandamistingimusele, ei saa kinnituselementi käsitada päritolu tähistamise ülesannet täitva kaubamärgina isegi juhul, kui see on kaubamärgiga identne või segiaetavalt sarnane?“

Eelotsuse küsimuste analüüs

Kolmas ja neljas küsimus

19 Kõigepealt tuleb meenutada, et vastavalt määruse 2017/1001 artikli 9 lõigete 1 ja 2 sõnastusele, annab ELi kaubamärk omanikule ainuõiguse takistada kõigil kolmandatel isikutel kasutada äritegevuse käigus tähist, mis on selle kaubamärgiga identne, kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks on registreeritud asjaomane kaubamärk, või tähist, mille puhul identsuse või sarnasuse tõttu ELi kaubamärgiga ning selle kaubamärgi ja kõnealuse tähisega kaitstud kaupade või teenuste identsuse või sarnasuse tõttu on tõenäoline, et avalikkus võib need omavahel segi ajada, või ka tähist, mis on identne või sarnane ELi kaubamärgiga, seoses kaupade või teenustega, mis ei ole sarnased nende kaupade ja teenustega, mille jaoks ELi kaubamärk on registreeritud, kui ELi kaubamärk on liidus omandanud maine ja kui kõnealuse tähise kasutamine ilma tungiva põhjuseta tähendaks ELi kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist (vt selle kohta 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 31).

20 Sellega seoses nähtub eelotsusetaotlusest, et kolmanda ja neljanda küsimusega, mida tuleb analüüsida koos ja esimesena, soovib eelotsusetaotluse esitanud kohus tegelikult teada, kas autovaruosa, nimelt radiaatorivõre, mille üks detail on kujult identne või sarnane autotootjale kuuluva kaubamärgiga, importimine ja müügiks pakkumine kujutab endast määruse 2017/1001 artikli 9 lõikes 2 mainitud „tähise kasutamist äritegevuse käigus“.

21 Seevastu ei küsi eelotsusetaotluse esitanud kohus – kolmanda küsimuse sõnastusele vaatamata – siiski, kas tähist saab ELi kaubamärgina registreerida. Registreeritud ELi üksikkaubamärgi – nagu käesoleval juhul kaubamärk AUDI – peamine ülesanne on tagada tarbijatele sellega tähistatud kaupade või teenuste päritolu (vt selle kohta 8. juuni 2017. aasta kohtuotsus W. F. Gözze Frottierweberei ja Gözze, C-689/15, EU:C:2017:434, punktid 40 ja 41 ning seal viidatud

kohtupraktika). Seega võimaldab selline kaubamärk iseenesest ja muude elementide puudumisel tähistada kaupade või teenuste päritolu. Eelotsusetaotlusest ei nähtu, et eelotsusetaotluse esitanud kohus kahtleks kaubamärgi AUDI ELi kaubamärgina registreerimise põhjendatuses ja selle kaubamärgi võimes tähistada nende kaupade päritolu, mille suhtes see on registreeritud.

22 Samuti tuleb rõhutada, et määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 kohaldamise tingimust, mis puudutab „tähise kasutamist äritegevuse käigus“, tuleb analüüsida enne selle määruse artikli 9 lõike 2 punkti b tähenduses segiajamise tõenäosuse võimalikku hindamist. Nimelt ei ole mainitud tõenäosuse olemasolu eeltingimus selle analüüsimiseks, kas tähist kasutatakse äritegevuse käigus.

23 Lõpuks tuleb meenutada, et kõnealuse määruse artikli 9 lõike 3 punktide b ja c kohaselt võib keelata vastavalt sellise tähisega kaupade pakkumise või turuleviimise või ladustamise nimetatud otstarbel ning selliste kaupade importimise või eksportimise. Võttes arvesse põhikohtuasja asjaolusid, nagu need on esitatud eelotsusetaotluses, võivad osutatud sätted seega samuti olla asjakohased põhikohtuasja lahendamisel.

