



## Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА СЪДА (втори състав)

20 септември 2017 година<sup>\*i</sup>

„Обжалване — Марка на Европейския съюз — Регламент (ЕО) № 207/2009 — Член 8, параграф 1, буква б) — Словни и фигуративни марки, съдържащи словния елемент „darjeeling“ или „darjeeling collection de lingerie“ — Възражение от притежателя на колективни марки на Европейския съюз — Колективни марки, съставени от географското указание „Darjeeling“ — Член 66, параграф 2 — Основна функция — Конфликт със заявки за индивидуални марки — Вероятност от объркване — Понятие — Сходство между стоките или услугите — Критерии за преценка — Член 8, параграф 5“

По съединени дела C-673/15 P—C-676/15 P

с предмет четири жалби, подадени на основание член 56 от Статута на Съда на Европейския съюз на 15 декември 2015 г.,

**The Tea Board**, установено в Калкута (Индия), за което се явяват M. Maier и A. Nordemann, Rechtsanwälte,

жалбоподател,

като другите страни в производството са:

**Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO)**, за която се явява J. Crespo Carrillo, в качеството на представител,

ответник в първоинстанционното производство,

**Delta Lingerie**, установено в Кашан (Франция), за което се явяват G. Marchais и P. Martini-Berthon, avocats,

встъпила страна в първоинстанционното производство,

СЪДЪТ (втори състав),

състоящ се от: М. Pešič (докладчик), председател на състава, А. Prechal, А. Rosas, С. Toader и Е. Jarašiūnas, съдии,

генерален адвокат: Р. Mengozzi,

секретар: L. Hewlett, главен администратор,

предвид изложеното в писмената фаза на производството и в съдебното заседание от 25 януари 2017 г.,

\* Език на производството: английски.

след като изслуша заключението на генералния адвокат, представено в съдебното заседание от 31 май 2017 г.,

постанови настоящото

### Решение

- 1 С жалбите си The Tea Board иска да бъдат отменени решенията на Общия съд на Европейския съюз от 2 октомври 2015, The Tea Board/CXВП — Delta Lingerie (Darjeeling) (T-624/13, EU:T:2015:743), от 2 октомври 2015 г., The Tea Board/CXВП — Delta Lingerie (Darjeeling collection de lingerie) (T-625/13, непубликувано, EU:T:2015:742), от 2 октомври 2015 г., The Tea Board/CXВП — Delta Lingerie (DARJEELING collection de lingerie) (T-626/13, непубликувано, EU:T:2015:741), и от 2 октомври 2015 г., The Tea Board/CXВП — Delta Lingerie (Darjeeling) (T-627/13, непубликувано, EU:T:2015:740) (наричани по-нататък заедно „обжалваните съдебни решения“) в частите им, в които Общият съд отхвърля частично жалбите му за отмяна на решенията на втори апелативен състав на Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO) от 11 и 17 септември 2013 г. (преписки R 1387/2012-2, R 1501/2012-2, R 1502/2012-2 и R 1504/2012-2, наричани по-нататък „оспорваните решения“), постановени в производства по възражение със страни The Tea Board и Delta Lingerie.
- 2 С насрещна жалба Delta Lingerie иска обжалваните съдебни решения да бъдат отменени в частите им, в които Общият съд отменя оспорваните решения.

### Правна уредба

- 3 Член 22 от Споразумението за свързаните с търговията аспекти на правата върху интелектуалната собственост (наричано по-нататък „Споразумението ТРИПС“) — което съставлява приложение 1 В към Споразумението за създаване на Световната търговска организация (СТО), подписано в Маракеш на 15 април 1994 г. и одобрено с Решение 94/800/ЕО на Съвета от 22 декември 1994 година относно сключването от името на Европейската общност, що се отнася до въпроси от нейната компетентност, на споразуменията, постигнати на Уругвайския кръг на многостранните преговори (1986—1994 г.) (ОВ L 336, 1994 г., стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 11, том 10, стр. 3) — е озаглавен „Закрила на географските означения“ и в параграф 2, буква а) се посочва следното:

„2. Относно географските означения страните членки осигуряват законни средства на заинтересованите страни, за да предотвратят:

- а) използването на всякакви средства в означението или представянето на дадена стока, показващи или загатващи, че въпросната стока произхожда от географски район, различен от истинското ѝ място на произход, по начин, който заблуждава обществеността относно географския произход на стоката;

[...]“.

- 4 Член 4 от Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Европейския съюз (ОВ L 78, 2009 г., стр. 1) гласи:

„Марката на [Европейския съюз] може да се състои от всички знаци, които могат да бъдат изобразени по графичен начин, по-специално думи, включително имена на лица, рисунки, букви, цифри, форма на стоката или нейната опаковка, при условие че такива знаци могат да отличат стоките или услугите на едно предприятие от тези на други предприятия“.

5 В член 7, параграф 1, буква в) от посочения регламент се предвижда следното:

„Отказва се регистрацията на:

[...]

в) марките, които се състоят предимно от знаци или от означения, които могат да служат в търговската дейност за указване на вида, качеството, количеството, предназначението, стойността, географския произход или момента на производство на стоките или на предоставянето на услуга, или други характерни техни особености“.

6 В член 8, параграфи 1 и 5 от същия регламент се посочва следното:

„1. При възражение на притежателя на по-ранна марка се отказва регистрация на заявената марка:

[...]

б) когато поради своята идентичност или сходство с по-ранната марка и поради идентичността или сходството на стоките или услугите, които двете марки обозначават, съществува вероятност от объркване в съзнанието на хората на територията, на която е защитена по-ранната марка; вероятността от объркване включва възможност за свързване с по-ранната марка.

[...]

5. При възражение на притежателя на по-ранна марка по смисъла на параграф 2 се отказва регистрация на марката, за която е била подадена заявката, когато тя е идентична или сходна на по-ранна марка и тя трябва да бъде регистрирана за стоки или услуги, които не са сходни на тези, за които е регистрирана по-ранната марка, когато, в случай на по-ранна марка на [Европейския съюз], тя се ползва с репутация в [Европейския съюз], а в случай на по-ранна национална марка, тя се ползва с репутация в съответната държава членка, и когато използването без основателна причина на марка, за която е била подадена заявка, извлича неоснователно полза от отличителния характер или от репутацията на по-ранната марка или би я увредило“.

