



## Oikeustapauskokoelma

UNIONIN YLEISEN TUOMIOISTUIMEN TUOMIO (kahdeksas jaosto)

2 päivänä lokakuuta 2015\*

Yhteisön tavaramerkki — Väitemenettely — Kuviomerkki Darjeeling — Aikaisemmat yhteisön yhteismerkeiksi rekisteröidyt sana- ja kuviomerkit, jotka sisältävät sanaosan DARJEELING — Suhteelliset hylkäysperusteet — Asetuksen (EU) N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohta

Asiassa T-624/13,

**The Tea Board**, kotipaikka Kalkutta (Intia), edustajinaan asianajajat A. Nordemann ja M. Maier,

kantajana,

vastaan

**sisämarkkinoiden harmonisointivirasto (tavaramerkit ja mallit) (SMHV)**, asiamiehenään S. Palmero Cabezas,

vastaajana,

jossa toisena asianosaisena SMHV:n valituslautakunnassa käydyssä menettelyssä oli ja väliintulijana unionin yleisessä tuomioistuimessa on

**Delta Lingerie**, kotipaikka Cachan (Ranska), edustajinaan asianajajat G. Marchais ja P. Martini-Berthon,

jossa on kyse kanteesta, joka on nostettu SMHV:n toisen valituslautakunnan 17.9.2013 tekemästä päätöksestä (asia R 1504/2012-2), joka liittyy The Tea Boardin ja Delta Lingerien väliseen väitemenettelyyn,

UNIONIN YLEINEN TUOMIOISTUIN (kahdeksas jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja D. Gratsias (esittelevä tuomari) sekä tuomarit M. Kancheva ja C. Wetter,

kirjaaja: johtava hallintovirkamies J. Palacio González,

ottaen huomioon unionin yleisen tuomioistuimen kirjaamoon 25.11.2013 jätetyn kannekirjelmän,

ottaen huomioon unionin yleisen tuomioistuimen kirjaamoon 2.5.2014 jätetyn SMHV:n vastineen,

ottaen huomioon unionin yleisen tuomioistuimen kirjaamoon 18.4.2014 jätetyn väliintulijan vastineen,

\* Oikeudenkäyntikieli: englanti.

ottaen huomioon 24.10.2014 annetun määräyksen yhdistää asiat T-624/13–T-627/13 suullista käsittelyä varten,

ottaen huomioon 11.2.2015 pidetyssä istunnossa esitetyn,

on antanut seuraavan

## tuomion

### Asian tausta

- 1 Väliituliija Delta Lingerie esitti 22.10.2010 yhteisön tavaramerkin rekisteröintiä koskevan hakemuksen sisämarkkinoiden harmonisointivirastolle (tavaramerkit ja mallit) (SMHV) yhteisön tavaramerkistä 26.2.2009 annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 207/2009 (EUVL L 78, s. 1) nojalla.
- 2 Tavaramerkki, jonka rekisteröintiä haettiin, on seuraava kuviomerkki, joka sisältää valkoisin kirjaimin kirjoitetun sanaosan ”darjeeling”, joka on sijoitettu vaaleanvihreän suorakaiteen sisään:



- 3 Tavarat ja palvelut, joita varten rekisteröintiä haettiin, kuuluvat tavaroiden ja palvelujen kansainvälistä luokitusta tavaramerkkien rekisteröimistä varten koskevaan 15.6.1957 tehtyyn Nizzan sopimukseen, sellaisena kuin se on tarkistettuna ja muutettuna, pohjautuvan luokituksen luokkiin 25, 35 ja 38 ja ovat seuraavat:
  - Luokka 25: ”Naisten alusasut ja alusvaatteet päivä- ja yökäyttöön, erityisesti housuliivit, bodyt, korsetit, kokoliivit, rintaliivit, pikkuhousut, alushousut, tangat, hihanpäällyset, lahkeelliset alushousut, bokserit, sukkanauhaliivit, sukkanauhat, hihanpidikkeet, yöpaidat, trikoot, pitkät sukat, uima-asut; Vaatteet, neulotut vaatteet, alusvaatteet, hihattomat aluspaidat, t-paidat, korsetit, bodyt, yöasut, puuhkat, haalarit, bodyt, neulepuserot, kerrastot, pyjamat, miesten yöpaidat, housut, sisähousut, saalit, aamutakit, kylpytakit, uimapuvut, uimahousut, alusmekot, huivit”
  - Luokka 35: ”Seuraavien vähittäismyyntipalvelut: naisten alusvaatteet, hajuedet, toilettivedet ja kosmeettiset tuotteet, kodin- ja kylpyhuonetekstiilit; Vähittäismyyntipisteiden ja vähittäismyyntiin keskittyvien ostoskeskusten perustamiseen ja hoitamiseen sekä mainontaan liittyvät yritysneuvontapalvelut; Myynninedistämispalvelut (muiden lukuun), mainonta, liikkeenjohto, yrityshallinto, online-mainonta tietoverkossa, mainosmateriaalin (esitteiden, lehtisten, ilmaislehtien, näyttöiden) jakelu, sanomalehtien tilauspalvelut muiden lukuun; Liiketaloudellinen tiedotus tai neuvonta; Tapahtumien ja näyttelyiden järjestäminen kaupallisessa tai mainostarkoituksessa, mainontaan liittyvä tekninen johto, mainostilan vuokraus, radio- ja televisiomainonta, sponsorointi”
  - Luokka 38: ”Tietoliikenne, sanomien ja kuvien tietokoneavusteinen siirto, interaktiiviset telelähetyslaitteet tuotteiden esittelyyn, viestintä tietokonepäätteiden avulla, viestintä (siirto) avoimessa tai suljetussa maailmanlaajuisessa tietoverkossa”.

- 4 Yhteisön tavaramerkkiä koskeva hakemus julkaistiin 7.1.2011 ilmestyneessä Yhteisön tavaramerkkilehdessä nro 4/2011.
- 5 Kantaja, The Tea Board, joka on Intian teelain nro 29/1953 mukaan perustettu elin, jolle on myönnetty toimivalta hallinnoida teen tuotantoa, teki 7.4.2011 asetuksen N:o 207/2009 41 artiklan nojalla väitteen haetun tavaramerkin rekisteröintiä vastaan edellä 3 kohdassa tarkoitettuja tavaroita ja palveluja varten.
- 6 Väite perustui seuraaviin aikaisempiin tavaramerkkeihin:
- aikaisempi yhteisön yhteismerkiksi rekisteröity sanamerkki DARJEELING, jota koskeva hakemus esitettiin 7.3.2005 ja joka rekisteröitiin 31.3.2006 numerolla 4325718
  - seuraava aikaisempi yhteisön yhteismerkiksi rekisteröity kuviomerkki, jota koskeva hakemus esitettiin 10.11.2009 ja joka rekisteröitiin 23.4.2010 numerolla 8674327:



- 7 Molemmat yhteisön yhteismerkiksi rekisteröidyt tavaramerkit koskevat luokkaan 30 kuuluvia tavaroita ja vastaavat kuvausta "Tee".
- 8 Väitteen tueksi esitettiin asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 ja 5 kohdan mukaisia perusteita.
- 9 Lisäksi on niin, kuten kantajan valituslautakunnassa esittämistä seikoista ilmenee, että sanaosa "darjeeling" eli vastakkain oleville merkeille yhteinen sanaosa on teen suojattu maantieteellinen merkintä, joka on rekisteröity nimityksen kirjaamisesta suojattujen alkuperänimitysten ja suojattujen maantieteellisten merkintöjen rekisteriin [Darjeeling (SMM)] 20.10.2011 annetulla komission täytäntöönpanoasetuksella (EU) N:o 1050/2011 (EUVL L 276, s. 5) 12.11.2007 vastaanotetun hakemuksen perusteella. Tämä täytäntöönpanoasetus on annettu maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden maantieteellisten merkintöjen ja alkuperänimitysten suojasta 20.3.2006 annetun neuvoston asetuksen (EU) N:o 510/2006 (EUVL L 93, s. 12) perusteella, joka on tämän jälkeen korvattu maataloustuotteiden ja elintarvikkeiden laatuajärjestelmistä 21.11.2012 annetulla Euroopan parlamentin ja neuvoston asetuksella (EU) N:o 1151/2012 (EUVL L 343, s. 1).
- 10 Väiteosasto hylkäsi väitteen 10.7.2012 sillä perusteella, että yhtäältä kun kyse on asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan soveltamisesta, vastakkain olevilla merkeillä varustetut tavarat ja palvelut eivät olleet samankaltaisia, ja toisaalta kun kyse on asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamisesta, kantajat esittämät seikat eivät riittäneet osoittamaan, että aikaisemmat yhteisön yhteismerkiksi rekisteröidyt tavaramerkit ovat laajalti tunnettuja kohdeyleisön keskuudessa.
- 11 Kantaja valitti 10.8.2012 väiteosaston päätöksestä SMHV:ssä asetuksen N:o 207/2009 58–64 artiklan nojalla.

- 12 SMHV:n toinen valituslautakunta hylkäsi valituksen 17.9.2013 tekemällään päätöksellä (jäljempänä riidanalainen päätös) ja pysytti väiteosaston päätöksen. Valituslautakunta katsoi erityisesti, että kun otetaan huomioon kyseisten merkkien kattamien tavaroiden ja palvelujen erilaisuus, asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua sekaannusvaaraa ei ollut. Se hylkäsi myös väitteen kyseisen asetuksen 8 artiklan 5 kohdan rikkomisesta sillä perusteella, että kantajan esittämät todisteet eivät riittäneet osoittamaan, että kyseisen artiklan soveltamisedellytykset täyttyivät.