24 Seetõttu tuleb kolmas ja neljas küsimus ümber sõnastada selliselt, et sisuliselt palub eelotsusetaotluse esitanud kohus selgitada, kas määruse 2017/1001 – milles puudub määruse nr 6/2002 artikli 110 lõikes 1 ette nähtud nn parandamistingimusega samaväärne säte – artikli 9 lõiget 2 ja lõike 3 punkte a–c tuleb tõlgendada nii, et kolmas isik, kes ELi kaubamärgi omanikust autotootja loata impordib ja pakub müügiks varuosi, nimelt selle tootja autode radiaatorivõresid, mille üks detail on mõeldud kõnealust kaubamärki kujutava embleemi paigaldamiseks ja on kujult identne või sarnane kaubamärgiga, kasutab tähist äritegevuse käigus viisil, mis võib kahjustada kõnealuse kaubamärgi üht või mitut ülesannet.

25 Esiteks tuleb nentida, et kuigi ELi kaubamärgina kaitstud tähist võib teatavatel asjaoludel kaitsta ka ühenduse disainilahendusena, nähtub eelotsusetaotlusest, et põhikohtuasi puudutab üksnes kaitset, mille annab ELi kaubamärk, mitte ühenduse disainilahendusest tulenevat kaitset.

26 Oluline on sarnaselt eelotsusetaotluse esitanud kohtuga märkida, et liidu seadusandja ei ole määruses 2017/1001 ette näinud sellist tingimust nagu disainilahenduse õiguses kehtiv määruse nr 6/2002 artiklis 110 sätestatud nn parandamistingimus.

27 Lisaks on Euroopa Kohus juba selgitanud määruse nr 6/2002 artikli 110 kohaldamisala nii, et selles sättes on seatud teatavad piirangud üksnes disainilahendusest tulenevale kaitsele ja säte on kohaldatav, ilma et see piiraks kaubamärke käsitlevate liidu õigusnormide kohaldamist. Nimetatud säte ei sisalda seega ühtegi erandit kaubamärke käsitlevatest liidu õigusnormidest (vt selle kohta 6. oktoobri 2015. aasta kohtumäärus Ford Motor Company, C-500/14, EU:C:2015:680, punktid 39, 41 ja 42).

28 Pealegi on liidu seadusandja võtnud määruses 2017/1001 arvesse eesmärki säilitada kahjustamata konkurents, kuna selle määruse artiklis 14 on piiratud ELi kaubamärgi omanikule selle määruse artiklist 9 tuleneva õiguse mõju. Artikli 14 eesmärk on ühitada ELi kaubamärgist tuleneva õiguse kaitse põhihuvid kaupade vaba liikumise ja teenuste osutamise vabaduse huvidega siseturul, mistõttu nimetatud õigus saaks täita olulist osa moonutamata konkurentsi süsteemis, mille loomine ja säilitamine on EL toimimise lepingu eesmärk (vt selle kohta 6. oktoobri 2015. aasta kohtumäärus Ford Motor Company, C-500/14, EU:C:2015:680, punkt 43 ja seal viidatud kohtupraktika).

29 Järelikult ei saa määruse 2017/1001 artiklit 9 tõlgendada nii, et autotootjate ja analoogvaruosade tootjate vahel kahjustamata konkurentsi säilitamise eesmärgiga arvestamiseks tuleks analoogia alusel kohaldada määruse nr 6/2002 artiklit 110 ja piirata selle sätte alusel ELi kaubamärgi omanikule osutatud artikliga 9 antud õigust.

30 Teiseks tuleb märkida, et määruses 2017/1001 ei ole mõistet „kasutamine“ artikli 9 lõike 2 tähenduses määratletud (22. detsembri 2022. aasta kohtuotsus Louboutin (internetiturul õigusi rikkuva tähise kasutamine), C-148/21 ja C-184/21, EU:C:2022:1016, punkt 25).