7 Член 66 от същия регламент е озаглавен „Колективни марки на [Европейския съюз]“ и гласи:

„1. Могат да представляват колективни марки на [Европейския съюз] марките на [Европейския съюз], посочени за такива при подаване на заявката и годни да отличат стоките или услугите на членовете на сдружението, което е притежател на марката, от тези на другите предприятия. Сдруженията на фабриканти, производители, доставчици на услуги или на търговци, които по смисъла на приложимото за тях законодателство, са правоспособни от тяхно собствено име да бъдат титуляри на права и задължения от всякакво естество, да сключват договори или да извършват други правни действия и да участват като страна в съдебни производства, както юридическите лица по публичното право, могат да подават заявки за колективни марки на [Европейския съюз].

2. Чрез дерогация от член 7, параграф 1, буква в) знаци или указания, които могат да служат в търговията за означаване на географския произход на стоките или на услугите, могат да представляват колективни марки на [Европейския съюз] по смисъла на параграф 1. Колективната марка не дава право на притежателя да забрани на трето лице да използва в търговията тези знаци или означения, доколкото това използване става в съответствие с

почтените практики в областта на производството или търговията, и по-специално една такава марка не може да бъде противопоставена на трето лице, имащо право да използва географско означение.

3. Разпоредбите на настоящия регламент се прилагат за колективните марки на [Европейския съюз], освен ако в членове 67—74 не е предвидено друго“.

- 8 Член 67 от Регламент № 207/2009 е озаглавен „Правила за използване на марката“ и в параграф 2 се посочва следното:

„Правилата за използване указват лицата, които имат право да използват марката, условията за присъединяване към сдружението, както и, ако съществуват, условията за използване на марката, включително санкциите. Правилата за използване на марка, посочена в член 66, параграф 2 трябва да разрешават на всяко лице, чиито стоки или услуги произхождат от съответната географска зона, да стане член на сдружението, което е притежател на марката“.

- 9 В член 5, параграф 2 от Регламент (ЕС) № 1151/2012 на Европейския парламент и на Съвета от 21 ноември 2012 година относно схемите за качество на селскостопанските продукти и храни (ОВ L 343, 2012 г., стр. 1) се посочва:

„За целите на настоящия регламент „географско указание“ е наименование, което идентифицира продукт:

- а) с произход от специфично място, регион или държава;
- б) чието качество, репутация или други характеристики се отдават предимно на неговия географски произход; и
- в) на който поне един етап от производствения процес се осъществява в определения географски район“.

- 10 Член 13, параграф 1, букви в) и г) от този регламент гласи:

„1. Защитата на регистрираните наименования обхваща забрана за:

[...]

- в) всяко друго фалшиво или подвеждащо означение по отношение на потеклото, произхода, естеството или съществените качества на продукта, което е използвано върху вътрешната или външната опаковка, рекламен материал или документи, касаещи въпросния продукт, и опаковането на продукта в опаковка, която може да създаде погрешна представа за произхода му;

- г) всяка друга практика, която би могла да подведе потребителя относно истинския произход на продукта.

[...]“.

- 11 Член 14 от посочения регламент е озаглавен „Връзка между марки, наименования за произход и географски указания“ и в параграф 1, първа алинея се предвижда следното:

„Когато е регистрирано наименование за произход или географско указание съгласно настоящия регламент, регистрацията на марка, чието използване би нарушило член 13, параграф 1 и която се отнася за продукти от същия клас, получава отказ, ако заявлението за регистрация на марката е подадено след датата на подаване до [Европейската комисия] на заявлението за регистрация във връзка с наименованието за произход или географското указание“.

***Обстоятелства, предхождащи спора***

- 12 Посочените в обжалваните съдебни решения обстоятелства, предхождащи спора, могат да бъдат обобщени по следния начин.
- 13 На 21 и 22 октомври 2010 г. Delta Lingerie подава заявки за регистрация на марки на Европейския съюз в EUIPO въз основа на Регламент № 207/2009.

14 Марките, чиято регистрация се иска, са:

– фигуративният знак, възпроизведен по-долу, съдържащ словния елемент „darjeeling“, изписан с бели букви, разположен в светлозелен правоъгълник:



Darjeeling

– фигуративният знак, възпроизведен по-долу, съдържащ словния елемент „darjeeling collection de lingerie“, изписан с бели букви, разположен в светлозелен правоъгълник:



Darjeeling  
collection de lingerie

– фигуративният знак, възпроизведен по-долу, съдържащ словния елемент „darjeeling collection de lingerie“, изписан с черни букви на бял фон:



Darjeeling  
collection de lingerie

– фигуративният знак, възпроизведен по-долу, съдържащ словния елемент „darjeeling“, изписан с черни букви на бял фон:



Darjeeling

15 Стоките и услугите, за които се иска всяка от регистрациите, спадат към класове 25, 35 и 38 по смисъла на ревизираната и допълнена Ницска спогодба относно международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 г. (наричана по-нататък „Ницката спогодба“) и за всеки от тези класове отговарят на следното описание:

– клас 25: „Дамско бельо и дневно и нощно бельо, а именно колани за ханша, бодита, бюстиета, бюстиета, предназначени за жартieri, сутиени, бричове (панталони), слипове, прашки, наръкавници, шорти, боксери, колани за ханша, жартieri, ластиси за чорапи, долни дамски

блузи, чорапогачи, дълги чорапи, плувно облекло; дрехи, трикотажно облекло, бельо, блузи тип потник, тениски, корсети, корсажи, сари, блузи, гащеризони, пуловери, трико, пижами, нощници, панталони, долни панталони, дамски шалове, халати, пенъоари, хавлии за баня, плувно облекло, бански гащета, фусти, шалчета“;

– клас 35: „Продажба на дребно на дамски долни дрехи и дамско бельо, парфюми, тоалетна вода и козметични средства, бельо за дома и за баня; бизнес консултации за създаване и експлоатация на пунктове за продажба на дребно, центрове за покупка за продажба на дребно и реклама; услуги — насърчаване на продажбите (за трети лица), реклама, управление на търговски сделки, търговска администрация, онлайн реклама чрез информационна мрежа, реклама чрез директна поща (диплянки, проспекти, безплатни вестници, мостри), абониране за вестници за сметка на трети лица; търговска информация или справки; организиране на мероприятия, изложби с търговски или рекламни цели, управление на рекламната, наем на рекламна площ, радиореклама и телевизионна реклама, рекламно спонсорство“;

– клас 38: „Телекомуникации, предаване на съобщения и изображения чрез компютър, услуги за интерактивно телеразпространение, свързано с представяне на продукти, комуникация чрез компютърни терминали, предаване по световна информационна мрежа (предаване), отворена и затворена“.