### **Asianosaisten vaatimukset**

- 13 Kantaja vaatii, että unionin yleinen tuomioistuin
- kumoaa riidanalaisen päätöksen
  - velvoittaa SMHV:n korvaamaan oikeudenkäyntikulut.
- 14 SMHV vaatii, että unionin yleinen tuomioistuin
- hylkää kanteen
  - velvoittaa kantajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.
- 15 Väliintulija vaatii, että unionin yleinen tuomioistuin
- pysyttää riidanalaisen päätöksen
  - velvoittaa kantajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

### **Oikeudellinen arviointi**

#### *1. Ensimmäistä kertaa unionin yleisessä tuomioistuimessa esitettyjen asiakirjojen ja todisteiden tutkittavaksi ottaminen*

- 16 Kantaja esitti unionin yleisessä tuomioistuimessa kaksi kuvaa, jotka on esitetty kannekirjelmässä ja jotka esittävät väliintulijan yhden tai useamman myyntipisteen julkisivua, kaksi kuvaa, jotka on esitetty kannekirjelmässä ja joita väliintulija on käyttänyt mainonnassa, useita internetsivuja sivustolta ”Lingerie Stylist Blog” (liite 7) sekä useita internetsivuja sivustolta ”TheStriversRow” (liite 8). Näitä todisteita ei ole esitetty SMHV:n elimissä, kuten kantaja vahvisti istunnossa.
- 17 SMHV riitauttaa näiden kuvien ja liitteiden tutkittavaksi ottamisen sekä niiden todistusvoiman. Väliintulija puolestaan katsoo, ettei edellä mainituilla todisteilla ole merkitystä nyt käsiteltävässä asiassa.
- 18 Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan unionin yleisessä tuomioistuimessa nostetun kanteen tarkoituksena on SMHV:n valituslautakuntien päätösten laillisuuden valvonta asetuksen N:o 207/2009 65 artiklassa tarkoitettulla tavalla ja riidanalaisen toimen lainmukaisuutta on arvioitava toimen antamisajankohtana olemassa olleiden tosiseikkojen ja oikeudellisten seikkojen perusteella, eikä unionin yleisen tuomioistuimen tehtävänä ole tutkia uudelleen tosiseikkoja niiden todisteiden valossa, jotka esitetään ensimmäistä kertaa tässä tuomioistuimessa. Mainitut todisteet on siis jätettävä huomiotta ilman, että on tarpeen tutkia niiden todistusvoimaa (määräys 7.2.2013, Majtczak v. Feng Shen Technology ja SMHV, C-266/12 P, EU:C:2013:73, 45 kohta; ks. tuomio 24.11.2005, Sadas v. SMHV – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, Kok., EU:T:2005:420, 19 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

## 2. Asiakysymys

- 19 Kantaja esittää kaksi kanneperustetta, joista ensimmäinen koskee asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan ja toinen saman asetuksen 8 artiklan 5 kohdan rikkomista.

*Ensimmäinen kanneperuste, joka koskee asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan rikkomista*

- 20 Ensimmäisessä kanneperusteessaan kantaja väittää, että valituslautakunta katsoi virheellisesti, ettei asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua sekaannusvaaraa ollut, arvioituaan, että vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat ja palvelut olivat täysin erilaisia. Se arvostelee erityisesti sitä, ettei valituslautakunta ottanut huomioon asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdassa tarkoitetuille yhteisön yhteismerkeille myönnetyn suojan laajuutta, kun tämä toteutti nyt käsiteltävässä asiassa samantyyppisen arvioinnin kuin se, jonka se olisi toteuttanut arvioidakseen kahden yksittäisen tavaramerkin välisen sekaannusvaaran olemassaoloa. Tältä osin kantaja väittää, että nyt käsiteltävässä asiassa kyseessä olevien aikaisempien tavaramerkkien kaltaisen yhteisön yhteismerkin keskeinen tehtävä on taata, että sillä varustetut tavarat tai palvelut ovat peräisin yritykseltä, joka sijaitsee sillä maantieteellisellä alkuperäalueella, jonka kyseinen tavaramerkki osoittaa. Kantajan mukaan tämä tehtävä eroaa selvästi yksittäisen tavaramerkin tehtävästä taata kuluttajalle kyseessä olevien tavaroiden ja palveluiden kaupallinen alkuperä.
- 21 Kantaja katsoo lähinnä, että asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdassa tarkoitettujen yhteismerkkien erityistehtävän vuoksi se, että vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat tai palvelut voivat olla peräisin samalta maantieteelliseltä alueelta, on otettava huomioon yhtäältä arviointiperusteena arvioitaessa niiden samankaltaisuutta ja toisaalta määräävänä seikkana arvioitaessa sekaannusvaaran olemassaoloa kokonaisuudessaan. Kantaja väittää tältä osin, että sekaannusvaara muodostuu nyt käsiteltävän tapauksen kaltaisessa tapauksessa siitä, että kuluttajat voivat luulla, että vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat tai niiden raaka-aineet ja palvelut ovat peräisin samalta maantieteelliseltä alueelta.
- 22 Ensimmäisen kanneperusteen yhteydessä esitetyt väitteet jakautuvat kahteen osaan. Ensimmäisessä osassa kantaja väittää lähinnä, että valituslautakunta teki asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohtaa soveltaessaan oikeudellisen virheen, kun se ei vertaillessaan tavaramerkkien kattamia tavaroita ja palveluja ottanut huomioon niiden todellista tai mahdollista alkuperää eikä näin ollen ottanut huomioon maantieteellistä alkuperää suojaavien yhteismerkkien erityistä tehtävää. Toisessa osassa kantaja arvostelee valituslautakuntaa lähinnä siitä, että se teki oikeudellisen virheen, kun se ei arvioidessaan asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua sekaannusvaaran olemassaoloa kokonaisuutena ottanut huomioon vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden tai palvelujen todellista tai mahdollista maantieteellistä alkuperää eikä näin ollen ottanut huomioon kyseisen asetuksen 66 artiklan 2 kohdassa tarkoitettujen yhteismerkkien erityistä tehtävää.
- 23 SMHV ja väliintulija kiistävät kantajan väitteet.

### Kohdeyleisö

- 24 Oikeuskäytännön mukaan asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua vastakkain olevien merkkien sekaannusvaaraa ei ole arvioitava kyseisten tavaramerkkien ja niiden kattamien tavaroiden tai palvelujen abstraktin vertailun perusteella. Sekaannusvaaran arvioinnin pitää pikemminkin perustua siihen, miten kohdeyleisö mieltää kyseiset merkit, tavarat ja palvelut (tuomio 24.5.2011, ancotel. v. SMHV – Acotel (ancotel.), T-408/09, EU:T:2011:241, 29 kohta).

- 25 Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan sekaannusvaaran kokonaisarvioinnissa on tarkemmin ottaen otettava huomioon asianomaisen tavaryhmän tavanomaisesti valistunut sekä kohtuullisen tarkkaavainen ja huolellinen keskivertokuluttaja. Kohdeyleisö sekaannusvaaran arvioinnissa muodostuu käyttäjistä, jotka käyttävät sekä aikaisemman tavaramerkin kattamia tavaroita tai palveluja että haetun tavaramerkin kattamia tavaroita tai palveluja (ks. edellä 24 kohdassa mainittu tuomio ancotel., EU:T:2011:241, 37 ja 38 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 26 Koska nyt käsiteltävässä asiassa riidanalainen päätös ei sisällä erityistä kohdeyleisön analyysiä ja koska valituslautakunta ainoastaan hyväksyi kokonaisuudessaan analyysin, jonka väiteosasto toteutti soveltaakseen asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohtaa, on viitattava väiteosaston päätökseen. Oikeuskäytännöstä ilmenee nimittäin, että kun valituslautakunta on vahvistanut SMHV:n alemman elimen päätöksen kokonaisuudessaan, tämä päätös ja sen perustelut kuuluvat asiayhteyteen, jossa valituslautakunnan päätös on tehty, ja tämä asiayhteys on asianosaisten tiedossa ja mahdollistaa sen, että unionin tuomioistuimet voivat täysimääräisesti harjoittaa laillisuusvalvontaansa sen osalta, onko valituslautakunnan arviointi perusteltu (ks. tuomio 28.6.2011, ReValue Immobilienberatung v. SMHV (ReValue), T-487/09, EU:T:2011:317, 20 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 27 Väiteosaston päätöksen mukaan luokkaan 35 kuuluvia palveluja tarjoavat ammattimaiset yhtiöt, jotka toimivat vähittäismyynnin, mainonnan ja johtamisen alalla sekä muilla aloilla. Luokkaan 38 kuuluvista palveluista väiteosasto katsoi, että ne on tarkoitettu televiestinnän alan yleisölle.
- 28 Koska väiteosasto ei toteuttanut erityistä analyysiä vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden kohdeyleisön osalta, on pääteltävä, että se katsoi implisiittisesti, että kyseisillä tavaroilla oli sama kohdeyleisö.
- 29 Väiteosaston päätöksestä ilmenee tältä osin, että tänä kohdeyleisönä, jolle tarjotaan sekä hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamia tuotteita että aikaisempien tavaramerkkien kohteena olevaa tuotetta, on suuri yleisö. Arvioidessaan sitä, ovatko aikaisemmat tavaramerkit laajalti tunnettuja, väiteosaston piti määrittää niiden kohdeyleisö (ks. vastaavasti tuomio 6.2.2007, Aktieselskabet af 21. november 2001 v. SMHV – TDK Kabushiki Kaisha (TDK), T-477/04, Kok., EU:T:2007:35, 48 kohta). Se katsoi, että kantajan toimittamat todisteet eivät osoittaneet, että merkityksellisen alueen suuri yleisö eli Euroopan unionin suuri yleisö olisi tunnistanut aikaisempia tavaramerkkejä.
- 30 Koska valituslautakunta hyväksyi täysin väiteosaston päätöksen asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan soveltamisesta, riidanalaisesta päätöksestä on pääteltävä, että vastakkain olevien merkkien kattamilla tavaroilla on sama kohdeyleisö, nimittäin suuri yleisö. Kantaja kannattaa lisäksi tätä lähestymistapaa, kun se toteaa, että teetä ja vaatteita käyttävät samat kuluttajat. Luokkiin 35 ja 38 kuuluvista, hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamista palveluista valituslautakunta katsoi implisiittisesti, kuten SMHV vahvisti vastineessaan, että niitä tarjotaan yleensä ammattilaisista koostuvalle yleisölle.
- 31 Tältä osin on todettava, ettei minkään seikan perusteella voida kyseenalaistaa valituslautakunnan tältä osin esittämiä toteamuksia, joita riita-asian osapuolet eivät missään tapauksessa ole kiistäneet.