31 Kohtupraktikast tuleneb, et selle määruse artikli 9 lõike 2 punktide a ja b kohaselt on ELi kaubamärgi omanikul õigus keelata kõigil kolmandatel isikutel kasutada äritegevuse käigus ilma tema loata kaubamärgiga identset tähist kaupade või teenuste puhul, mis on identsed nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, või tähist, mille puhul selle identsuse või sarnasuse tõttu kaubamärgiga ning kaubamärgiga ja tähisega kaitstud kaupade või teenuste identsuse või sarnasuse tõttu on tõenäoline, et üldsus võib need omavahel segi ajada, sealhulgas seostada tähist kaubamärgiga. Seda õigust võib siiski kasutada vaid juhul, kui tähise kasutamine kolmanda isiku poolt kahjustab või võib kahjustada kaubamärgi ülesandeid, mille hulka ei kuulu mitte ainult kaubamärgi peamine ülesanne tagada tarbijatele kauba või teenuse päritolu, vaid ka muud ülesanded, nagu asjaomase kauba või teenuse kvaliteedi tagamine või teabe, investeeringute ja reklaamiga seotud ülesanded (25. juuli 2018. aasta kohtuotsus Mitsubishi Shoji Kaisha ja Mitsubishi Caterpillar Forklift Europe, C-129/17, EU:C:2018:594, punktid 33 ja 34 ning seal viidatud kohtupraktika).

32 Lisaks tuleneb nimetatud määruse artikli 9 lõike 2 punktist c, et ELi kaubamärgi omanikul on õigus keelata kolmandal isikul kasutada äritegevuse käigus ilma tema loata kaubamärgiga identset või sarnast tähist, sõltumata sellest, kas kaubad või teenused, mille jaoks tähist kasutatakse, on identsed, sarnased või ei ole sarnased nendega, mille jaoks kaubamärk on registreeritud, kui selline kasutamine ilma tungiva põhjuseta tähendaks kõnealuse kaubamärgi eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist.

33 Seoses sõnaga „kasutamine“ on Euroopa Kohus juba sedastanud, et see tähistab üksnes kolmanda isiku aktiivset tegevust (vt selle kohta 25. juuli 2018. aasta kohtuotsus Mitsubishi Shoji Kaisha ja Mitsubishi Caterpillar Forklift Europe, C-129/17, EU:C:2018:594, punkt 38 ja seal viidatud kohtupraktika) ja määruse 2017/1001 artikli 9 lõikes 3 sisalduv loetelu kasutusviisidest, mida ELi kaubamärgi omanik võib keelata, ei ole ammendav (vt selle kohta 2. aprilli 2020. aasta kohtuotsus Coty Germany, C-567/18, EU:C:2020:267, punkt 32 ja seal viidatud kohtupraktika).

34 ELi kaubamärgiga identset või sarnast tähist kasutatakse „äritegevuse käigus“, kui kasutamine leiab aset kaubandustegevuse raames majandusliku kasu saamise eesmärgil, mitte erasfääris (vt selle kohta 12. novembri 2002. aasta kohtuotsus Arsenal Football Club, C-206/01, EU:C:2002:651, punkt 40, ja 23. märtsi 2010. aasta kohtuotsus Google France ja Google, C-236/08–C-238/08, EU:C:2010:159, punkt 50).

35 Mis puutub ELi kaubamärgi ülesannetesse, siis käesoleva kohtuotsuse punktides 21 ja 31 mainitud peamise ülesande – tagada selle kaubamärgiga tähistatud kaupade või teenuste konkreetne päritolu – eesmärk on nimelt tõendada, et kõiki kaubamärgiga tähistatud kaupu toodetakse või teenuseid osutatakse nende kvaliteedi eest vastutava konkreetse ettevõtja kontrolli all, ja seda selleks, et kaubamärk saaks täita oma olulist osa moonutamata konkurentsi süsteemis (vt selle

kohta 12. novembri 2002. aasta kohtuotsus Arsenal Football Club, C-206/01, EU:C:2002:651, punkt 48, ning 25. juuli 2018. aasta kohtuotsus Mitsubishi Shoji Kaisha ja Mitsubishi Caterpillar Forklift Europe, C-129/17, EU:C:2018:594, punkt 35).