- 16 Заявките са публикувани в Бюлетин на марките на Общността № 4/2011 от 7 януари 2011 г.
- 17 На 7 април 2011 г. жалбоподателят, The Tea Board — структура, създадена с индийския закон за чая № 29 от 1953 г. и оправомощена да управлява производството на чай — подава възражение срещу регистрацията на марките, заявени за стоките и услугите, посочени в точка 15 от настоящото решение.
- 18 Възражението се основава на следните по-ранни марки:
  - по-ранна колективна словна марка на Европейския съюз „DARJEELING“, регистрирана на 31 март 2006 г. с номер 4325718,
  - по-ранна колективна фигуративна марка на Европейския съюз, регистрирана на 23 април 2010 г. с номер 8674327 и възпроизведена по-долу:



- 19 С двете колективни марки на Европейския съюз се обозначават продукти, спадащи към клас 30 по смисъла на Ницката спогодба и отговарящи на следното описание: „Чай“.
- 20 В подкрепа на възражението са посочени основанията по член 8, параграф 1, буква б) и параграф 5 от Регламент № 207/2009.
- 21 С четири решения, постановени на 31 май, 11 юни и 10 юли 2012 г., отделът по споровете отхвърля възражението срещу регистрацията на посочените марки. На 27 юли и 10 август 2012 г. The Tea Board подава жалби за отмяна на тези решения до EUIPO.
- 22 Съгласно обжалваните съдебни решения The Tea Board представя пред втори апелативен състав на EUIPO (наричан по-нататък „апелативният състав“) доказателства, от които е видно, че словният елемент „darjeeling“, т.е. общият за конфликтните знаци словен елемент, е защитено



географско указание за чая, което е регистрирано след подаване на заявка, получена на 12 ноември 2007 г., по силата на Регламент за изпълнение (ЕС) № 1050/2011 на Комисията от 20 октомври 2011 година за вписване на название в регистъра на защитените наименования за произход и защитените географски указания (Darjeeling (ЗГУ) (ОВ L 276, 2011 г., стр. 5). Този регламент за изпълнение е приет на основание Регламент (ЕО) № 510/2006 на Съвета от 20 март 2006 година относно закрилата на географски указания и наименования за произход на земеделски продукти и храни (ОВ L 93, 2006 г., стр. 12; Специално издание на български език, 2007 г., глава 3, том 71, стр. 114), заменен междувременно от Регламент № 1151/2012.

- 23 С оспорваните решения апелативният състав отхвърля жалбите и потвърждава решенията на отдела по споровете. Той приема по-конкретно, че поради липсата на сходство между стоките и услугите, обозначени с конфликтните знаци, няма вероятност от объркване по смисъла на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009. Апелативният състав отхвърля и твърдението за нарушение на член 8, параграф 5 от същия регламент, тъй като представените от The Tea Board доказателства не били достатъчни, за да се установи изпълнението на всички условия за прилагането на посочената разпоредба.

### ***Производството пред Общия съд и обжалваните съдебни решения***

- 24 С четири жалби, постъпили в секретариата на Общия съд на 25 ноември 2013 г., The Tea Board иска четирите оспорвани решения да бъдат отменени.
- 25 В подкрепа на всяка от жалбите си The Tea Board посочва две основания, първото изведено от нарушение на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 — като твърди, че апелативният състав не съобразил специфичната функция на колективните марки на Европейския съюз съгласно член 66, параграф 2 от същия регламент — а второто изведено от нарушение на член 8, параграф 5 от посочения регламент.
- 26 С обжалваните съдебни решения Общият съд, от една страна, отхвърля първото основание по същество, приемайки, че основната функция на колективните марки на Европейския съюз — включително тези, които представляват указание, което може да се използва за означаване на географския произход на стоките, за които те се отнасят — не е различна от тази на индивидуалните марки на Европейския съюз и че в разглеждания случай наличието на вероятност от объркване е изключена, тъй като конфликтните стоки и услуги не са нито идентични, нито сходни.
- 27 От друга страна, Общият съд уважава частично второто основание. Във връзка с хипотетичното предположение, че по-ранните марки се ползват с репутация с изключителен интензитет, на което апелативният състав основава анализа си относно прилагането на член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009, Общият съд приема, че апелативният състав неправилно изключва — за всички стоки, спадащи към клас 25 по смисъла на Ницката спогодба, и за услугите по „продажба на дребно на дамски долни дрехи и дамско бельо, парфюми, тоалетна вода и козметични средства, бельо за дома и за баня“, спадащи към клас 35 по смисъла на същата спогодба, за които са поискани регистрациите — наличието на опасност от извличане на полза от използването без основание на заявените марки. Общият съд отменя оспорваните решения в тези им части.

### ***Производството пред Съда и исканията на страните***

- 28 С всяка от жалбите си The Tea Board иска от Съда:
- да отмени обжалвано съдебно решение в частта, в която Общият съд отхвърля жалбата,



- при необходимост, да върне делото на Общия съд за ново разглеждане,
  - да осъди EUIPO да заплати съдебните разноски.
- 29 С решение на председателя на Съда от 12 февруари 2016 г. делата са съединени за целите на писмената и устната фаза на производството и на съдебното решение.
- 30 EUIPO и Delta Lingerie искат от Съда да отхвърли жалбите и да осъди The Tea Board да заплати съдебните разноски.
- 31 С насрещната си жалба Delta Lingerie иска от Съда:
- да отмени обжалваните съдебни решения в частите, в които Общият съд отменя оспорваните решения,
  - при необходимост, да върне делото на Общия съд за ново разглеждане,
  - да осъди The Tea Board да заплати съдебните разноски.
- 32 EUIPO и The Tea Board искат от Съда да отхвърли насрещната жалба и да осъди Delta Lingerie да заплати съдебните разноски по нея.

