TIESAS SPRIEDUMS (pirmā palāta)

2006. gada 23. februārī *

Lieta C-59/05

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši EKL 234. pantam, ko *Bundesgerichtshof* (Vācija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2004. gada 2. decembrī un kas Tiesā reģistrēts 2005. gada 10. februārī, tiesvedībā

Siemens AG

pret

VIPA Gesellschaft für Visualisierung und Prozeßautomatisierung mbH.

TIESA (pirmā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs P. Janns [*P. Jann*], tiesneši H. N. Kunja Rodrigess [*J. N. Cunha Rodrigues*] (referents), K. Lēnartss [*K. Lenaerts*], M. Ilešičs [*M. Ilešič*] un E. Levits,

* Tiesvedības valoda — vācu.

ģenerāladvokāts A. Ticano [*A. Tizzano*],
sekretārs R. Grass [*R. Grass*],

ņemot vērā rakstveida procesu,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

— *Siemens AG* vārdā — S. Jakermaijers [*S. Jackermeier*], *Rechtsanwalt*, un D. Laufhūte [*D. Laufhütte*], *Patentanwalt*,

— *VIPA Gesellschaft für Visualisierung und Prozeßautomatisierung mbH* vārdā — A. Osterlohs [*A. Osterloh*] un E. Osterlohs [*E. Osterloh*], *Rechtsanwälte*,

— Polijas Republikas vārdā — T. Novakovskis [*T. Nowakowski*], pārstāvis,

— Eiropas Kopienu Komisijas vārdā — A. Aresu [*A. Aresu*] un F. Hofmeisters [*F. Hoffmeister*], pārstāvji,

ņemot vērā lēmumu, kas pieņemts pēc ģenerāladvokāta uzklausīšanas, izskatīt lietu bez ģenerāladvokāta secinājumiem,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu attiecas uz to, kā interpretēt Padomes 1984. gada 10. septembra Direktīvas 84/450/EEK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu (OV L 250, 17. lpp.), kas grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvu 97/55/EK (OV L 290, 18. lpp., turpmāk tekstā — "Direktīva 84/450"), 3.a panta 1. punkta g) apakšpunktu.

2 Šis lūgums tika iesniegts tiesvedības sabiedrība "*Siemens AG*" (turpmāk tekstā — "*Siemens*") pret sabiedrību "*VIPA Gesellschaft für Visualisierung und Prozeßautomatisierung mbH*" (turpmāk tekstā — "*VIPA*") ietvaros par reklāmu, ko sniedza *VIPA*, lai veicinātu to sastāvdaļu pārdošanu, kas atbilst *Siemens* ražotajiem un pārdodamajiem automātiem.

Atbilstošās tiesību normas

Kopienu tiesiskais regulējums

3 Saskaņā ar Direktīvas 84/450 2.a panta 2. punktu ar "salīdzinošu reklāmu" šajā direktīvā saprot "jebkuru reklāmu, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus".

4 Šās direktīvas 3.a panta 1. punkts paredz:

"Salīdzinošā reklāma tiktāl, ciktāl tā attiecas uz salīdzinājumu, ir atļauta, ja tā atbilst šādiem nosacījumiem:

[..]

c) tā objektīvi salīdzina vienu vai vairākas šo preču un pakalpojumu materiālās, saistošās, pārbaudāmās un reprezentatīvās pazīmes, kuras var iekļaut cenu;

[..]

g) tā negodīgi neizmanto priekšrocības, kādas rada konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citu atšķirības zīmju reputācija vai konkurējošu produktu izcelsmes vietas norādes reputācija;

[..]."

5 Direktīvas 97/55 preambulas otrais, četrpadsmitais un piecpadsmitais apsvērums nosaka:

"(2) tā kā iekšējā tirgus pilnīga izveide nozīmē arvien plašākas izvēles iespējas; tā kā, ņemot vērā to, ka patērētāji var izmantot un viņiem ir jāizmanto pēc iespējas

labāk iekšējā tirgus priekšrocības un ka reklāma ir ļoti svarīgs līdzeklis, ar ko radīt reālu noieta tirgu visām precēm un pakalpojumiem visā Kopienā, pamatnoteikumiem par salīdzinošās reklāmas formu un saturu jābūt vienveidīgiem, un salīdzinošās reklāmas izmantošanas nosacījumiem dalībvalstīs jābūt saskaņotiem; tā kā, ja šādi nosacījumi ir izpildīti, ir vieglāk objektīvi parādīt dažādu salīdzināmu produktu labās īpašības; tā kā salīdzinošā reklāma var arī veicināt konkurenci starp preču piegādātājiem un pakalpojumu sniedzējiem par labu patērētājam;

[..]