36 ELi kaubamärgi muude ülesannete hulka kuuluv investeeringutega seotud ülesanne tagab kaubamärgiomanikule võimaluse kasutada oma kaubamärki selleks, et eri turundusvõtete abil saavutada tarbijaid ligitõmbav ja nad margitruuks muutev maine või seda säilitada. Seega tuleb siis, kui kolmas isik – nagu kaubamärgiomaniku konkurent, kes kasutab selle kaubamärgiga identset tähist kaupade ja teenuste jaoks, mis on identsed nendega, mille suhtes kaubamärk on registreeritud – oluliselt takistab kaubamärgiomanikku kasutamast oma kaubamärki selleks, et saavutada tarbijaid ligitõmbav ja nad margitruuks muutev maine või seda säilitada, siis tuleb järeldada, et selline kasutamine kahjustab kõnealust ülesannet. Kaubamärgiomanikul on seega määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 alusel õigus keelata selline kasutamine (vt selle kohta 25. juuli 2018. aasta kohtuotsus Mitsubishi Shoji Kaisha ja Mitsubishi Caterpillar Forklift Europe, C-129/17, EU:C:2018:594, punkt 36 ja seal viidatud kohtupraktika).

37 Käesolevas kontekstis on oluline märkida, et kolmas ja neljas küsimus põhinevad eeldusel, et imporditud ja GQ poolt müügiks pakutavad radiaatorivõred ei ole kaubamärgi AUDI omanikult pärinevad tooted ega ole turule viidud viimase nõusolekul.

38 Lisaks nähtub eelotsusetaotlusest, et eelotsusetaotluse esitanud kohus peab kaubamärki AUDI kujutava embleemi paigaldamiseks mõeldud detaili kujult selle kaubamärgiga identseks või sarnaseks. Selline kuju on seega tähis määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 tähenduses ja seda järeldust ei muuda asjaolu, et tegemist on autovaruosaga, st radiaatorivõrega.

39 Eelotsusetaotlusest nähtub samuti, et kõnealune tähis on paigutatud kõnealusele radiaatorivõrele või sellesse integreeritud turustamise eesmärgil, mis kujutab endast määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 3 punkti a kohaldamisalasse kuuluvat kasutamist. Lisaks võib asuda seisukohale, et GQ kasutab tähist selle määruse artikli 9 lõike 3 punktides b ja c sätestatud viisil, kuna ta impordib ja pakub müügiks selle tähisega radiaatorivõresid.

40 See on nii seda enam, kui – nagu käesoleval juhul – kõnealune detail on varuosa, nimelt radiaatorivõre külge kinnitatud selliselt, et kuni autotootja kaubamärki kujutava embleemi paigaldamiseni on kõnealuse kaubamärgiga identne või sarnane tähis kõnealust varuosa vaatlevale asjaomasele avalikkusele nähtav, kusjuures asjaomane avalikkus koosneb neist, kes soovivad mainitud osa osta auto parandamise või parandada laskmise eesmärgil. Selline asjaolu konkretiseerib sisulise seose olemasolu selle varuosa, mida kolmas isik impordib, reklaamib ja müügiks pakub, ning kaubamärgi AUDI omaniku vahel.

41 Kolmandaks tuleb tõdeda, et olukorrast sõltuvalt võib selline kasutamine kahjustada kaubamärgi üht või mitut ülesannet.

42 Sellega seoses olgu mainitud, et määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punktis a peetakse silmas nn kahekordset identsust, see tähendab ELi kaubamärgiga identse tähise kasutamist kolmanda isiku poolt kaupade või teenuste jaoks, mis on identsed nendega, mille suhtes kaubamärk on registreeritud. Sellisel juhul võib kaubamärgi omanik kõnealuse määruse artikli 9 lõike 2 punkti a alusel keelata kolmandal isikul tähise kasutamise selle määruse artikli 9 lõike 2 tähenduses (vt selle kohta 22. septembri 2011. aasta kohtuotsus Interflora ja Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, punkt 33) tingimusel, et selline kasutamine kahjustab või võib kahjustada kaubamärgi ülesandeid, mille hulka ei kuulu mitte ainult kaubamärgi peamine ülesanne tagada

tarbijatele kauba või teenuse päritolu, vaid ka muud ülesanded, nagu asjaomase kauba või teenuse kvaliteedi tagamine või teabe, investeeringute ja reklaamiga seotud ülesanded (vt selle kohta 3. märts 2016. aasta kohtuotsus Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134, punkt 26 ja seal viidatud kohtupraktika).