#### *По главните жалби*

- 33 The Tea Board изтъква две основания, първото изведено от нарушение на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009, а второто изведено от нарушение на член 8, параграф 5 от същия регламент.

#### *По първото основание*

#### *Доводи на страните*

- 34 На първо място, The Tea Board твърди, че Общият съд е допуснал грешка при прилагане на правото и/или е изопачил фактите, тъй като в точки 39—41 от обжалваните съдебни решения е приел, че основната функция на колективна марка, съставена от знаци или указания, които могат да служат в търговията за означаване на „географския произход на стоките или на услугите“ по смисъла на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, не се различава от основната функция на колективна марка на Европейския съюз по смисъла на параграф 1 от същия член, и че съответно Общият съд е допуснал грешка при прилагане на правото, тъй като е приел, че основната функция на марките в двата случая е да служат за указване на търговския произход.
- 35 В това отношение The Tea Board най-напред посочва, че член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009 представлява изключение от абсолютните основания за отказ, предвидени в член 7, параграф 1, буква в) от този регламент, което изрично позволява на членовете на сдружение да монополизират знака, защитен с колективна марка на Европейския съюз.
- 36 По-нататък, съгласно член 67, параграф 2 от посочения регламент правилата за използване на колективна марка на Европейския съюз трябвало да разрешават на всяко лице, чиито стоки или услуги произхождат от съответната географска зона, да стане член на сдружението, което е притежател на въпросната марка, така че колективна марка на Европейския съюз, съставляваща географско указание, никога не би позволила да се отличат стоките или услугите на членовете на

сдружението, което е притежател на марката, от тези на другите предприятия. В това отношение в решението си от 29 март 2011 г., Anheuser-Busch/Budějovický Budvar (C-96/09 P, EU:C:2011:189, т. 147) Съдът приел, че функцията на географското указание е да гарантира на потребителите географския произход на стоките и конкретните присъщи за тях качества.

- 37 Накрая, Регламент № 207/2009 трябвало да се тълкува предвид член 13, параграф 1, букви в) и г) от Регламент № 1151/2012 и член 22 от Споразумението ТРИПС, в който се посочва, че страните членки трябва да осигурят правни средства, позволяващи на заинтересованите страни да възпрепятстват използването на всякакви средства в означението или представянето на дадена стока, показващи или загатващи, че въпросната стока произхожда от географски район, различен от истинското ѝ място на произход, по начин, който заблуждава потребителите относно географския произход на стока.
- 38 На второ място, Общият съд допуснал грешка при прилагане на правото и/или изопачил фактите, приемайки съответно в точки 49, 51—53 и 60 от обжалваните съдебни решения, че при наличие на колективна марка, попадаща в обхвата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009 и съставляваща указание, което служи за означаване на географския произход на съответните стоки, реалният или възможен географски произход на разглежданите стоки или услуги не може да се вземе предвид в контекста на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 при преценката на сходството на тези стоки или услуги.
- 39 На трето място, Общият съд допуснал грешка при прилагане на правото и/или изопачил фактите, тъй като в точка 60 от обжалваните съдебни решения приел, че при наличие на колективна марка, попадаща в обхвата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, реалният или възможен произход на съответните стоки или услуги не може да се вземе предвид при общата преценка за наличие на вероятност от объркване за целите на прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от същия регламент и че е без значение дали потребителите могат да помислят, че въпросните услуги, стоки или суровините, използвани за производството на стоките, за които се отнасят съответните марки, могат да имат еднакъв географския произход.
- 40 EUIPO и Delta Lingerie оспорват доводите на The Tea Board.

#### *Съображения на Съда*

- 41 Най-напред, що се отнася до твърденията от The Tea Board изопачавания, трябва да се припомни, че с оглед на изключителния характер на оплакването за изопачаване, член 256 ДФЕС, член 58, първа алинея от Статута на Съда на Европейския съюз и член 168, параграф 1, буква г) от Процедурния правилник на Съда изискват от жалбоподателя по-специално да посочи точно доказателствата, за които се твърди, че са били изопачени от Общия съд, и да покаже грешките в преценката, които според него са довели до това изопачаване. Подобно изопачаване трябва ясно да личи от доказателствата по делото, без да е необходимо да се прибегва до нова преценка на фактическите обстоятелства и на доказателствата (решение от 11 май 2017 г., Yoshida Metal Industry/EUIPO, C-421/15 P, EU:C:2017:360, т. 23 и цитираната съдебна практика).
- 42 Трябва обаче да се констатира, че твърденията на The Tea Board за изопачавания изобщо не са подкрепени с доводи и това оплакване съответно трябва да се отхвърли като необосновано.
- 43 Що се отнася до твърдението на The Tea Board за допуснати грешки при прилагане на правото, трябва да се отбележи, че в точки 41—43 от обжалваните съдебни решения Общият съд по същество приема, че основната функция на колективна марка на Европейския съюз е да отличи стоките или услугите на членовете на сдружението, което е притежател на марката, от тези на други предприятия, а не да отличи тези стоки според техния географски произход.