#### Ensimmäisen kanneperusteen ensimmäinen osa

- 32 Asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan mukaan aikaisemman tavaramerkin haltijan vastustuksesta tavaramerkkiä, jonka rekisteröintiä haetaan, ei rekisteröidä, jos sen vuoksi, että se on sama tai samankaltainen kuin aikaisempi, samoja tai samankaltaisia tavaroita tai palveluja varten oleva tavaramerkki, sen alueen yleisön keskuudessa, jolla aikaisempi tavaramerkki on suojattu, on sekaannusvaara. Sekaannusvaara on olemassa, jos yleisö saattaa luulla, että kyseiset tavarat tai palvelut ovat peräisin samasta yrityksestä tai mahdollisesti taloudellisesti keskenään sidoksissa olevista



yrityksistä (ks. tuomio 9.6.2010, Muñoz Arraiza v. SMHV – Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja (RIOJAVINA), T-138/09, Kok., EU:T:2010:226, 25 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

- 33 Lisäksi asetuksen N:o 207/2009 66 artiklassa säädetään mahdollisuudesta rekisteröidä yhteisön yhteismerkkejä. Kyseisen artiklan 1 kohdan mukaan yhteisön yhteismerkkinä voi olla ”yhteisön tavaramerkki, joka on tällä tavalla nimetty hakemusta jätettäessä ja joka voi erottaa haltijana olevan yhteenliittymän jäsenten tavarat tai palvelut muiden yritysten tavaroista tai palveluista”. Yhteisön yhteismerkkiä koskevan hakemuksen voivat jättää ”valmistajien, tuottajien, palvelujen tarjoajien tai kauppiaiden yhteenliittymät, joilla niihin sovellettavan lainsäädännön mukaan on kelpoisuus omissa nimissään hankkia kaikenlaisia oikeuksia ja tehdä kaikenlaisia sitoumuksia, olla osapuolena sopimuksissa tai muissa oikeustoimissa ja esiintyä kantajana tai vastaajana oikeudenkäynneissä, samoin kuin julkisoikeudelliset oikeushenkilöt”. Asetuksen N:o 207/2009 66 artikla 3 kohdassa säädetään, että kyseisen asetuksen säännöksiä sovelletaan yhteisön yhteismerkkeihin, ”jollei 67–74 artiklassa toisin säädetä”.
- 34 Asetuksen N:o 207/2009 66 artikla 2 kohdassa säädetään, että kyseisen artiklan 1 kohdassa tarkoitettuna yhteisön yhteismerkkinä voi olla ”merkki tai merkintä, jota voidaan kaupassa käyttää tarkoittamaan tavaroiden tai palvelujen maantieteellistä alkuperää”, ja tämä poiketen siitä, mitä säädetään saman asetuksen 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa, jonka mukaan tavaramerkkejä, jotka muodostuvat yksinomaan tällaisista merkeistä tai merkinnöistä, ei rekisteröidä.
- 35 Oikeuskäytännöstä ilmenee, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan ja 66 artiklan 3 kohdan säännösten, kun niitä luetaan yhdessä, mukaisesti yhteisön yhteismerkkiä suojataan kaikkien yhteisön tavaramerkkien tavoin kaikkia sellaisia loukkauksia vastaan, jotka ovat seurausta sekaannusvaaran aiheuttavan yhteisön tavaramerkin rekisteröimisestä (edellä 32 kohdassa mainittu tuomio RIOJAVINA, EU:T:2010:226, 22 kohta).
- 36 Kuten unionin tuomioistuin ja unionin yleinen tuomioistuin ovat todenneet useaan otteeseen, asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu sekaannusvaara edellyttää yhtä aikaa, että kyseiset tavaramerkit ovat samoja tai samankaltaisia sekä että niiden kattamat tavarat tai palvelut ovat samoja tai samankaltaisia. Edellytykset ovat kumulatiivisia (ks. määräys 25.11.2010, Lufthansa AirPlus Servicekarten v. SMHV, C-216/10 P, EU:C:2010:719, 26 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen ja tuomio 5.12.2012, Consorzio vino Chianti Classico v. SMHV – FFR (F.F.R.), T-143/11, EU:T:2012:645, 19 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 37 Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan kyseisten tavaramerkkien kattamien tavaroiden ja palvelujen samanlaisuuden tai samankaltaisuuden arvioimiseksi asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettulla tavalla on otettava huomioon kaikki kyseisten tavaroiden tai palvelujen väliseen suhteeseen liittyvät merkitykselliset tekijät. Näihin tekijöihin kuuluvat erityisesti tavaroiden ja palvelujen luonne, käyttötarkoitus, käyttötavat sekä se, ovatko ne keskenään kilpailevia tai toisiaan täydentäviä (ks. tuomio 18.12.2008, Les Éditions Albert René v. SMHV, C-16/06 P, Kok., EU:C:2008:739, 65 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen ja tuomio 21.3.2013, Event v. SMHV – CBT Comunicación Multimedia (eventer EVENT MANAGEMENT SYSTEMS), T-353/11, EU:T:2013:147, 40 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Huomioon voidaan ottaa myös muita tekijöitä, kuten kyseessä olevien tavaroiden jakelukanavat tai se seikka, että näitä tavaroita myydään usein samoissa erikoistuneissa myyntipisteissä, mikä on omiaan myötävaikuttamaan asianomaisen kuluttajan tapaan mieltää tavaroiden välillä olevat läheiset yhteydet ja vahvistamaan vaikutelmaa, jonka mukaan sama yritys on vastuussa niiden valmistuksesta (ks. tuomio 18.6.2013, Otero González v. SMHV – Apli-Agipa (APLI-AGIPA), T-522/11, EU:T:2013:325, 32 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 38 Nyt käsiteltävässä asiassa väiteosasto arvioi, että haetun tavaramerkin kattamat, luokkaan 25 kuuluvat tavarat eivät olleet samankaltaisia kuin tee, joka oli ainoa aikaisempien tavaramerkkien kattama tavara, ominaisuuksiensa, käyttötarkoitustensa, jakelukanaviensa ja jakeluverkostojensa sekä sen vuoksi, että

kyseiset tuotteet eivät olleet toisiaan täydentäviä eivätkä keskenään kilpailevia. Se totesi siis, ettei kyseisillä tavaroilla ole mitään yhteyttä toisiinsa. Väiteosasto totesi saman hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien, luokkiin 35 ja 38 kuuluvien tavaroiden osalta. Valituslautakunta vahvisti väiteosaston toteamukset kokonaisuudessaan. Tältä osin se hylkäsi kantajan väitteet, jotka koskevat aikaisempien tavaramerkkien, jotka kantajan mukaan kuuluivat asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan soveltamisalaan, kaltaisten yhteismerkkien keskeistä tehtävää.

- 39 Unionin yleisessä tuomioistuimessa kantaja perustaa väitteensä lähinnä tähän aikaisempien tavaramerkkien kaltaisten yhteismerkkien ”keskeiseen tehtävään” ja väittää, että vastakkain olevien merkkien kattamien tuotteiden ja palvelujen on katsottava olevan samankaltaisia yksinkertaisesti sen vuoksi, että niillä voi olla sama maantieteellinen alkuperä.
- 40 Tältä osin on muistutettava, että – kuten asetuksen N:o 207/2009 kahdeksannesta perustelukappaleesta ilmenee – yhteisön tavaramerkin antaman suojan tarkoituksena on erityisesti taata, että tavaramerkki osoittaa alkuperän. Kyse on tavaramerkin keskeisestä tehtävästä, joka on taata kuluttajalle tai loppukäyttäjälle se, että tavaramerkillä varustetulla tavaralla tai palvelulla on tietty alkuperä, jolloin kuluttaja tai loppukäyttäjä voi tavaramerkin perusteella erottaa ilman sekaannusvaaraa kyseisen tavaroiden tai palvelun tavaroiden, joilla on toinen alkuperä (ks. tuomio 16.7.2009, *American Clothing Associates v. SMHV* ja *SMHV v. American Clothing Associates*, C-202/08 P ja C-208/08 P, Kok., EU:C:2009:477, 40 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 41 Nyt käsiteltävässä asiassa on kiistatonta, että sanaosalla ”darjeeling” voidaan kaupankäynnissä kuvata aikaisempien tavaramerkkien kattaman tuotteen maantieteellistä alkuperää. Tätä toteamusta ei voida kyseenalaistaa SMHV:n perusteilla, jotka koskevat sitä, miten osa yleisöstä, joka ei tunnista sanaa ”darjeeling” maantieteelliseksi nimeksi, mahdollisesti mieltää tämän sanan. Vaikka on totta, kuten kantaja perustellusti muistuttaa, että maantieteellisen nimityksen keskeinen tehtävä on taata kuluttajille tavaroiden maantieteellinen alkuperä ja tavaroiden itsensä erityisominaisuudet (ks. vastaavasti tuomio 29.3.2011, *Anheuser-Busch v. Budějovický Budvar*, C-96/09 P, Kok., EU:C:2011:189, 147 kohta), yhteisön yhteismerkin keskeinen tehtävä ei ole sama. Se, että viimeksi mainittu muodostuu merkinnästä, jolla voidaan kuvata sen kattamien tavaroiden maantieteellistä alkuperää, ei kyseenalaista yhteismerkkien keskeistä tehtävää, sellaisena kuin se ilmenee asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 1 kohdasta, eli tehtävää erottaa haltijana olevan yhteenliittymän jäsenten tavarat tai palvelut muiden yhteenliittymien tai yritysten tavaroiden tai palveluiden (ks. vastaavasti edellä 32 kohdassa mainittu tuomio *RIOJAVINA*, EU:T:2010:226, 26 ja 27 kohta). Näin ollen yhteisön yhteismerkin tehtävä ei muutu sen vuoksi, että se rekisteröidään asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan nojalla. Kyse on tarkemmin ottaen merkistä, jonka avulla tavarat tai palvelut voidaan erottaa toisistaan tavaramerkin haltijana olevan yhteenliittymän perusteella eikä niiden maantieteellisen alkuperän perusteella.
- 42 Vaikka asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdalla luodaan poikkeus saman asetuksen 7 artiklan 1 kohdan c alakohtaan lieventämällä rekisteröimisen edellytyksiä ja antamalla tavaramerkkien, joilla kuvaillaan sen kattamien tavaroiden alkuperää, hyötyä siitä (ks. vastaavasti tuomio 13.6.2012., *Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias v. SMHV – Garmo (HELLIM)*, T-534/10, Kok., EU:T:2012:292, 51 kohta), kyseistä asetusta sovelletaan sen 66 artiklan 3 kohdan mukaisesti, jollei nimenomaisesti toisin säädetä, kaikkiin yhteisön yhteismerkkeihin, mukaan lukien kyseisen asetuksen 66 artiklan 2 kohdan nojalla rekisteröidyt yhteismerkit.
- 43 Tämän vuoksi on niin, että koska mistään asetuksen N:o 207/2009 yhteisön yhteismerkkejä koskevaan lukuun kuuluvasta säännöksestä ei voida päätellä, että yhteisön yhteismerkkien, myös niiden, jotka muodostuvat merkinnästä, jolla voidaan kuvata kyseessä olevien tavaroiden maantieteellistä alkuperää, keskeinen tehtävä olisi eri kuin yhteisön yksittäisten tavaramerkkien tehtävä, on katsottava, että tämä



tehtävä on – samoin kuin yhteisön yksittäisten tavaramerkkien osalta – tavaroiden tai palvelujen erottaminen toisistaan sen tietyn yksikön perusteella, josta ne ovat peräisin, eikä sen perusteella, että ne ovat peräisin tietyltä maantieteelliseltä alueelta.