43 Kui kolmanda isiku kasutatava tähise ja ELi kaubamärgi ning asjaomaste kaupade osas kahekordne identsus puudub, eriti kui kolmanda isiku kasutatav tähis ja ELi kaubamärk on sarnased, mitte identsed, ja asjaomased kaubad või teenused on identsed või sarnased, siis peab liikmesriigi kohus hindama, kas asjaomase tähise kasutamine tingib segiajamise tõenäosuse määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti b tähenduses. Kohtupraktika kohaselt on segiajamine tõenäoline, kui avalikkus võib arvata, et kõnealused kaubad või teenused pärinevad samalt ettevõtjalt või ka omavahel majanduslikult seotud ettevõtjatelt (22. juuni 1999. aasta kohtuotsus Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, EU:C:1999:323, punkt 17, ja 8. juuli 2010. aasta kohtuotsus Portakabin, C-558/08, EU:C:2010:416, punkt 51). Seega võib kaubamärgiomanik selle sätte alusel keelata kolmandal isikul kaubamärgiga identset või sarnast tähist kasutada üksnes juhul, kui mainitud segiajamise tõenäosuse tõttu selline kasutamine kahjustab või võib kahjustada kõnealust peamist ülesannet (vt selle kohta 3. märts 2016. aasta kohtuotsus Daimler, C-179/15, EU:C:2016:134, punkt 27 ja seal viidatud kohtupraktika).

44 Kui kaubamärk on liidus omandanud maine määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti c tähenduses, on sellise kaubamärgi omanikul lisaks õigus keelata kolmandal isikul kasutada äritegevuse käigus selle kaubamärgiga identset või sarnast tähist käesoleva kohtuotsuse punktis 32 nimetatud tingimustel. Maineka kaubamärgi omaniku poolt selle õiguse kasutamise eeltingimus ei ole tegelik segiajamise tõenäosus asjaomase avalikkuse seas (vt selle kohta 22. septembri 2011. aasta kohtuotsus Interflora ja Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, punktid 70 ja 71 ning seal viidatud kohtupraktika).

45 Käesoleval juhul peab liikmesriigi kohus kõigepealt kindlaks tegema esiteks, kas GQ kasutatav tähis, mis seisneb Audi embleemi paigaldamiseks mõeldud radiaatorivõredetaili kujus, on identne või sarnane kaubamärgiga AUDI, ja kas teiseks on radiaatorivõre identne või sarnane ühe või mitme kaubaga, mille suhtes nimetatud kaubamärk on registreeritud ja mida on nimetatud käesoleva kohtuotsuse punktis 7.

46 Kui liikmesriigi kohus teeb kindlaks, et see tähis on kujult identne kaubamärgiga AUDI ja kõnealused radiaatorivõred varuosadena on identsed kaupadega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud, peab ta kohaldama määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti a.

47 Kui aga liikmesriigi kohus teeb kindlaks, et GQ kasutab kaubamärgiga sarnast, mitte identset tähist ja tema radiaatorivõred varuosadena on identsed või sarnased kaupadega, mille suhtes see kaubamärk on registreeritud, tuleb sellel kohtul hinnata, kas esineb segiajamise tõenäosus määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti b tähenduses, võttes arvesse kõiki asjakohaseid tegureid, eelkõige asjaomaste tähiste ja kaupade sarnasuse astet, seda, kuidas asjaomase avalikkuse moodustavad piisavalt informeeritud, mõistlikult tähelepanelikud ja arukad keskmised tarbijad tajuvad neid kaupu, mille jaoks kolmas isik tähist kasutab, ning selle avalikkuse tähelepanelikkuse astet, ELi kaubamärgi eristusvõimet või ka kaupade turustustingimusi (vt selle kohta 11. novembri 1997. aasta kohtuotsus SABEL, C-251/95, EU:C:1997:528, punkt 22, ja 4. märtsi 2020. aasta kohtuotsus EUIPO *vs*. Equivalenza Manufactory, C-328/18 P, EU:C:2020:156, punktid 57 ja 70).