- 44 Поради това в точки 49 и 51—53 от посочените решения Общият съд приема, че когато в производство по възражение конфликтните знаци са, от една страна, колективни марки и от друга страна, индивидуални марки, сравнението на стоките и услугите, за които се отнасят, трябва да се направи въз основа на същите критерии, които се прилагат, когато се преценява сходството или идентичността на стоките и услугите, за които се отнасят две индивидуални марки. Общият съд съответно отхвърля твърдението на The Tea Board, че възможността потребители да сметат, че стоките и услугите, за които се отнасят конфликтните знаци, имат един и същ географски произход, може да бъде достатъчен критерий за установяване на тяхната идентичност или сходство за целите на прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009.
- 45 Накрая, в точка 60 от обжалваните съдебни решения, Общият съд отхвърля твърдението на The Tea Board, че при преценката на наличието на вероятност от объркване, когато се разглеждат колективни марки на Европейския съюз и индивидуални марки, тази вероятност се изразява във възможността потребителите да помислят, че стоките или услугите, за които се отнасят конфликтните знаци, или използваните суровини за производството на стоките могат имат еднакъв географския произход.
- 46 В това отношение, трябва да се припомни, че съгласно член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 — който се прилага за колективните марки на Европейския съюз по силата на член 66, параграф 3 от същия регламент, тъй като в членове 67—74 не е предвидено друго — при възражение на притежателя на по-ранна марка се отказва регистрация на заявената марка, когато поради своята идентичност или сходство с по-ранната марка и поради идентичността или сходството на стоките или услугите, които двете марки обозначават, съществува вероятност от объркване в съзнанието на потребителите на територията, на която е защитена по-ранната марка.
- 47 От постоянната съдебна практика следва, че за целите на прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 вероятността от объркване предполага едновременно идентичност или сходство между заявената и по-ранната марка и идентичност или сходство между посочените в заявката за регистрация стоки или услуги и тези, за които е регистрирана по-ранната марка, както и че това са кумулативни предпоставки (решение от 23 януари 2014 г., CXВП/riha WeserGold Getränke, C-558/12 P, EU:C:2014:22, т. 41 и цитираната съдебна практика).
- 48 Отново според постоянната съдебна практика при преценката на сходството между съответните стоки или услуги следва да се вземат предвид всички релевантни фактори, които характеризират връзката между тези стоки или тези услуги. Факторите включват по-специално тяхното естество, предназначение и употреба, както и техния конкурентен или допълващ характер (вж. по-специално решения от 11 май 2006 г., Sunrider/CXВП, C-416/04 P, EU:C:2006:310, т. 85 и от 18 декември 2008 г., Les Éditions Albert René/CXВП, C-16/06 P, EU:C:2008:739, т. 65).
- 49 В разглеждания случай The Tea Board по същество твърди, че тъй като основната функция на колективните марки на Европейския съюз, съставляващи знаци или указания, които могат да служат в търговията за означаване на географския произход на стоки или услуги, според него е да указват колективния географски произход на тези стоки или услуги, Общият съд е допуснал грешка при прилагане на правото, тъй като не е счел техния реален или възможен колективен географски произход за релевантен фактор при преценката на сходството на съответните стоки или услуги по смисъла на точка 48 от настоящото решение.
- 50 Трябва да се констатира, че в основата на тези доводи стои виждането, че основната функция на колективните марки на Европейския съюз, попадащи в обхвата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, е различна от тази на марките, попадащи в обхвата на параграф 1 от тази разпоредба. Това виждане обаче е погрешно. Всъщност, на първо място, както следва от самата формулировка на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, колективните марки на

Европейския съюз, съставени от знаци или указания, които могат да служат в търговията за означаване на географския произход на стоки или услуги, представляват колективни марки на Европейския съюз по смисъла на параграф 1 от същия член. Съгласно текста на посочения параграф 1 колективни марки на Европейския съюз могат да бъдат само знаците, годни да отличат стоките или услугите на членовете на сдружението, което е притежател на марката, от тези на другите предприятия.

- 51 Освен това в член 4 от Регламент № 207/2009, която разпоредба се прилага за колективните марки по силата на член 66, параграф 3 от същия регламент, по същество се предвижда, че марки на Европейския съюз могат да бъдат само знаци, годни да отличат търговския произход на стоките или услугите, върху които са поставени.
- 52 В това отношение Съдът многократно е посочвал, че основната функция на марката е да гарантира на потребителите произхода на стоката, в смисъл че позволява да се установи, че стоката или услугата, обозначена с марката, произхожда от определено предприятие и следователно може да бъде различена от стоките или услугите на останалите предприятия (решение от 6 март 2014 г., Backaldrin Österreich The Kornspitz Company, C-409/12, EU:C:2014:130, т. 20 и цитираната съдебна практика).
- 53 Макар Съдът освен това да признава, че марка може да изпълнява функции, които са различни от указване на произход и които също заслужават защита срещу посегателства от трети лица — като например функциите по гарантиране на качеството на стоката или услугата, обозначена с марката, или функциите, свързани с комуникации, инвестиции или реклама — той същевременно винаги подчертава, че основната функция на марката си остава функцията ѝ за указване на произход (вж. в този смисъл решенията от 23 март 2010 г., Google France и Google, C-236/08—C-238/08, EU:C:2010:159, т. 77 и 82 и от 22 септември 2011 г., Interflora и Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, т. 37—40 и цитираната съдебна практика).
- 54 Следователно, да се приеме, че основната функция на колективна марка на Европейския съюз, попадаща в обхвата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, е да служи за указване на географския произход на стоки или услуги, предлагани с такава марка, а не за указване на техния търговски произход, би означавало тази основна функция да се пренебрегне.
- 55 Този извод не може да се оспори с твърденията на The Tea Board — обосновани с член 67, параграф 2 от Регламент № 207/2009 и съдебната практика, произтичаща от решение от 29 март 2011 г., Anheuser-Busch/Budějovický Budvar (C-96/09 P, EU:C:2011:189, т. 147) — че колективна марка на Европейския съюз, попадаща в обхвата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, поради самото си естество не е годна да изпълнява такава отличителна функция.
- 56 Докато твърдението на The Tea Board, обосновано с член 67, параграф 2 от Регламент № 207/2009, е неясно и неподкрепено с доводи, трябва да се констатира, че в решението си от 29 март 2011 г., Anheuser-Busch/Budějovický Budvar (C-96/09 P, EU:C:2011:189, т. 147) Съдът приема единствено че основната функция на географското указание е да гарантира на потребителите географския произход на стоките и конкретните присъщи за тях качества. В това решение Съдът обаче не извършва каквато и да било преценка на основната функция на колективните марки на Европейския съюз по смисъла на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009.
- 57 На второ място, макар, както посочва The Tea Board, член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009 да представлява изключение от абсолютното основание за отказ за регистрация по член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009, това обстоятелство не може да постави под въпрос факта, че основната функция на колективна марка на Европейския съюз, попадаща в



обхвата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, е да гарантира колективния търговски произход на продаваните с тази марка стоки, а не да гарантира техния колективен географски произход.