(14) tā kā, lai salīdzinošo reklāmu padarītu efektīvu, tomēr var būt vajadzība identificēt konkurenta preces vai pakalpojumus, atsaucoties uz pēdējam piederošo preču zīmi vai tirdzniecības nosaukumu;

(15) tā kā, šādi izmantojot svešu preču zīmi, tirdzniecības nosaukumu vai citas atšķirības zīmes, netiek pārkāptas šīs ekskluzīvās tiesības tajos gadījumos, kad izmantošana atbilst šajā direktīvā paredzētajiem nosacījumiem un kad šādas izmantošanas paredzētais mērķis ir vienīgi atšķirt tos un tādējādi objektīvi izcelt atšķirības."

Valsts tiesiskais regulējums

6 1909. gada 7. jūnija Likuma par cīņu pret negodīgu konkurenci (*Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb*, turpmāk tekstā — "*UWG*") 6. pants tostarp paredz:

"1) Par salīdzinošu reklāmu ir uzskatāma jebkura reklāma, kas tieši vai netieši identificē konkurentu vai konkurenta piedāvātās preces vai pakalpojumus.

2) Persona, kas izmanto salīdzinošu reklāmu, rīkojas nelikumīgi [..], ja salīdzināšanas rezultātā:

[..]

4. tiek negodīgi izmantotas priekšrocības, ko rada konkurenta izmantotās zīmes reputācija, vai tai tiek nodarīts kaitējums [..]."

Pamata prāva un prejudiciālie jautājumi

7 *Siemens* ražo un pārdod citastarp programmējamus automātus ar nosaukumu "Simatic". 1983. gadā *Siemens* ieviesa šiem automātiem un to papildu sastāvdaļām tādu pasūtījuma numuru sistēmu, kas izveidoti no vairāku lielo burtu un ciparu kombinācijas.

8 *VIPA* arī ražo un pārdod sastāvdaļas, kas atbilst automātiem "*Simatic*" un kopš 1988. gada tiem izmanto identifikācijas sistēmu, kas ir gandrīz identiska tai, ko izmanto *Siemens*. Pirmā to zīmju kombinācijas daļa, kas veido *Siemens* pasūtījuma numuru, piemēram, "6ES5" vai "6ES7", tiek aizvietota ar sabiedrības *VIPA* abreviatūru, kurai seko *Siemens* oriģinālo preču galvenais pasūtījuma numura elements. Šis galvenais pasūtījuma numura elements attiecas uz attiecīgo preču

raksturīpašībām un to izmantošanu automatizācijas platformā tādēļ, ka tas ir jāievada platformā, lai automāts strādātu.

9 *VIPA* pārdod sastāvdaļas, kas atbilst *Siemens* oriģinālajām precēm, kuru pasūtījuma numurs ir "6ES5 928-3UB21", ar pasūtījuma numuru "*VIPA* 928-3UB21". Tā norāda šo numuru uz savām precēm un katalogā, precizējot: "Lūdzu, pārbaudiet jūsu platformas izmantošanas instrukcijā vajadzīgo programmēšanas moduļa pasūtījuma numuru vai piezvaniet mums! Pasūtījuma numuri atbilst *Siemens* programmēšanas moduļu pasūtījuma numuriem."

10 *Siemens* iesūdzēja *VIPA* tiesā, apgalvojot, ka *VIPA* nelikumīgi izmantojusi priekšrocības, ko rada *Siemens* preču reputācija. Tiesa pirmajā instancē apmierināja *Siemens* lūgumu, pieņemot lēmumu, kas tika grozīts apelācijā. *Siemens* iesniedza kasācijas sūdzību "en revision" *Bundesgerichtshof* [Federālā tiesa].

11 Uzskatot, ka tai ir nepieciešama Direktīvas 84/450 interpretācija, lai izskatītu tai iesniegto lietu, *Bundesgerichtshof* nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai var uzskatīt, ka tika negodīgi izmantota konkurenta "cita atšķirības zīme" Direktīvas 84/450/EEK 3.a panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē, ja reklāmas devējs izmanto elementu, kas ir identisks konkurenta atšķirības zīmes (šajā gadījumā — pasūtījuma numuru sistēmas) galvenajam elementam, kurš ir pazīstams speciālistu vidū, un atsaucas savā reklāmā uz šiem identiskajiem elementiem?