48 Lisaks nähtub eelotsusetaotlusest, et kaubamärk AUDI on Poolas laialdaselt üldtuntud ja sellel on tugev eristusvõime. Kui liikmesriigi kohus leiab, et see kaubamärk on mainekas ja et Audi embleemi paigaldamiseks mõeldud radiaatorivõredetail on kujult identne või sarnane kõnealuse kaubamärgiga, tuleb seda kaubamärki kaitsta, ilma et oleks oluline, kas GQ imporditavad ja müügiks pakutavad radiaatorivõred ning kaubad, mille suhtes kõnealune kaubamärk on registreeritud, on identsed, sarnased või erinevad. Seega võib määruse 2017/1001 artikli 9 lõike 2 punkti c alusel keelata GQ-l tähise kasutamise juhul, kui liikmesriigi kohus tuvastab, et selline ilma tungiva põhjuseta kasutamine tähendaks kaubamärgi AUDI eristusvõime või maine ärakasutamist või kahjustamist. Sellisel juhul ei pea nimetatud kohus hindama, kas segiajamine on tegelikult tõenäoline, kuna selles kontekstis ei ole tähtsust asjaolul, et keskmine tarbija saab aru, et kõnealused radiaatorivõred ei ole originaalvaruosad.

49 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb kolmandale ja neljandale küsimusele vastata, et määruse 2017/1001 artikli 9 lõiget 2 ja lõike 3 punkte a–c tuleb tõlgendada nii, et kolmas isik, kes ELi kaubamärgi omanikust autotootja loata impordib ja pakub müügiks varuosi, nimelt selle tootja autode radiaatorivõresid, mille üks detail on mõeldud kõnealust kaubamärki kujutava embleemi paigaldamiseks ja on kujult identne või sarnane kaubamärgiga, kasutab tähist äritegevuse käigus viisil, mis võib kahjustada kõnealuse kaubamärgi üht või mitut ülesannet, mille kontrollimine on liikmesriigi kohtu ülesanne.

Esimene küsimus

50 Esimese küsimusega palub eelotsusetaotluse esitanud kohus sisuliselt selgitada, kas määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punkti c tuleb tõlgendada nii, et sellega on vastuolus, kui ELi kaubamärgi omanikust autotootja keelab kolmandal isikul kasutada selle kaubamärgiga identset või sarnast tähist enda toodetud autodele mõeldud varuosadel, nimelt radiaatorivõredel, kui tähis seisneb radiaatorivõre külge kaubamärki kujutava embleemi paigaldamiseks mõeldud radiaatorivõredetaili kujus, sõltuvalt sellest, kas on või puudub tehniline võimalus paigaldada embleem radiaatorivõre külge, sellel kõnealust tähist kasutamata.

51 Kõigepealt tuleb märkida, et kui kaubamärgiomanik võib määruse 2017/1001 artikli 9 alusel keelata kolmandal isikul kasutada ELi kaubamärgiga identset või sarnast tähist, on määruse artiklis 14 ette nähtud olukordades piiratud kaubamärgiomaniku õigust sellisele kasutamisele vastu seista.

52 Täpsemalt nähtub määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punktist c, et ELi kaubamärk ei anna selle omanikule õigust keelata kolmandatel isikutel kasutada ELi kaubamärki äritegevuse käigus ELi kaubamärgi omaniku kaupade või teenuste identifitseerimiseks või neile osutamiseks eelkõige juhul, kui kõnealuse kaubamärgi kasutamine on vajalik kauba või teenuse kavandatud otstarbe näitamiseks eelkõige lisaseadme või varuosa puhul.