- 58 В допълнение, както посочва генералният адвокат в точки 34—36 от заключението си, съдържащата се в член 66, параграф 2 дерогация от член 7, параграф 1, буква в) от Регламент № 207/2009 се обяснява със самото естество на знака, за който се отнасят посочените в същия параграф 2 колективни марки.
- 59 В това отношение Съдът вече е приел, че с въпросния член 7, параграф 1, буква в) се преследва цел от общ интерес, която изисква знаците или описателните означения на категориите стоки или услуги, за които се иска регистрация, да могат да се използват свободно от всички, включително като колективни марки или в комбинирани или графични марки. Тази разпоредба съответно не позволява запазването на такива знаци или означения само за едно предприятие поради регистрацията им като индивидуална марка (вж. в този смисъл решения от 4 май 1999 г., *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 и C-109/97, EU:C:1999:230, т. 25 и от 19 април 2007 г., *CXВП/Celltech*, C-273/05 P, EU:C:2007:224, т. 75 и цитираната съдебна практика).
- 60 Впрочем колективна марка на Европейския съюз, попадаща в обхвата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, не е несъвместима с такава цел от общ интерес, тъй като, от една страна, съгласно последното изречение от същия параграф 2 такава марка не дава право на притежателя да забрани на трето лице да използва в търговията тези знаци или означения, доколкото това използване става в съответствие с почтените практики в областта на производството или търговията, и от друга страна, член 67, параграф 2, от същия регламент изисква правилата за използване на марка, попадаща в обхвата на член 66, параграф 2, да разрешават на всяко лице, чиито стоки или услуги произхождат от съответната географска зона, да стане член на сдружението, което е притежател на марката.
- 61 На трето място, The Tea Board не може да обосновава виждането си с член 13, параграф 1, букви в) и г) от Регламент № 1151/2012 или член 22 от Споразумението ТРИПС, които разпоредби се отнасят за закрилата на защитените географски указания.
- 62 В това отношение е достатъчно да се констатира, че посочените географски указания, от една страна, и колективните марки на Европейския съюз, съставени от знаци или указания, които могат да служат в търговията за означаване на географския произход на стоки или услуги, от друга страна, са знаци, които попадат в обхвата на отделни правни уредби и с които се преследват различни цели. Така, докато съгласно член 4 от Регламент № 207/2009 марката на Европейския съюз е знак, годен да отличи търговския произход на стоки или услуги, съгласно член 5, параграф 2 от Регламент № 1151/2012 географското указание е наименование, идентифициращо продукт като произхождащ от даден географски район, който продукт е с качество, репутация или друга характеристика, отдавани предимно на неговия географски произход, и на който поне един етап от производствения процес се осъществява в определения географски район.
- 63 Предвид гореизложените съображения Общият съд не е допуснал грешка при прилагане на правото, приемайки в точки 41—43 от обжалваните съдебни решения, че основната функция на колективна марка на Европейския съюз е да отличи стоките или услугите на членовете на сдружението, което е притежател на марката, от тези на други предприятия, а не да отличи тези стоки според техния географски произход.
- 64 Следователно Общият съд отново не е допуснал грешка при прилагане на правото, приемайки по същество в точки 49 и 51—53 от посочените решения, че при прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 — когато конфликтните знаци са, от една страна, колективни марки и от друга страна, индивидуални марки — възможността потребителите да

сметат, че стоките и услугите, за които се отнасят конфликтните знаци, имат един и същ географски произход, не може да бъде релевантен фактор, за да се установи тяхната идентичност или сходство.

- 65 Всъщност, както Общият съд посочва в точка 52 от обжалваните съдебни решения, изключително широка гама от стоки и услуги може да се произвежда или предоставя в една и съща географска зона. Изобщо не е изключена и възможността област, чието географско наименование е регистрирано като колективна марка на Европейския съюз по силата на член 66, параграф 2 от Регламент № 207/2009, да бъде източник на различни суровини, които евентуално да се използват за производството на различни и разнообразни стоки.
- 66 Накрая, що се отнася до твърдението, че Общият съд допуснал грешка при прилагане на правото в точка 60 от обжалваните съдебни решения, достатъчно е да се отбележи, че въпросната точка е добавена за изчерпателност, след като в точки 56—59 от обжалваните съдебни решения Общият съд по същество и основателно, както следва от точки 43—63 от настоящото решение, вече е стигнал до извода, че в разглеждания случай член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 е неприложим, тъй като едно от условията за прилагането му не е изпълнено. Следователно оплакването на The Tea Board във връзка с тази точка е безпредметно и трябва да бъде отхвърлено (вж. в този смисъл решение от 19 април 2007 г., СХВП/Celltech, C-273/05 P, EU:C:2007:224, т. 56 и 57).
- 67 От гореизложените съображения следва, че първото основание трябва да се отхвърли.

*По второто основание*

*Доводи на страните*

- 68 The Tea Board твърди, че Общият съд не се е съобразил с член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009 и/или е изопачил фактите в разглеждания случай, тъй като в точка 145 от обжалваните съдебни решения е заключил, че положителните качества, за които създава представа словният елемент „darjeeling“, не могат да бъдат отнесени нито към услугите от клас 35 по смисъла на Ницката спогодба — с изключение на услугите по продажба на дребно на дамски долни дрехи и дамско бельо, парфюми, тоалетна вода и козметични средства, бельо за дома и за баня — нито към някои от услугите в клас 38 по смисъла на Ницката спогодба, за които се отнасят оспорваните марки. Общият съд по-специално неправилно приел, че няма причина използването на оспорваните марки да предоставя на Delta Lingerie търговско предимство за въпросните услуги. Всъщност качествата на рафиниран, изключителен продукт с уникално качество, изтъквани според Общия съд със словния елемент „darjeeling“, можело да се отнесат към услуги, като например по бизнес консултации или телекомуникационни услуги, и да увеличат привлекателността на спорните марки в това отношение. Общият съд също така не изложил мотиви за направения в точка 145 от обжалваните съдебни решения извод, че не е възможно качествата, свързани със словния елемент „darjeeling“, да бъдат отнесени към услугите в класове 35 и 38 по смисъла на Ницката спогодба.
- 69 Според EUIPO и Delta Lingerie второто основание е недопустимо, тъй като The Tea Board иска от Съда да замени преценката на Общия съд със своя такава, и при всички положения трябва да се отхвърли по същество, тъй като The Tea Board не е доказало наличието нито на грешка при прилагане на правото, нито на изопачаване на фактите.