2) Vai labums, ko gūst reklāmas devējs un patērētājs no atšķirības zīmei identiskas zīmes izmantošanas, ir būtisks elements, lai noteiktu, vai ir negodīgi izmantotas priekšrocības, ko rada šās zīmes reputācija?"

Par prejudiciālajiem jautājumiem

12 Ar saviem jautājumiem, kas ir izskatāmi kopā, iesniedzējtiesa pēc būtības jautā, vai, izmantojot savos katalogos ražotāja atšķirības zīmes galveno elementu, proti, tā preču pasūtījuma numuru sistēmu, kas ir pazīstams speciālistu vidū, konkurējošs piegādātājs ir negodīgi izmantojis priekšrocības, ko rada šās atšķirības zīmes reputācija Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta g) apakšpunkta izpratnē, un vai, lai atbildētu uz šo jautājumu, ir jāņem vērā labums, ko no šādas izmantošanas gūst patērētāji un reklāmas devējs.

13 Saskaņā ar Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta g) apakšpunktu salīdzinošā reklāma ir atļauta tostarp, ja tā negodīgi neizmanto priekšrocības, kādas rada konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citu atšķirības zīmju reputācija vai konkurējošu produktu izcelsmes vietas norādes reputācija.

14 Atbilstoši Tiesas judikatūrai, lai izvērtētu, vai ir izpildīti nosacījumi, ko paredz Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta g) apakšpunkts, ir jāņem vērā Direktīvas 97/55 preambulas piecpadsmitais apsvērums, saskaņā ar kuru, izmantojot svešu preču zīmi vai citas atšķirības zīmes, netiek pārkāptas tiesības uz preču zīmi, ja izmantošana atbilst Direktīvā 84/450 paredzētajiem nosacījumiem un kad šādas izmantošanas paredzētais mērķis ir vienīgi atšķirt reklāmas devēja preces un pakalpojumus no konkurenta precēm un pakalpojumiem un tādējādi objektīvi izcelt atšķirības (skat. Tiesas 2001. gada 25. oktobra spriedumu lietā C-112/99 *Toshiba Europe*, *Recueil*, I-7945. lpp., 53. punkts).

15 Šajā ziņā nevar uzskatīt, ka reklāmas devējs negodīgi izmanto priekšrocības, kas rodas no konkurenta atšķirības zīmes reputācijas, ja atsauce uz tā zīmēm ir efektīvas konkurences attiecīgajā tirgū nosacījums (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Toshiba Europe*, 54. punkts).

16 Turklāt Tiesa ir nospriedusi, ka, ja trešā persona izmanto preču zīmi, var tikt negodīgi izmantotas priekšrocības, ko rada šās preču zīmes atšķirtspēja vai reputācija, vai tai var tikt nodarīts kaitējums, piemēram, radot sabiedrības apziņā maldīgu priekšstatu par attiecībām starp reklāmas devēju un preču zīmes īpašnieku (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Toshiba Europe*, 55. punkts).

17 No iesniedzējtiesas rīkojuma izriet, ka, izmantojot *Siemens* pasūtījumu numuru sistēmas galveno elementu, *VIPA* ir paziņojusi sabiedrībai, ka abu attiecīgo preču tehniskās raksturiezīmes ir līdzvērtīgas. Tā rezultātā runa ir par materiālo, saistošo, pārbaudāmo un reprezentatīvo preču pazīmju salīdzinājumu Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Toshiba Europe*, 56. punkts).

18 Tomēr ir jāpārliecinās, vai šī izmantošana var radīt tās sabiedrības daļas, kurai ir paredzēta *VIPA* izdotā reklāma, apziņā saistību starp attiecīgo automātu un to papildu sastāvdaļu ražotāju pamata prāvā un konkurējošo piegādātāju, jo minētā sabiedrības daļa var attiecināt šā ražotāja preču reputāciju uz minētā piegādātāja precēm.

19 Vispirms ir jāatzīst, ka attiecīgās preces pamata prāvā ir paredzētas specializētai sabiedrības daļai. Līdz ar to *Siemens* preču reputācijas saistīšana ar *VIPA* preču

reputāciju ir mazāk iespējama nekā tad, ja šīs preces būtu paredzētas gala patērētājiem (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Toshiba Europe*, 52. punkts).