- 44 Kantaja katsoo siis virheellisesti, että yhteisön yhteismerkkillä, joka muodostuu merkinnästä, jolla voidaan kuvata sen kattamien tavaroiden tai palvelujen maantieteellistä alkuperää, ei voitaisi erottaa haltijana olevan yhteenliittymän jäsenten tavaroita tai palveluja muiden yritysten tavaroista tai palveluista.
- 45 Asetuksen N:o 207/2009 67 artiklan 2 kohdan mukaan nimittäin yhteisön yhteismerkin hakijan on esitettävä haetun tavaramerkin käyttömääräykset, joissa ilmaistaan merkin käyttöä koskevat edellytykset, henkilöt, joilla on lupa käyttää tätä tavaramerkkiä, sekä hakijana olevaan yhteenliittymään liittymisen edellytykset. Asetuksen N:o 207/2009 71 artiklan mukaan yhteisön yhteismerkin haltija voi lisäksi muuttaa näitä käyttömääräyksiä. Haltijana olevaan yhteenliittymään liittymisen edellytyksiä säännellään myös asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan soveltamisalaan kuuluvien tavaramerkkien osalta niiden käyttömääräyksillä. On totta, että edellä mainitun asetuksen N:o 207/2009 67 artiklan 2 kohdan, johon kantaja viittaa, mukaan asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdassa tarkoitettujen merkin käyttömääräyksissä on hyväksyttävä merkin haltijana olevan yhteenliittymän jäseneksi jokainen henkilö, jonka tavaroiden tai palvelujen maantieteellinen alkuperä on kyseisellä alueella. Asetuksessa N:o 207/2009 ei kuitenkaan suljeta pois sitä, että 66 artiklan 2 kohdassa tarkoitettujen yhteisön yhteismerkin haltijana oleva yhteenliittymä voi säännellä tämän tavaramerkin käyttömääräyksissä, että yksiköt tai henkilöt, jotka toimivat yhteistyössä sellaisten yksikköjen kanssa, joiden tuotteet ovat peräisin kyseessä olevalta maantieteelliseltä alueelta tai jotka käyttävät raaka-aineina tavaramerkin haltijana olevan yhteenliittymän tavaroita, voivat liittyä tähän merkin haltijana olevaan yhteenliittymään ja käyttää tätä merkkiä ilman, että ne ovat sijoittautuneet merkin kuvaamalle maantieteelliselle alkuperäalueelle, ja ilman, että niiden tavarat ovat välittömästi peräisin kyseiseltä maantieteelliseltä alueelta.
- 46 Kaikesta edellä esitetystä ilmenee, että asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdassa tarkoitettujen yhteisön yhteismerkkien tehtävänä on erottaa tällaisten merkkien kattamat tavarat tai palvelut toisistaan haltijana olevan yksikön perusteella eikä niiden maantieteellisen alkuperän perusteella.
- 47 Kantajan väite, joka perustuu Bundesgerichtshofin (Saksan liittovaltion tuomioistuin) 30.11.1995 antamaan tuomioon (asia I ZB 32/93, julkaistu vuonna 1996, GRUR 270, 271 (MADEIRA)), jossa kantajan mukaan todettiin, että yhteismerkkillä taataan, että tavarat ovat peräisin yritykseltä, joka sijaitsee maantieteellisellä alkuperäalueella ja jolla on oikeus käyttää yhteismerkkiä, on hylättävä. Kuten oikeuskäytännöstä ilmenee, yhteisön tavaramerkkejä koskeva lainsäädäntö muodostaa itsenäisen järjestelmän, joka koostuu sille ominaisten tavoitteiden ja sääntöjen kokonaisuudesta ja jonka soveltaminen on riippumaton kansallisista järjestelmistä (ks. vastaavasti tuomio 16.5.2007, Trek Bicycle v. SMHV – Audi (ALLTREK), T-158/05, EU:T:2007:143, 63 kohta).
- 48 Lopuksi on todettava, ettei asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan k alakohdalla, joka muodostaa tietyn edellytyksin ehdottoman perusteen evätä tavaramerkin rekisteröiminen yhteisön tavaramerkiksi, kun kyseessä oleva merkki muodostuu tai siihen sisältyy sellainen maantieteellinen merkintä, jota suojataan asetuksen N:o 510/2006, joka on korvattu asetuksella N:o 1151/2012, nojalla, eikä saman asetuksen 164 artiklalla, joka viittaamalla asetuksen N:o 510/2006 14 artiklaan liittyy yhtäältä tavaramerkkien, joiden rekisteröimistä on haettu, ja toisaalta viimeksi mainitussa asetuksessa tarkoitettujen maantieteellisten merkintöjen välisiin suhteisiin, ole merkitystä nyt käsiteltävässä asiassa. Nyt käsiteltävässä asiassa kantaja ei ole nimittäin vedonnut SMHV:n elimissä asetuksessa N:o 510/2006 tarkoitettuun maantieteelliseen merkintään vaan on pannut vireille väitemenettelyn, joka perustuu edellä 6 kohdassa mainittuihin yhteisön yhteismerkkeihin ja asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa ja 5 artiklassa tarkoitettuihin suhteellisiin hylkäysperusteisiin.

- 49 Edellä esitetyn valossa on todettava SMHV:n ja väliintulijan tapaan, että kun väitemenettelyssä vastakkain olevat merkit ovat yhtäältä yhteismerkkejä ja toisaalta yksittäisiä tavaramerkkejä, kyseessä olevien tavaroiden ja palvelujen vertailu on toteutettava samojen arviointiperusteiden nojalla kuin ne, joita sovelletaan arvioitaessa kahden yksittäisen tavaramerkin kattamien tavaroiden ja palvelujen samankaltaisuutta tai samanlaisuutta.
- 50 Tämän vuoksi on vahvistettava valituslautakunnan nyt käsiteltävässä asiassa esittämä toteamus, sellaisena kuin se esitetään edellä 38 kohdassa. On nimittäin yleisesti tunnettua, että vaatteita ja teetä eivät yleensä valmista samat yritykset eikä niitä myydä samoilla tavaramerkeillä. Näin ollen ei voida katsoa, että vaatteiden valmistaja toimisi myös teen poimimisen tai myymisen alalla. Toisin sanoen kohdeyleisö ei oleta, että vastakkain olevien merkkien kattamilla tavaroilla on sama kaupallinen alkuperä, eikä, että sama yritys olisi vastuussa niiden valmistamisesta (ks. vastaavasti tuomio 18.11.2014, Repsol v. SMHV – Adell Argiles (ELECTROLINERA), T-308/13, EU:T:2014:965, 38 kohta). On lisäksi ilmeistä, etteivät kyseessä olevat tavarat ole toisiaan korvaavia eivätkä varsinkaan keskenään kilpailevia ja että niillä on eri jakelukanavat.
- 51 Kun lisäksi otetaan huomioon edellä 40–47 kohdassa esitetty, on hylättävä kantajan väite, jonka mukaan se mahdollisuus, että yleisö voi katsoa, että vastakkain olevien merkkien kattamilla tavaroilla ja palveluilla on sama maantieteellinen alkuperä, voi muodostaa arviointiperusteen, joka voi riittää vahvistamaan niiden samankaltaisuuden tai samanlaisuuden sovellettaessa asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdtaa.
- 52 Kuten SMHV toteaa, samalla maantieteellisellä alueella voidaan nimittäin tuottaa tai tarjota erittäin laajaa valikoimaa tavaroita ja palveluja. Mikään ei myöskään sulje pois sitä, että alue, jonka maantieteellinen nimi on rekisteröity asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan nojalla yhteisön yhteismerkkinä, olisi sellaisten eri raaka-aineiden lähde, joita voidaan käyttää monien erilaisten tavaroiden valmistamiseen. Näiden olosuhteiden valossa kantajan esittämän kaltainen asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan laajentava tulkinta merkitsisi – kuten väliintulija huomauttaa – sitä, että asetuksen N:o 207/2009 7 artiklan 1 kohdan c alakohdasta poiketen rekisteröidyille yhteismerkeille myönnettäisiin absoluuttinen suoja, joka ei riipu vastakkain olevien merkkien kattamista tavaroista ja joka on näin ollen kyseisen asetuksen 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan sanamuodon vastainen.
- 53 Sama koskee luokkaan 35 ja luokkaan 38 kuuluvia palveluja. Pelkästään se mahdollisuus, että keskivertokuluttaja voi katsoa, että kyseessä olevat palvelut eli tavaramerkillä DARJEELING tarjotut vähittäismyyntipalvelut liittyvät samannimiseltä maantieteelliseltä alueelta peräisin oleviin tavarihin tai että samalla tavaramerkillä tarjotut televiestintäpalvelut liittyvät kyseiseen maantieteelliseen alueeseen tai esittävät tietoja siitä, ei voi riittää osoittamaan hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien palvelujen ja aikaisempien tavaramerkkien kattaman tavaran samankaltaisuutta.
- 54 Lisäksi on hylättävä kantajan väite, joka koskee haetun tavaramerkin sisältämän sanaosan ”darjeeling” graafista ulkoasua ja yhteyttä, jonka kirjainten ”j” ja ”i” päällä olevien pisteiden yhdennäköisyys teehtien kanssa, voisi luoda teen ja haetun tavaramerkin kattamien tavaroiden välille. Vaikka oletettaisiin, että kyseiset pisteet todellakin muistuttavat lehtiä, ja erityisesti teehtä, ja että ne luovat yhteyden teen ja haetun tavaramerkin kattamien tavaroiden välille, tämä yhteys ei nimittäin voi riittää aiheuttamaan vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden tai palveluiden samankaltaisuutta tai samanlaisuutta asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettulla tavalla.