### *Съображения на Съда*

- 70 Най-напред, с оглед на припомнената в точка 41 от настоящото решение съдебна практика, направеното от The Tea Board оплакване за изопачаване на фактите трябва да се отхвърли, тъй като изобщо не е подкрепено с доводи.
- 71 Що се отнася до оплакването за неизлагане на мотиви за извода, съдържащ се в точка 145 от обжалваните съдебни решения, достатъчно е да се отбележи, че в тези точки Общият съд отхвърля изложеното пред него твърдение, тъй като причината, поради която използването на оспорваните марки би предоставило на Delta Lingerie търговско предимство за услуги — различни от тези по продажба на дребно на дамски долни дрехи и дамско бельо, парфюми, тоалетна вода и козметични средства, бельо за дома и за баня — по никакъв начин не можела да се установи от материалите по делото и тъй като The Tea Board не представило никакви конкретни доказателства, с които може да се установи такова предимство. Следователно твърдяната липса на мотиви не е доказана.
- 72 Що се отнася до твърдението, че изтъкваните със словния елемент „darjeeling“ качества могат да се отнесат към всички услуги, за които са поискани регистрациите, на практика с него се цели Съдът да извърши преценка на фактите и поради това трябва да се отхвърли като недопустимо (вж. в този смисъл решение от 24 март 2011 г., Ferrero/СХВП, C-552/09 P, EU:C:2011:177 т. 73 и 89).
- 73 От гореизложеното следва, че второто основание трябва да бъде отхвърлено, както съответно и всички главни жалби.

### *По насрещната жалба*

- 74 В подкрепа на насрещната си жалба Delta Lingerie изтъква само едно основание, изведено от нарушение на член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009. Това основание съдържа две части, първата изведена от изопачаване на съответните функции на марките, от една страна, и на защитените географски указания, от друга страна, и втората изведена от противоречие в мотивите и от грешка при прилагане на правото, а именно на член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009.

### *По първата част от единственото основание*

#### *Доводи на страните*

- 75 Delta Lingerie твърди, че функцията на марката е да гарантира търговския произход, докато функцията на географското указание е да гарантира географския произход. Предвид тези различни функции изобщо не можело да се приеме, че репутацията на защитено географско указание действително може да се прехвърли на същия знак, защитен като колективна марка за идентични стоки. От това съответно следвало, че като се позовал на хипотетично предположение, че репутацията на по-ранните марки е била доказана — въз основа на заключението, че репутацията, с която се ползва наименованието „Darjeeling“ като защитено географско указание за чай, е била прехвърлена на същия знак, защитен като колективна марка за идентични стоки — Общият съд допуснал грешка при прилагане на правото, изопачавайки съответните функции на засегнатите марки, от една страна, и на защитените географски указания, от друга страна.
- 76 EUIPO и The Tea Board оспорват доводите на Delta Lingerie.

### *Съображения на Съда*

- 77 Трябва да се отбележи, че що се отнася до това дали по-ранните марки се ползват с репутация по смисъла на член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009, в точка 79 от обжалваните съдебни решения Общият съд констатира, че използваната в оспорваните решения формулировка най-малкото е двусмислена. Общият съд обаче подчертава, че единственото недвусмислено изречение в тази част на оспорваните решения е това, в което се посочва, че „апелативният състав не решава окончателно въпроса за наличието на репутация на по-ранните марки“. Общият съд също така отбелязва, че на поставения във връзка с това въпрос в съдебното заседание EUIPO е потвърдила липсата на окончателно решение в това отношение.
- 78 В точка 80 от обжалваните съдебни решения Общият съд все пак приема, че тъй като апелативният състав е продължил анализа си за целите на прилагането на член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009, трябва да се приеме, че този анализ се основава на хипотетичното предположение, че репутацията на по-ранните марки е доказана.
- 79 Тъй като оспорваните решения се основават на хипотетичното предположение за изключителна репутация на по-ранните марки, в точка 146 от обжалваните съдебни решения Общият съд решава да ги отмени в частите, в които апелативният състав отказва да приложи член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009, като изключва наличието на опасност от извличане на полза от използването без основание на заявените марки по отношение на всички стоки от клас 25 по смисъла на Ницката спогодба и услуги за продажба на дребно от клас 35 по смисъла на Ницката спогодба, за които се отнасят заявените марки. В точка 147 от обжалваните съдебни решения Общият съд посочва, че след частичните отмени на решенията му апелативният състав следва да вземе окончателно становище по въпроса за наличието на репутация на по-ранните марки и ако има такава, относно нейния интензитет.
- 80 Следователно, противно на твърденията на Delta Lingerie и както посочва генералният адвокат в точка 85 от заключението си, Общият съд не е взел отношение нито по въпроса дали репутацията на по-ранните марки е била доказана, нито по въпроса дали за целите на това доказване репутацията, с която се ползва наименованието „Darjeeling“ като географско указание за чай, може да бъде прехвърлена на същия знак, защитен като колективна марка за идентични стоки.
- 81 В основата на първата част от единственото основание на Delta Lingerie съответно стои неправилно тълкуване на обжалваните съдебни решения и поради това тя трябва да се отхвърли по същество.

### *По втората част от единственото основание*

#### *Доводи на страните*

- 82 Delta Lingerie твърди, че в обжалваните съдебни решения Общият съд е изложил противоречиви мотиви и че е нарушил член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009.
- 83 По-специално в точки 89, 107, 111 и 120 от обжалваните съдебни решения Общият съд стигнал до извода, че трябва да потвърди констатациите на апелативния състав, съгласно които няма опасност да бъдат засегнати нито отличителният характер, нито репутацията на по-ранните марки, предвид, от една страна, неизвършването на какъвто и да било конкретен анализ, посветен на наличието на такава връзка между конфликтните знаци, и от друга страна, пълната липса на сходство между стоките и услугите, за които се отнасят конфликтните знаци. Тези констатации обаче били в противоречие с извода във връзка с неоснователното извличане на полза от отличителния характер или от репутацията на по-ранните марки, направен в точка 141

от посочените решения, където Общият съд приел, че няма никаква пречка потребителите, към които са насочени заявените марки, да бъдат привлечени от прехвърлянето към тези марки на ценностите и положителните качества, свързани с областта Darjeeling (Индия).