20 Turklāt tas, ka *VIPA* izmanto savu abreviatūru pasūtījuma numuru pirmajā daļā un ka savā katalogā tā precizē, ka šie numuri atbilst *Siemens* programmēšanas moduļu numuriem, ļauj konstatēt atšķirību starp *VIPA* identitāti un *Siemens* identitāti un nevar radīt maldīgu priekšstatu ne par *VIPA* preču izcelsmi, ne arī par saistību starp šiem diviem uzņēmumiem (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Toshiba Europe*, 59. punkts).

21 Visbeidzot, no Tiesai iesniegtajiem lietas materiāliem izriet, ka cipari un burti, kas veido pasūtījuma numura galveno elementu, attiecas ne tikai uz attiecīgās preces raksturīpašībām, bet arī uz to izmantošanu automatizācijas platformā. Šie cipari un burti ir jāieprogrammē minētajās platformās, lai šie automāti strādātu.

22 Pirmkārt, attiecībā uz labumu, ko dod identiskas atšķirības zīmes izmantošana reklāmas devējam un patērētājam, Tiesa jau ir nospriedusi, ka salīdzinošā reklāma ir paredzēta, lai sniegtu patērētājiem iespēju pēc iespējas labāk izmantot iekšējā tirgus priekšrocības, ņemot vērā to, ka reklāma ir ļoti svarīgs līdzeklis, ar ko radīt reālu noieta tirgu visām precēm un pakalpojumiem visā Kopienā (skat. Tiesas 2003. gada 8. aprīļa spriedumu lietā C-44/01 *Pippig Augenoptik, Recueil*, I-3095. lpp., 64. punkts).

23 Otrkārt, no Direktīvas 97/55 preambulas otrā apsvēruma izriet, ka salīdzinoša reklāma var arī veicināt konkurenci starp preču piegādātājiem un pakalpojumu sniedzējiem par labu patērētājiem.

24 Līdz ar to priekšrocības, ko salīdzinošā reklāma sniedz patērētājiem, obligāti ir jāņem vērā, izvērtējot, vai reklāmas devējs ir negodīgi izmantojis priekšrocības, ko sniedz konkurenta preču zīmes, tirdzniecības nosaukuma vai citas atšķirības zīmes reputācija.

25 Turpretī tas labums vien, ko no salīdzinošās reklāmas gūst reklāmas devējs, kas jebkurā gadījumā ir acīmredzams paša reklāmas veida būtības dēļ, nevar būt noteicošs elements, izvērtējot minētā reklāmas devēja rīcības likumību.

26 Šajā gadījumā, ja precēm, ko pārdod *VIPA* un kas kā papildu sastāvdaļas ir paredzētas izmantošanai *Siemens* automātos, būtu jāizmanto cits pasūtījuma numura galvenais elements, attiecīgajiem lietotājiem būtu jāmeklē salīdzinošajā tabulā *Siemens* piedāvāto preču atbilstošie pasūtījuma numuri. Tā rezultātā — kā to ir atzinusi iesniedzējtiesa — patērētājiem un *VIPA* rastos neērtības. Līdz ar to nevar izslēgt ierobežojošu iedarbību uz konkurenci *Siemens* ražoto automātu papildu sastāvdaļu tirgū.

27 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, uz uzdotajiem jautājumiem ir jāatbild, ka Direktīvas 84/450 3.a panta 1. punkta g) apakšpunkts ir interpretējams tā, ka tādos apstākļos, kādi pastāv pamata prāvā, izmantojot savos katalogos ražotāja atšķirības zīmes galveno elementu, kas ir pazīstams speciālistu vidū, konkurējošais piegādātājs nav negodīgi izmantojis priekšrocības, ko sniedz atšķirības zīmes reputācija.

Par tiesāšanās izdevumiem

28 Attiecībā uz lietas dalībniekiem pamata lietā šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Tiesāšanās izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, kas nav minēto lietas dalībnieku tiesāšanās izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (pirmā palāta) nospriež:

Padomes 1984. gada 10. septembra Direktīvas 84/450/EEK par maldinošu un salīdzinošu reklāmu, kas grozīta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 1997. gada 6. oktobra Direktīvu 97/55/EK, 3.a panta 1. punkta g) apakšpunkts ir interpretējams tā, ka tādos apstākļos, kādi pastāv pamata prāvā, izmantojot savos katalogos ražotāja atšķirības zīmes galveno elementu, kas ir pazīstams speciālistu vidū, konkurējošais piegādātājs nav negodīgi izmantojis priekšrocības, ko sniedz atšķirības zīmes reputācija.

[Paraksti]