## Ensimmäisen kanneperusteen toinen osa

- 55 Ensimmäisen kanneperusteensa toisessa osassa kantaja arvostelee valituslautakuntaa lähinnä siitä, että se ei arvioidessaan asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettun sekaannusvaaran olemassaoloa kokonaisuutena ottanut huomioon vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden tai palvelujen todellista tai mahdollista maantieteellistä alkuperää.
- 56 Koska kantajan väitteet, jotka on esitetty ensimmäisen kanneperusteen ensimmäisen osan yhteydessä ja jotka koskevat vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden tai palvelujen samankaltaisuutta, on hylätty ja koska tämän vuoksi yksi asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa esitetystä kahdesta kumulatiivisesta edellytyksestä ei täyty, on todettava aivan aluksi, että valituslautakunta on nyt käsiteltävässä asiassa jättänyt perustellusti soveltamatta sitä.
- 57 On totta, että vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan sekaannusvaaran kokonaisarviointi merkitsee huomioon otettavien tekijöiden ja erityisesti tavaramerkkien samankaltaisuuden ja näiden tavaramerkkien kattamien tavaroiden tai palvelujen samankaltaisuuden tiettyä keskinäistä riippuvuutta. Niinpä kyseisten merkkien kattamien tavaroiden tai palvelujen vähäisen samankaltaisuuden saattaa korvata tavaramerkkien merkittävä samankaltaisuus ja päinvastoin (ks. määräys 27.4.2006, L'Oréal v. SMHV, C-235/05 P, EU:C:2006:271, 35 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen ja määräys 2.10.2014, Przedsiębiorstwo Handlowe Medox Lepiarz v. SMHV, C-91/14 P, EU:C:2014:2261, 23 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 58 Vaikka kyseisten merkkien mahdollinen samankaltaisuus on otettava huomioon tässä kokonaisarvioinnissa, se ei itsessään merkitse niiden välistä sekaannusvaaraa (ks. analogisesti tuomio 29.9.1998, Canon, C-39/97, Kok., EU:C:1998:442, 22 kohta ja tuomio 16.10.2013, Mundipharma v. SMHV – AFT Pharmaceuticals (Maxigesic), T-328/12, EU:T:2013:537, 62 kohta). Tietynasteinen, edes vähäinen, kyseessä olevien tavaroiden ja palvelujen samankaltaisuus on nimittäin todettava, jotta kyseisten merkkien merkittävä samankaltaisuus tai mahdollisesti samanlaisuus voisi tekijöiden keskinäisen riippuvuuden periaatteen valossa johtaa asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettuun sekaannusvaaraan. Kuten valituslautakunta totesi perustellusti, nyt käsiteltävässä asiassa vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat ja palvelut eivät kuitenkaan ole samankaltaisia.
- 59 Tältä osin on muistutettava, että oikeuskäytännöstä ilmenee, ettei yhteismerkki voi nauttia vahvistettua suojaa asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan nojalla, kun sekaannusvaaran olemassaolon kokonaisarvioinnin yhteydessä todetaan, että tavaroiden ja palvelujen samankaltaisuus ei riitä aiheuttamaan tällaista vaaraa (ks. analogisesti merkkien samankaltaisuudesta edellä 36 kohdassa mainittu tuomio F.F.R., EU:T:2012:645, 61 kohta). Jopa kun kyse on yhteisön yhteismerkkien ja yhteisön yksittäisten merkkien välisen sekaannusvaaran olemassaolon arvioimisesta, myöskään vastakkain olevien merkkien samankaltaisuus ei näin ollen voi kriteerien keskinäisen riippuvuuden periaatteen valossa korvata sitä, ettei aikaisempien tavaramerkkien kattama tavara ole samankaltainen kuin hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamat tavarat ja palvelut.
- 60 Asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan soveltamisalaan kuuluvien rekisteröityjen yhteismerkkien keskeisestä tehtävästä edellä 40–43 kohdassa esitetyn valossa on lisäksi hylättävä kantajan väite, jonka mukaan arvioitaessa tällaisten yhteisön yhteismerkkien ja yksittäisten merkkien välisen sekaannusvaaran olemassaoloa tämä vaara ei johdu siitä, että yleisö voisi luulla, että kyseessä olevat tavarat ja palvelut ovat peräisin samasta yrityksestä tai mahdollisesti toisiinsa taloudellisesti sidoksissa olevista yrityksistä, vaan siitä, että yleisö voi luulla, että vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat tai palvelut tai niiden valmistuksessa käytetyt raaka-aineet voivat olla peräisin samalta maantieteelliseltä alueelta.

- 61 Vaikka katsottaisiin, että vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden tai palvelujen alkuperä voisi olla yksi niistä tekijöistä, jotka on otettava huomioon asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettun sekaannusvaaran olemassaolon kokonaisarviointissa, tätä säännöstä ei voida soveltaa, kuten edellä korostetaan, kun yksi siinä esitetyistä kumulatiivisista edellytyksistä ei täyty, kuten nyt käsiteltävässä asiassa.
- 62 Myöskään väite, jonka mukaan aikaisemmat tavaramerkit ovat erittäin erottamiskykyisiä, ei voi menestyä. On totta, että vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan kahden vastakkain olevan merkin välinen sekaannusvaara on sitä suurempi, mitä erottamiskykyisempi aikaisempi tavaramerkki on (tuomio 11.11.1997, SABEL, C-251/95, Kok., EU:C:1997:528, 24 kohta; edellä 58 kohdassa mainittu tuomio Canon, EU:C:1998:442, 18 kohta ja tuomio 18.7.2013, Specsavers International Healthcare ym., C-252/12, Kok., EU:C:2013:497, 36 kohta). Vaikka oletettaisiin, että nyt käsiteltävässä asiassa aikaisemmat tavaramerkit olisivat tulleet erittäin erottamiskykyisiksi, tämä ei voisi korvata sitä, että vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat ja palvelut ovat täysin erilaisia.
- 63 Ensimmäinen kanneperuste on näin ollen hylättävä kokonaisuudessaan.

*Toinen kanneperuste, jonka mukaan asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohtaa on rikottu*

- 64 Toisessa kanneperusteessaan kantaja väittää, että valituslautakunta katsoi virheellisesti, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamisedellytykset eivät nyt käsiteltävässä asiassa täyttyneet.
- 65 On muistutettava, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa säädetään seuraavaa: ”Jos aikaisempi yhteisön tavaramerkki on yhteisössä laajalti tunnettu ja aikaisempi kansallinen tavaramerkki on kyseisessä jäsenvaltiossa laajalti tunnettu, 2 kohdassa tarkoitettun aikaisemman tavaramerkin haltijan vastustuksesta tavaramerkkiä ei myöskään rekisteröidä, jos se on sama tai samankaltainen kuin aikaisempi tavaramerkki ja se rekisteröitäisiin sellaisia tavaroita tai palveluja varten, jotka eivät tosin ole samankaltaisia kuin tavarat tai palvelut, joita varten aikaisempi tavaramerkki on rekisteröity, mutta joiden osalta rekisteröitävän tavaramerkin käyttäminen ilman perusteltua syytä merkitsisi aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutettua hyväksikäyttöä taikka olisi niille haitaksi.”
- 66 Vaikka tavaramerkin ensisijainen tehtävä on osoittaa alkuperä, tavaramerkeillä on nimittäin myös itsenäinen erillinen taloudellinen arvo niiden tavaroiden ja palveluiden arvoon nähden, joita varten se on rekisteröity. Asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa annetaan laajalti tunnetulle tavaramerkille suojaa kaikkia samoja tai samankaltaisia tavaramerkkejä, jotka voisivat vahingoittaa sen imagoa, koskevia hakemuksia vastaan, vaikka haetun tavaramerkin kattamat tavarat tai palvelut eivät olisikaan samankaltaisia kuin ne tavarat tai palvelut, joille aikaisempi tavaramerkki on rekisteröity (tuomio 22.3.2007, Sigla v. SMHV – Elleni Holding (VIPS), T-215/03, Kok., EU:T:2007:93, 35 kohta ja tuomio 8.12.2011, Aktieselskabet af 21. november 2001 v. SMHV – Parfums Givenchy (only givenchy), T-586/10, EU:T:2011:722, 58 kohta).
- 67 Tämän säännöksen sanamuodosta ilmenee, että sen soveltaminen riippuu seuraavasta kolmesta edellytyksestä: ensiksi siitä, että kyseiset tavaramerkit ovat samoja tai samankaltaisia, toiseksi siitä, että väitteen tueksi esitetty aikaisempi tavaramerkki on laajalti tunnettu, ja kolmanneksi siitä, että haetun tavaramerkin käyttäminen ilman perusteltua syytä voisi merkitä aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutettua hyväksikäyttöä tai olla niille haitaksi. Nämä edellytykset ovat kumulatiivisia, ja niistä yhden täyttymättä jääminen riittää siihen, ettei mainittua säännöstä sovelleta (ks. tuomio 12.11.2014, Volvo Trademark v. SMHV – Hebei Aulion Heavy Industries (LOVOL), T-525/11, EU:T:2014:943, 18 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 68 Lisäksi asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohta merkitsee sitä, että siinä tarkoitettut kolmenlaiset haitat, jos niitä syntyy, johtuvat tietynasteisesta aikaisemman ja myöhemmän tavaramerkin samankaltaisuudesta, jonka takia kohdeyleisö yhdistää nämä kaksi tavaramerkkiä toisiinsa, toisin



sanoen liittää ne yhteen, vaikkei se sekoitakaan niitä toisiinsa (ks. tuomio 14.12.2012, Bimbo v. SMHV – Grupo Bimbo (GRUPO BIMBO), T-357/11, EU:T:2012:696, 29 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Tällaisen hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin ja aikaisemman tavaramerkin välisen yhteyden olemassaolo kohdeyleisön mielessä on asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan keskeinen implisiittinen soveltamisedellytys (ks. tuomio 25.5.2005, Spa Monopole v. SMHV – Spa-Finders Travel Arrangements (SPA-FINDERS), T-67/04, Kok., EU:T:2005:179, 41 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen ja tuomio 11.12.2014, Coca-Cola v. SMHV – Mitico (Master), T-480/12, Kok., EU:T:2014:1062, 26 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).

- 69 Kantajan esittämää toista kanneperustetta on tarkasteltava näiden alustavien huomautusten valossa.