84 EUIPO оспорва твърденията на Delta Lingerie.

85 Според The Tea Board настоящата част от единственото основание е недопустима и при всички положения трябва да се отхвърли по същество.

#### *Съображения на Съда*

86 На първо място, що се отнася до посочените в член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009 опасности от увреждания, трябва да се отбележи, че в точка 94 от обжалваните съдебни решения Общият съд припомня, че тази разпоредба се отнася за три отделни вида опасности, а именно че използването без основание на заявената марка, първо, би увредило отличителния характер на по-ранната марка, второ, би увредило репутацията на по-ранната марка или, трето, би позволило неоснователно да се извлече полза от отличителния характер или от репутацията на по-ранната марка.

87 В обжалваните съдебни решения Общият съд разглежда поотделно всяка опасност от увреждане, посочена в предходната точка от настоящото решение. Най-напред, що се отнася до увреждането на отличителния характер на по-ранните марки, в точки 107 и 111 от обжалваните съдебни решения Общият съд по-специално приема, от една страна, че предвид пълната липса на сходство между стоките и услугите, за които се отнасят конфликтните знаци, опасността, на която се позовава The Tea Board, изглежда напълно хипотетична и от друга страна, че е малко вероятно у съответните потребители да бъде създадена представа, че стоките и услугите, за които се отнасят заявените марки, произхождат от областта Darjeeling.

88 По-нататък, що се отнася до увреждането на репутацията на по-ранните марки, в точка 120 от обжалваните съдебни решения Общият съд посочва, че уникалната съществуваща връзка между областта Darjeeling и категорията стоки, за които се отнасят по-ранните марки, и липсата на такава връзка между стоките и услугите, за които се отнасят заявените марки, и посочената област засилват хипотетичния характер на опасността от намаляване на притегателната сила на по-ранните марки.

89 Накрая, що се отнася до неоснователното извличане на полза от отличителния характер или от репутацията на по-ранните марки, в точка 141 от обжалваните съдебни решения Общият съд приема, че нищо не възпрепятства възможността потребителите, към които са насочени заявените марки, да бъдат привлечени от прехвърлянето към заявените марки на ценностите и положителните качества, свързани с тази област.

90 Обжалваните съдебни решения не разкриват в това отношение никакво противоречие в мотивите.

91 Докато в точки 107, 111 и 120 от обжалваните съдебни решения съответно се анализира наличието на сериозна опасност от увреждане на отличителния характер и на репутацията на по-ранните марки, в точка 141 от посочените решения Общият съд проверява за наличие на опасност използването без основание на заявените марки да позволи неоснователно извличане на полза от отличителния характер или от репутацията на по-ранните марки.

92 Впрочем, както по същество посочва и генералният адвокат в точка 90 от заключението си, преценката на тези различни видове опасности минава през проверка, чиито критерии не се припокриват непременно. В това отношение, както Общият съд припомня в точки 71 и 95 от

обжалваните съдебни решения, наличието на опасност да настъпят уврежданията, изразяващи се в нанесена на отличителния характер или на репутацията на по-ранната марка вреда, трябва да се преценява с оглед на средния потребител на стоките или услугите, за които е регистрирана тази марка, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен. Наличието на увреждането, изразяващо се в неоснователно извличане на полза от отличителния характер или от репутацията на по-ранната марка — доколкото е забранено притежателят на по-късната марка да извлича предимство от по-ранната марка — трябва обаче да се преценява с оглед на средния потребител на стоките или услугите, за които е поискана регистрацията на по-късната марка, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен.

- 93 Следователно Общият съд не си противоречи, констатирайки, от една страна, че у потребителя на стоката, за която се отнасят по-ранните марки — в разглеждания случай чай — няма да се създаде представата, че стоките и услугите, за които се отнасят заявените от Delta Lingerie марки, произхождат от областта Darjeeling, приемайки същевременно, от друга страна, че е възможно потребителят на стоките и услугите, за които се отнасят заявените от Delta Lingerie марки, да бъде привлечен от ценностите и положителните качества, свързани с тази област.
- 94 На второ място, що се отнася конкретно до нарушението на член 8, параграф 5 от Регламент № 207/2009, достатъчно е да се констатира, че в подкрепа на това твърдение не е изтъкнат нито един довод, освен този относно претендираното противоречие в мотивите на обжалваните съдебни решения, който, видно от точки 90—93 от настоящото решение, е неоснователен.
- 95 Предвид гореизложените съображения, втората част от единственото основание следва да бъде отхвърлена, както и цялата насрещна жалба.

### *По съдебните разноски*

- 96 Съгласно член 184, параграф 2 от Процедурния правилник, когато жалбата е неоснователна, Съдът се произнася по съдебните разноски. Съгласно член 138, параграф 1 от посочения правилник, приложим към производствата по обжалване на основание член 184, параграф 1 от същия правилник, загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено такова искане.
- 97 След като, що се отнася до главните жалби, The Tea Board е загубило делото, а EUIPO и Delta Lingerie са направили съответните искания, The Tea Board трябва да бъде осъдено да заплати съдебните разноски по главните жалби.
- 98 След като, що се отнася до насрещната жалба на Delta Lingerie, то е загубило делото, а EUIPO и The Tea Board са направили съответните искания, Delta Lingerie трябва да бъде осъдено да заплати съдебните разноски по насрещната жалба.

По изложените съображения Съдът (втори състав) реши:

- 1) **Отхвърля жалбите.**
- 2) **Осъжда The Tea Board да заплати съдебните разноски по главните жалби.**
- 3) **Осъжда Delta Lingerie да заплати съдебните разноски по насрещната жалба.**

Подписи

i — След първоначалната електронна публикация на този текст е направено изменение в точка 70.