53 Vaatamata sellele, et mainitud säte, mis vastab Euroopa Parlamendi ja nõukogu 16. detsembri 2015. aasta direktiivi (EL) 2015/2436 kaubamärke käsitlevate liikmesriikide õigusaktide ühtlustamise kohta (ELT 2015, L 336, lk 1) artikli 14 lõike 1 punktile c, erineb märkimisväärselt varem kehtinud liidu õigusaktides sisaldunud vastavast varasemast sättest, on säilitatud ja kehtib endiselt üks eeldustest, mille korral kaubamärgile ei saa tugineda kolmandate isikute vastu: nimelt ei ole kaubamärgiomanikul võimalik keelata kolmandal isikul kasutada kaubamärki juhul, kui selline kasutamine on vajalik kauba – eelkõige lisaseadme või varuosa – või teenuse otstarbe näitamiseks ning kui seda tehakse kooskõlas ausa tööstus- või kaubandustavaga (vt selle kohta 11. jaanuari 2024. aasta kohtuotsus Inditex, C-361/22, EU:C:2024:17, punkt 44–46).

54 Selle eelduse kohaselt on kaubamärgist tuleneva ainuõiguse piiramise eesmärk võimaldada kaubamärgiomaniku pakutavaid kaupu või teenuseid täiendavate kaupade või teenuste pakkujal kasutada kaubamärki selleks, et teavitada avalikkust arusaadavalt ja täielikult enda turustatava kauba või teenuse otstarbest või – teisisõnu – nende kaupade või teenuste ja kaubamärgiomaniku kaupade või teenuste vahelisest funktsionaalsest seosest (vt analoogia alusel 17. märtsi 2005. aasta kohtuotsus Gillette Company ja Gillette Group Finland, C-228/03, EU:C:2005:177, punktid 33 ja 34, ning 11. jaanuari 2024. aasta kohtuotsus Inditex, C-361/22, EU:C:2024:17, punkt 51).

55 Seega on määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punkti c alusel siis, kui kolmas isik kasutab kaubamärki kaubamärgiomaniku kaupade või teenuste tähistamiseks või neile osutamiseks, juhul kui selline kasutamine on vajalik kolmanda isiku turustatava kauba või tema pakutava teenuse otstarbe näitamiseks, tegemist ühega neist olukordadest, milles kaubamärgi omanik ei saa selle kasutamist keelata (vt selle kohta 11. jaanuari 2024. aasta kohtuotsus Inditex, C-361/22, EU:C:2024:17, punkt 52). Nimetatud määruse artikliga 9 kaubamärgiomanikule antud ainuõiguse piirang on siiski kohaldatav üksnes tingimusel, et kolmas isik kasutab kaubamärki kooskõlas ausa tööstus- või kaubandustavaga selle määruse artikli 14 lõike 2 tähenduses.

56 Käesoleval juhul nähtub eelotsusetaotlusest, et kaubamärgiga AUDI identse või sarnase radiaatorivõredetaili abil on võimalik paigaldada kõnealust kaubamärki kujutav embleem selle võre külge. Nagu nähtub ka eelotsusetaotlusest ja poolte seisukohtadest, on selle detaili kuju valikul juhindutud soovist turustada radiaatorivõret, mis sarnaneb võimalikult täpselt asjaomaste mootorsõidukite tootja originaalradiaatorivõrega.

57 Ent olukorda, kus ettevõtja, kes ei ole kaubamärgiomanikuga majanduslikult seotud, paigutab asjaomase kaubamärgiga identse või sarnase tähise enda turustatavatele varuosadele, mis on mõeldud kaubamärgiomaniku tootesse paigaldamiseks, tuleb eristada olukorrast, kus selline ettevõtja, lisamata neile varuosadele kaubamärgiga identset või sarnast tähist, kasutab seda kaubamärki näitamaks, et kõnealused varuosad on ette nähtud kaubamärgiomaniku tootesse integreerimiseks. Teisena kirjeldatud olukord on hõlmatud käesoleva kohtuotsuse punktis 55 kirjeldatud olukorraga, ent esimesena kirjeldatud olukord selline ei ole. Nagu kohtujurist oma ettepaneku punktis 57 märkis, ületab kaubamärgiga identse või sarnase tähise paigutamine kolmanda isiku turustatavale kaubale määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punktis c ette nähtud osutamise otstarbel kasutamise piire ega kujuta seega endast ühtki selles sättega hõlmatud eeldust.