#### Kohdeyleisö

- 70 On korostettava, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohtaa sovellettaessa kohdeyleisön määrittäminen on, samoin kuin kyseisen artiklan 1 kohdan soveltamisen yhteydessä, välttämätön ennakoedellytys. Tähän yleisöön nähden on erityisesti arvioitava, ovatko vastakkain olevat merkit samankaltaisia, onko aikaisempi tavaramerkki mahdollisesti laajalti tunnettu ja onko vastakkain olevien merkkien välillä yhteyttä.
- 71 Lisäksi on huomautettava, että arvioitaessa jonkin asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitettua haitan olemassaoloa huomioon otettava yleisö vaihtelee sen mukaan, millaista haittaa aikaisemman tavaramerkin haltija väittää aiheutuneen. Kohdeyleisö, johon nähden arviointi on toteutettava, kun kyse on aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutetusta hyväksikäytöstä, on niiden tavaroiden tai palvelujen, joita varten myöhempää tavaramerkkiä on haettu, tavanomaisesti valistuneet ja kohtuullisen tarkkaavaiset ja huolelliset keskivertokuluttajat (tuomio 12.3.2009, Antartica v. SMHV, C-320/07 P, EU:C:2009:146, 46–48 kohta). Sen sijaan aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvylle tai maineelle aiheutuvien haittojen olemassaoloa on arvioitava niiden tavaroiden tai palvelujen, joita varten tämä tavaramerkki on rekisteröity, tavanomaisesti valistuneiden ja kohtuullisen tarkkaavaisten ja huolellisten keskivertokuluttajien keskuudessa (ks. analogisesti tuomio 27.11.2008, Intel Corporation, C-252/07, Kok., EU:C:2008:655, 35 kohta).
- 72 Kun otetaan huomioon kohdeyleisön määrittämistä kantajan ensimmäisen kanneperusteen tutkinnan yhteydessä koskeva arviointi ja se, etteivät asianosaiset riitautaa riidanalaista päätöstä tältä osin, on katsottava yhtäältä, että aikaisempien tavaramerkkien kattaman tavaran osalta kohdeyleisö on unionin suuri yleisö, ja toisaalta, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kohdeyleisö luokkaan 25 kuuluvien tavaroiden osalta on samoin unionin kuluttajien suuri yleisö, kun taas luokkiin 35 ja 38 kuuluvien tavaroiden osalta kohdeyleisö muodostuu pääasiassa kyseisten alojen ammattilaisista.

#### Vastakkain olevien merkkien samankaltaisuus

- 73 Nyt käsiteltävässä asiassa on kiistatonta, että – kuten valituslautakunta totesi perustellusti – vastakkain olevat merkit ovat lausuntavaltaan samanlaiset ja ulkonäöltään hyvin samankaltaiset. Sama koskee vastakkain olevien merkkien merkityssisällön vertailua. Vastakkain oleville merkeille yhteisellä sanaosalla ”darjeeling” voidaan viitata samanaikaisesti Darjeeling-teelaatuun ja Intian samannimiseen alueeseen.

#### Se, ovatko aikaisemmat tavaramerkit laajalti tunnettuja

- 74 Aluksi on muistutettava, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa ei määritellä laajalti tunnettuuden käsitettä. Jäsenvaltioiden tavaramerkkilainsäädännön lähentämisestä 21.12.1988 annetun ensimmäisen neuvoston direktiivin 89/104/ETY (EYVL L 40, s. 1) 5 artiklan 2 kohdan, jonka normatiivinen sisältö on pääasiallisesti sama kuin asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan sisältö,



tulkintaan liittyvästä oikeuskäytännöstä ilmenee kuitenkin, että jotta tavaramerkki täyttäisi laajalti tunnettuutta koskevan edellytyksen, huomattavan osan aikaisemman tavaramerkin kattamien tavaroiden ja palveluiden kohdeyleisöstä on tunnettava se (edellä 29 kohdassa mainittu tuomio TDK, EU:T:2007:35, 48 kohta).

- 75 On totta, että tältä osin oikeuskäytännössä on todettu, että jotta tavaramerkin katsottaisiin olevan laajalti tunnettu, ei edellytetä, että kohdeyleisöstä jonkin tietyn prosentuaalisen osuuden olisi tunnettava se (ks. tuomio edellä 29 kohdassa mainittu tuomio TDK, EU:T:2007:35, 49 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Arvioitaessa sitä, onko aikaisempi tavaramerkki asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitetulla tavalla laajalti tunnettu, on kuitenkin otettava huomioon kaikki asiassa merkitykselliset seikat, joita ovat muun muassa tavaramerkin markkinaosuus, tavaramerkin käyttämisen intensiivisyys, maantieteellinen laajuus ja kesto sekä se, missä määrin yritys on käyttänyt varoja tavaramerkin tunnetuksi tekemiseen (tuomio 27.9.2012, *El Corte Inglés v. SMHV – Pucci International (Emidio Tucci)*, T-373/09, EU:T:2012:500, 58 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 76 Kuten edellä 33 ja 34 kohdassa muistutetaan, merkintöihin, joita voidaan kaupassa käyttää tarkoittamaan merkinnän kattamien tavaroiden tai palvelujen maantieteellistä alkuperää, sovelletaan sen jälkeen, kun ne on rekisteröity yhteisön yhteismerkeiksi asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan nojalla, ja tämä poiketen siitä, mitä sen 7 artiklan 1 kohdan c alakohdassa säädetään, kyseisen asetuksen säännöksiä samoin kuin kaikkiin yhteisön yhteismerkkeihin. Näin ollen asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan alaan kuuluvaa yhteisön tavaramerkkiä on arvioitava, myös kun kyse on kyseisen asetuksen 8 artiklan 5 kohdan mukaisesti laajalti tunnettuuden arvioinnista, samojen arviointiperusteiden perusteella kuin yksittäisiä tavaramerkkejä.
- 77 Nyt käsiteltävässä asiassa väiteosasto hylkäsi väitteen siltä osin kuin se perustui asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohtaan katsoen, että huolimatta aikaisempien tavaramerkkien toteen näytetystä käytöstä, kantajan toimittamat asiakirjat ja todisteet sisälsivät vain vähän tietoja tämän käytön tosiasiallisesta laajuudesta eikä siitä, miten hyvin kohdeyleisö tunnisti aikaisemmat merkit, ollut tarpeeksi tietoa. Väiteosasto katsoi tarkemmin ottaen, ettei kantaja ollut toimittanut riittäviä tietoja myynnin määrästä, markkinaosuudesta tai aikaisempien tavaramerkkien tunnetuksi tekemisen laajuudesta.
- 78 Valituslautakunta puolestaan mainitsi, ettei kantajan esittämässä todisteissa nimenomaisesti viitattu aikaisempiin tavaramerkkeihin, ja totesi, että väiteosasto ”olisi voinut olettaa, että Darjeelingin laajalti tunnettuus teen [suojattuna maantieteellisenä merkintänä] on siirtynyt samalle merkille, joka on suojattu samat tavarat kattavana yhteismerkkinä, ainakin kun kyse on aikaisemmasta sanamerkistä”. Tämän jälkeen se totesi, ettei sillä väitetyllä seikalla, ettei unionissa myytyjen aikaisemmalla tavaramerkillä varustettujen tavaroiden määrää ollut nimenomaisesti ilmoitettu, ole merkitystä ja että Darjeeling-teetä ”myytiin [unionissa], jossa se on lisäksi laajalti tunnettu”. Erityisesti aikaisemmasta kuviomerkistä valituslautakunta totesi, että ”koska esitetyissä todisteissa viitataan lähinnä sanaosaan Darjeeling”, se, että aikaisempaa kuviomerkkiä käytettiin unionissa, ”ei riitä sen toteamiseen, että se on laajalti tunnettu”. Ennen kuin valituslautakunta jatkoi analyysinsä asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamiseksi, se totesi riidanalaisen päätöksen 24 perustelukappaleessa, että ”vaikka aikaisempien tavaramerkkien laajalti tunnettuus olisi todistettu, muut [asetuksen N:o 207/2009] 8 artiklan 5 kohdan edellytykset eivät missään tapauksessa täyty”.
- 79 Edellä esitetyn valossa on todettava, että kun kyse on siitä, ovatko aikaisemmat tavaramerkit asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitetulla tavalla laajalti tunnettuja vai eivät, riidanalaisen päätöksen muotoilu on vähintäänkin moniselitteinen. Riidanalaisen päätöksen tämän luvun ainoa yksiselitteinen virke on nimittäin edellä 78 kohdassa lainattu ja sen 24 perustelukappaleesta peräisin

oleva virke. Tästä virkkeestä ilmenee, ettei valituslautakunta todennut lopullisesti, että aikaisemmat tavamerkit olivat laajalti tunnettuja. SMHV, jolle esitettiin tätä koskeva kysymys istunnossa, vahvisti, ettei tältä osin ole esitetty lopullista päätelmää.

- 80 Kun otetaan huomioon se, että valituslautakunta jatkoi analyysiään asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamiseksi, on kuitenkin katsottava, että tämä analyysi perustui hypoteettiseen oletamaan siitä, että aikaisempien tavamerkkien laajalti tunnettuus oli todistettu.
- 81 Tältä osin on muistutettava, että aikaisemman tavamerkin tai aikaisempien tavamerkkien laajalti tunnettuus, joka on yksi asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamisen kumulatiivisista edellytyksistä, ja erityisesti tunnettuuden taso on yksi tekijöistä, jotka on otettava huomioon arvioitaessa sekä aikaisempien tavamerkkien ja hakemuksen kohteena olevan tavamerkin välisen yhteyden olemassaoloa kohdeyleisön mielessä että vaaraa siitä, että jokin tässä säännöksessä tarkoitettusta kolmesta haitasta toteutuisi (ks. analogisesti edellä 71 kohdassa mainittu tuomio Intel Corporation, EU:C:2008:655, 42 kohta ja edellä 29 kohdassa mainittu tuomio Specsavers International Healthcare ym., EU:C:2013:497, 39 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 82 Tästä oikeuskäytännöstä ilmenee, että aikaisemman tavamerkin tai aikaisempien tavamerkkien laajalti tunnettuuden arvioiminen on välttämätön vaihe tutkittaessa asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan sovellettavuutta. Tämän vuoksi kyseisen artiklan soveltaminen edellyttää väistämättä lopullista toteamusta siitä, onko tavamerkki laajalti tunnettu vai ei, mikä lähtökohtaisesti sulkee pois sen, että tämän artiklan mahdollista soveltamista koskeva analyysi toteutettaisiin epämääräisen oletaman eli sellaisen oletaman perusteella, joka ei perustu tietyntasoisen tunnettuuden toteamiseen.
- 83 On kuitenkin todettava, ettei valituslautakunta nyt käsiteltävässä asiassa esittänyt tällaista epämääräistä oletamaa. Edellä 78 kohdassa lainatun riidanalaisen päätöksen 24 perustelukappaleen sanamuodosta nimittäin ilmenee suoraan, että valituslautakunta tukeutui hypoteettiseen oletamaan siitä, että aikaisemmat tavamerkit olivat laajalti tunnettuja ja että tämä tunnettuus oli tietyntasoista eli vastaavaa kuin se, jonka kantaja pyrki osoittamaan SMHV:n toimivaltaisissa elimissä.
- 84 Näissä elimissä kantaja pyrki osoittamaan laajalti tunnettuuden, joka oli tasoltaan poikkeuksellisen korkea. Tältä osin on merkillepantavaa, että väitteensä tueksi esittämissään huomautuksissa kantaja väitti eri todisteisiin tukeutuen, että Darjeeling-teetä pidettiin ”teelaatujen shampanjana” ja että ”DARJEELING on yli 150 vuoden ajan ollut poikkeuksellisen laajalti tunnettu erittäin laadukkaana teenä”.
- 85 Näin ollen on katsottava, että valituslautakunta tukeutui analyysinsä jatkamista varten hypoteettiseen oletamaan siitä, että aikaisemmat tavamerkit olivat laajalti tunnettuja unionin alueella, ja lisäksi, että tunnettuuden taso oli poikkeuksellisen korkea.
- 86 Näin ollen on vielä tutkittava arvioinnit, jotka valituslautakunta on toteuttanut tämän hypoteettisen oletaman perusteella soveltaakseen asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohtaa, eli ensinnäkin vastakkain olevien merkkien välisen yhteyden olemassaoloa kohdeyleisön mielessä koskeva arviointi ja toiseksi sen arviointi, toteutuuko jokin kyseisessä artiklassa tarkoitettua kolmesta haitasta.