58 Sellest järeldub, et kui ELi kaubamärgiga identne või sarnane tähis on autovaruosadetail, mis on kavandatud nende autode tootja embleemi paigaldamiseks selle varuosa külge ning mida ei kasutata kaubamärgiomaniku kaupade või teenuste tähistamiseks või neile osutamiseks, vaid kaubamärgiomaniku toote võimalikult täpseks kopeerimiseks, ei kuulu selline kasutamine määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punkti c kohaldamisalasse.

59 Neil asjaoludel ei ole oluline, kas on või puudub tehniline võimalus paigaldada autotootja kaubamärki kujutav embleem radiaatorivõre külge, ilma et paigaldamiseks mõeldud võredetail oleks kaubamärgiga identse või sarnase tähise kujuga. Seda, kuidas GQ kasutab mainitud kuju, mis on eelotsusetaotluse esitanud kohtu hinnangul käesoleval juhul kaubamärgiga AUDI identne või sarnane tähis, tuleb hinnata määruse 2017/1001 artiklis 9 sätestatud normide alusel, nagu neid on tõlgendanud Euroopa Kohus käesoleva kohtuotsuse punktides 42–48 meenutatud kohtupraktikas.

60 Kõiki eeltoodud kaalutlusi arvestades tuleb esimesele küsimusele vastata, et määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punkti c tuleb tõlgendada nii, et sellega ei ole vastuolus, kui ELi kaubamärgi omanikust autotootja keelab kolmandal isikul kasutada selle kaubamärgiga identset või sarnast tähist enda toodetud autodele mõeldud varuosadel, nimelt radiaatorivõredel, kui tähis seisneb radiaatorivõre külge kaubamärki kujutava embleemi paigaldamiseks mõeldud radiaatorivõredetaili kujus, ilma et oleks oluline, kas on või puudub tehniline võimalus paigaldada embleem radiaatorivõre külge sellel kõnealust tähist kasutamata.

Teine küsimus

61 Arvestades esimesele küsimusele antud vastust, ei ole vaja teisele küsimusele vastata.

Kohtukulud

62 Kuna põhikohtuasja poolte jaoks on käesolev menetlus eelotsusetaotluse esitanud kohtus pooleli oleva asja üks staadium, otsustab kohtukulude jaotuse liikmesriigi kohus. Euroopa Kohtule seisukohtade esitamisega seotud kulusid, välja arvatud poolte kohtukulud, ei hüvitata.

Esitatud põhjendustest lähtudes Euroopa Kohus (neljas koda) otsustab:

1. **Euroopa Parlamendi ja nõukogu 14. juuni 2017. aasta määruse (EL) 2017/1001 Euroopa Liidu kaubamärgi kohta artikli 9 lõiget 2 ja lõike 3 punkte a–c**

   tuleb tõlgendada nii, et

   kolmas isik, kes ELi kaubamärgi omanikust autotootja loata impordib ja pakub müügiks varuosi, nimelt selle tootja autode radiaatorivõresid, mille üks detail on mõeldud kõnealust kaubamärki kujutava embleemi paigaldamiseks ja on kujult identne või sarnane kaubamärgiga, kasutab tähist äritegevuse käigus viisil, mis võib kahjustada kõnealuse kaubamärgi üht või mitut ülesannet, mille kontrollimine on liikmesriigi kohtu ülesanne.

2. **Määruse 2017/1001 artikli 14 lõike 1 punkti c**

   tuleb tõlgendada nii, et

   sellega ei ole vastuolus, kui ELi kaubamärgi omanikust autotootja keelab kolmandal isikul kasutada selle kaubamärgiga identset või sarnast tähist enda toodetud autodele mõeldud varuosadel, nimelt radiaatorivõredel, kui tähis seisneb radiaatorivõre külge kaubamärki kujutava embleemi paigaldamiseks mõeldud radiaatorivõredetaili kujus, ilma et oleks oluline, kas on või puudub tehniline võimalus paigaldada embleem radiaatorivõre külge sellel kõnealust tähist kasutamata.

Allkirjad