Yhteyden olemassaolo kohdeyleisön mielessä

- 87 Oikeuskäytännön mukaan hakemuksen kohteena olevan tavamerkin ja aikaisemman tavamerkin välisen yhteyden olemassaoloa on arvioitava kokonaisuutena ottaen huomioon kaikki kyseisen yksittäistapauksen merkitykselliset tekijät, joista voidaan mainita kyseisten merkkien samankaltaisuuden aste, kyseisten merkkien kattamien tavaroiden tai palveluiden luonne, mukaan luettuna näiden tavaroiden tai palvelujen samankaltaisuuden tai erilaisuuden aste sekä kohdeyleisö, aikaisemman

tavaramerkin tunnettuuden taso, aikaisemman tavaramerkin luontaisen tai käyttöön perustuvan erottamiskyvyn aste ja sekaannusvaaran olemassaolo yleisön keskuudessa (määräys 30.4.2009, Japan Tobacco v. SMHV, C-136/08 P, EU:C:2009:282, 26 kohta; edellä 71 kohdassa mainittu tuomio Intel Corporation, EU:C:2008:655, 42 kohta ja tuomio 6.7.2012, Jackson International v. SMHV – Royal Shakespeare (ROYAL SHAKESPEARE), T-60/10, EU:T:2012:348, 21 kohta).

- 88 Jos tällaista yhteyttä kohdeyleisön mielessä ei ole, myöhemmän tavaramerkin käyttäminen ei voi merkitä aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutettua hyväksikäyttöä tai olla niille haitaksi (ks. edellä 87 kohdassa mainittu määräys Japan Tobacco v. SMHV, EU:C:2009:282, 27 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 89 Nyt käsiteltävässä asiassa on todettava, että vaikka riidanalaisessa päätöksessä todetaan, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitetut kolmenlaiset haitat ”johtuvat tietynasteisesta aikaisemman ja myöhemmän tavaramerkin samankaltaisuudesta, jonka takia kohdeyleisö yhdistää nämä kaksi tavaramerkkiä toisiinsa, toisin sanoen liittää ne yhteen”, tällaisen yhteyden olemassaoloa ei ole analysoitu nimenomaisesti.
- 90 SMHV väittää vastauskirjelmässään, että valituslautakunta on implisiittisesti kieltänyt tällaisen yhteyden olemassaolon. Se viittaa tältä osin riidanalaisen päätöksen 29 ja 36 perustelukappaleeseen. Valituslautakunta katsoi niissä yhtäältä, että kun otetaan huomioon vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden ja palvelujen välillä todetut valtavat erot, kuluttajat eivät odottaneet, että teentuottajien ja väliintulijana olevan yhtiön välillä olisi pienintäkään yhteyttä, ja toisaalta, että koska hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamat tavarat ja palvelut olivat kantajan tavaroista kaupallisesti täysin erillisiä, oli ”epätodennäköistä, että kohdeyleisö liittäisi tavaramerkit mielessään yhteen”.
- 91 On kuitenkin todettava, että edellä 88 kohdassa mainitun oikeuskäytännön valossa on niin, että jos valituslautakunta olisi tosiasiallisesti todennut, ettei vastakkain olevien merkkien välillä voitu osoittaa olevan yhteyttä, tämä toteamus olisi riittänyt sulkemaan pois asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamisen. Valituslautakunta jatkoi kuitenkin analyysinsä arvioidakseen jonkin kyseisessä artiklassa tarkoitetun kolmenlaisen haitan olemassaoloa.
- 92 Kun otetaan huomioon riidanalaisen päätöksen tältä osin todettu moniselitteisyys ja se, että valituslautakunta jatkoi kuitenkin analyysinsä, on katsottava, että valituslautakunta käytti sen suhteen, onko edellä mainitussa oikeuskäytännössä tarkoitettua yhteyttä olemassa vai ei, samaa menettelyä kuin sen suhteen, ovatko aikaisemmat tavaramerkit mahdollisesti laajalti tunnettuja vai eivät, eli se jatkoi analyysinsä muotoilematta lopullista kantaa siihen, oliko vastakkain olevien merkkien välillä yhteyttä vai ei, sen hypoteettisen oletaman perusteella, että kyseinen yhteys voitiin todeta.
- 93 Ennen kuin riidanalaisesta päätöstä tutkitaan asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan viimeisen soveltamisedellytyksen eli sen arvioinnin osalta, onko jokin tässä artiklassa tarkoitettua kolmenlaisesta haitasta olemassa, on tiivistettävä edellä esitetty muistuttaen, että valituslautakunta toteutti analyysinsä kyseisen säännöksen soveltamiseksi tukeutuen kahteen hypoteettiseen oletamaan, joista ensimmäinen on se, että aikaisemmat tavaramerkit olivat kantajan väittämän tasoisesti eli poikkeuksellisen laajalti tunnettuja, ja toinen on se, että kohdeyleisö saattoi liittää vastakkain olevat merkit yhteen.

Asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitetut haitat

- 94 Aluksi on muistutettava, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa erotellaan kolme erityyppistä haittaa, nimittäin se, että haetun tavaramerkin käyttäminen ilman perusteltua syytä ensiksi on haitaksi aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvylle ja toiseksi aikaisemman tavaramerkin maineelle tai kolmanneksi merkitsisi aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutettua

hyväksikäyttöä. Kun otetaan huomioon asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan sanamuoto, tämän säännöksen soveltamiseksi on riittävää, että yksi ainoa edellä mainituista haittatyypeistä on olemassa (edellä 66 kohdassa mainittu tuomio VIPS, EU:T:2007:93, 36 kohta).

- 95 Kuten edellä 71 kohdassa muistutetaan, sen vaaran olemassaoloa, että aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvylle tai maineelle aiheutuvat haitat toteutuvat, on arvioitava niiden tavaroiden tai palvelujen, joita varten tämä tavaramerkki on rekisteröity, tavanomaisesti valistuneiden ja kohtuullisen tarkkaavaisten ja huolellisten keskivertokuluttajien keskuudessa. Sen sijaan aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutetusta hyväksikäytöstä aiheutuvan haitan olemassaoloa, siltä osin kuin kiellettyä on se, että myöhemmän tavaramerkin haltija hyötyy aikaisemmasta tavaramerkistä, on arvioitava niiden tavaroiden tai palvelujen, joita varten myöhempää tavaramerkkiä on haettu, tavanomaisesti valistuneiden ja kohtuullisen tarkkaavaisten ja huolellisten keskivertokuluttajien keskuudessa.
- 96 Lisäksi on niin, että vaikka vastakkain olevien merkkien välisen yhteyden olemassaolo kohdeyleisön mielessä on asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamisen välttämätön edellytys, se ei ole yksinään riittävä, jotta yhden tässä säännöksessä tarkoitettua kolmesta haitasta olemassaolo voidaan todeta (ks. edellä 87 kohdassa mainittu tuomio ROYAL SHAKESPEARE, EU:T:2012:348, 20 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Yhteys kyseisten tavaramerkkien välillä ei vapauta aikaisemman tavaramerkin haltijaa esittämästä näyttöä tavaramerkilleen aiheutuneesta asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitettua tosiasiallisesta ja aktuaalisesta haitasta tai tällaisen haitan vakavasta vaarasta tulevaisuudessa (ks. analogisesti edellä 71 kohdassa mainittu tuomio Intel Corporation, EU:C:2008:655, 71 kohta).
- 97 Oikeuskäytännöstä nimittäin ilmenee, että asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan tavoitteena ei ole estää kaikkien sellaisten tavaramerkkien rekisteröintiä, jotka ovat samoja tai samankaltaisia kuin laajalti tunnettu tavaramerkki. Kyseisen säännöksen tavoitteena on erityisesti tehdä aikaisemman laajalti tunnetun kansallisen tai yhteisön tavaramerkin haltijalle mahdolliseksi vastustaa sellaisten tavaramerkkien rekisteröintiä, jotka voivat joko olla haitaksi aikaisemman tavaramerkin maineelle tai erottamiskyvylle tai joilla voidaan käyttää tätä mainetta tai erottamiskykyä epäoikeutetusti hyväksi. Tältä osin on täsmennettävä, ettei aikaisemman tavaramerkin haltija ole velvollinen näyttämään toteen tavaramerkkiään koskevaa tosiasiallista ja aktuaalista haittaa. Sen on kuitenkin esitettävä sellaisia seikkoja, joiden nojalla voidaan ensi näkemältä todeta, että on olemassa vaara, joka ei ole hypoteettinen, epäoikeutetun hyväksikäytön tai haitan aiheutumisesta tulevaisuudessa (ks. edellä 66 kohdassa mainittu tuomio VIPS, EU:T:2007:93, 46 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Tällainen johtopäätös voi perustua muun muassa loogisiin päätelmiin, jotka pohjautuvat todennäköisyyksien arviointiin ja joissa otetaan huomioon kyseisen liikealan käytäntö ja kaikki muut kyseistä tapausta koskevat seikat (tuomio 10.5.2012, Rubinstein ja L'Oréal v. SMHV, C-100/11 P, Kok., EU:C:2012:285, 95 kohta ja tuomio 9.4.2014, El du Pont de Nemours v. SMHV – Zueco Ruiz (ZYTEL), T-288/12, EU:T:2014:196, 59 kohta).
- 98 Näiden huomautusten valossa on tutkittava, onko valituslautakunta todennut perustellusti, ettei nyt käsiteltävässä asiassa voitu näyttää toteen yhtään asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitettua kolmesta haitasta.

– Aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuva haitta

- 99 Tavaramerkin erottamiskyvylle aiheutuva haitta, jota kutsutaan myös ”vesittymiseksi” ”nakertamiseksi” tai ”hämärtymiseksi”, aiheutuu, kun tavaramerkin kyky yksilöidä ne tavarat tai palvelut, joita varten se on rekisteröity, heikentyy sen vuoksi, että kolmannen toimesta tapahtuva samanlaisen tai samankaltaisen merkin käyttö on johtanut tavaramerkin identiteetin ja sillä yleisön keskuudessa olevan



- vaikutuksen häviämiseen. Näin on etenkin silloin, kun tavaramerkki ei enää aikaisemmalla tavalla herätä välitöntä mielikuvaa niistä tavaroista tai palveluista, joita varten se on rekisteröity (ks. tuomio 18.6.2009, L'Oréal ym., C-487/07, Kok., EU:C:2009:378, 39 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 100 Oikeuskäytännön mukaan näyttö siitä, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin käyttö aiheuttaa tai aiheuttaisi haittaa aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvylle, edellyttää, että osoitetaan, että niiden tavaroiden tai palvelujen, joita varten aikaisempi tavaramerkki on rekisteröity, keskivertokuluttajien taloudellinen käyttäytyminen on muuttunut myöhemmän tavaramerkin käytön seurauksena tai että on olemassa vakava vaara tällaisesta muutoksesta tulevaisuudessa (ks. vastaavasti tuomio 14.11.2013, Environmental Manufacturing v. SMHV, C-383/12 P, Kok., EU:C:2013:741, 34 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 101 Kuten unionin tuomioistuin on korostanut, käsite ”keskivertokuluttajan taloudellisen käyttäytymisen muuttuminen” on luonteeltaan objektiivinen edellytys. Tätä muuttumista ei voida johtaa vain subjektiivisista seikoista kuten pelkästä kuluttajien käsityksestä. Pelkästään se seikka, että viimeksi mainitut huomaavat aikaisemman merkin kanssa samankaltaisen uuden merkin olemassaolon, ei yksin riitä osoittamaan asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitettua aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvylle aiheutuvaa haittaa tai haitan vaaraa (edellä 100 kohdassa mainittu tuomio Environmental Manufacturing v. SMHV, EU:C:2013:741, 37 kohta).
- 102 Asetuksessa N:o 207/2009 ja unionin tuomioistuimen oikeuskäytännössä ei vaadita näytön esittämistä todellisesta haitasta, vaan niissä myös hyväksytään vakava vaara tällaisesta haitasta, mikä mahdollistaa loogisen päättelyn käytön (edellä 100 kohdassa mainittu tuomio Environmental Manufacturing v. SMHV, EU:C:2013:741, 42 kohta). Tällaiset päätelmät eivät kuitenkaan saa perustua pelkkiin oletuksiin, vaan nämä päätelmät on tehtävä todennäköisyyksien arvioinnin perusteella tehtävien loogisten johtopäätösten nojalla ja ottamalla huomioon tavanomaiset käytännöt asian kannalta merkityksellisellä kaupallisella alalla sekä kaikki muut käsiteltävänä olevaan asiaan liittyvät seikat (edellä 100 kohdassa mainittu tuomio Environmental Manufacturing v. SMHV, EU:C:2013:741, 43 kohta). Unionin tuomioistuimen oikeuskäytännöstä nimittäin ilmenee, että viittaamalla edellä mainittuun käsitteeseen tuomioistuin ilmaisi selvästi tarpeen vaatia korkeampaa näyttöastetta, jotta voidaan todeta edellä mainitussa säännöksessä tarkoitettu aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvylle aiheutuva haitta tai haitan vaara (edellä 100 kohdassa mainittu tuomio Environmental Manufacturing v. SMHV, EU:C:2013:741, 40 kohta).
- 103 Nyt käsiteltävässä asiassa valituslautakunta sulki pois aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuvan haitan vaaran ottamalla huomioon sen, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamat tavarat ja palvelut olivat täysin erilaisia kuin aikaisempien tavaramerkkien kattamat tavarat ja palvelut, ja toteamalla, että kantajan mainitsema vaara vaikutti täysin hypoteettiselta. Se totesi myös, että koska termi ”darjeeling” on maantieteellinen nimi, kohdeyleisö ei yllättyisi siitä, että eri yritykset voisivat käyttää sitä eri alojen markkinoilla, vaikka kyse olisi teetä varten suojatusta maantieteellisestä merkinnästä.
- 104 Kantaja vetoaa edellä 100 kohdassa mainittuun tuomioon Environmental Manufacturing v. SMHV (EU:C:2013:741) ja katsoo, että on olemassa ainakin vakava vaara siitä, että keskivertokuluttajien taloudellinen käyttäytyminen muuttuu tulevaisuudessa. Tältä osin se väittää, että koska hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamat tavarat eivät ole peräisin Darjeelingin alueelta (Intiasta), keskivertokuluttaja olisi varautunut paitsi niiden alkuperän suhteen, myös Darjeeling-teenä tarjotun teen alkuperän suhteen. Kantajan mukaan se, että väliintulija käyttäisi hakemuksen kohteena olevaa tavaramerkkiä, vaarantaisi vakavasti maantieteellisen merkinnän ”Darjeeling” maineen ja erityisyyden sekä sen kyvyn täyttää keskeinen tehtävänsä eli taata kuluttajalle tarjottujen yhteisön yhteismerkillä varustettujen teetuotteiden maantieteellinen alkuperä.
- 105 SMHV ja väliintulija kiistävät kantajan perustelut.



- 106 Vääntulijan ja SMHV:n tapaan on todettava, etteivät kantajan perustelut ole riittäviä näyttämään toteen aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuvan haitan vakavaa vaaraa, sellaisena kuin sitä kuvataan unionin tuomioistuimen viimeaikaisessa oikeuskäytännössä, jossa edellytetään, kuten edellä 102 kohdasta ilmenee, korkeampaa näyttöastetta, jotta tällainen vaara voidaan todeta. Tarkemmin ottaen minkään kantajan esittämän argumentin perusteella ei voida näyttää toteen vakavaa vaaraa siitä, että keskivertokuluttajien taloudellinen käyttäytyminen muuttuu, kun otetaan huomioon tavanomaiset käytännöt nyt käsiteltävän asian kannalta merkityksellisillä kaupallisilla aloilla.
- 107 Kuten riidanalaisesta päätöksestä ilmenee ja kun otetaan huomioon se, että vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat ja palvelut ovat täysin erilaisia, kantajan mainitsema vaara vaikuttaa täysin hypoteettiselta.
- 108 Tältä osin oikeuskäytännöstä ilmenee, että aikaisempien tavaramerkkien rekisteröiminen yhteismerkeiksi ei voi sellaisenaan merkitä olettaa keskitasoisesta erottamiskyvystä (määräys 21.3.2013, *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi v. SMHV*, C-393/12 P, EU:C:2013:207, 36 kohta ja edellä 42 kohdassa mainittu tuomio *HELLIM*, EU:T:2012:292, 52 kohta).
- 109 Kuten riidanalaisessa päätöksessä todetaan, sanaosa ”darjeeling”, josta aikaisempi sanamerkki muodostuu yksinomaan ja jonka aikaisempi kuviomerkki sisältää, on maantieteellinen nimi. Riippumatta siitä, onko kyseisellä sanaosalla tämän vuoksi erityinen erottamiskyky (ks. analogisesti edellä 108 kohdassa mainittu määräys *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi v. SMHV*, EU:C:2013:207, 33 kohta), on muistutettava, että asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan toisessa virkkeessä säädetään, että kyseisen asetuksen nojalla rekisteröity yhteismerkki ei oikeuta haltijaa kieltämään kolmansia käyttämästä näitä merkkejä tai merkintöjä kaupassa, jos tämä käyttö on hyvän liiketavan mukaista, ja että erityisesti tällaista tavaramerkkiä ei voida käyttää kolmansia vastaan, jos näillä on oikeus käyttää maantieteellistä nimitystä.
- 110 Edellä esitetyn perusteella on todettava, että koska seikkoja, joilla voitaisiin näyttää toteen vakava vaara siitä, että keskivertokuluttajien taloudellinen käyttäytyminen muuttuu, ei ole esitetty, aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuvan haitan vaaraa ei voida näyttää toteen pelkästään vastakkain olevien merkkien samankaltaisuuden perusteella varsinkaan, kun nyt käsiteltävässä asiassa ei ole poissuljettua, että sanaosaa ”darjeeling”, josta aikaisempi sanaosa muodostuu, voidaan käyttää muissa tavaramerkeissä kuin aikaisemmissa tavaramerkeissä, kuten asetuksen N:o 207/2009 66 artiklan 2 kohdan toisesta virkkeestä ilmenee (ks. analogisesti tuomio 30.1.2008, *Japan Tobacco v. SMHV – Torrefacção Camelo (CAMELO)*, T-128/06, EU:T:2008:22, 58 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Valituslautakunta katsoi näin ollen perustellusti, ettei kohdeyleisö yllättyisi siitä, että eri yritykset voisivat käyttää sitä eri alojen markkinoilla, ja sulki siis pois aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuvan haitan vaaran olemassaolon. Tältä osin kantajan väite, jonka mukaan keskivertokuluttaja ei ole koskaan havainnut mahdollisuutta, ettei sille tavaramerkillä DARJEELING tarjotulla tavaralla tai palvelulla olisi mitään yhteyttä Darjeelingiin, on hylättävä, koska näiden väitteiden tueksi ei ole esitetty yhtään todistetta.
- 111 On lisäksi todettava, kuten SMHV korostaa, että maantieteellisen nimen ”Darjeeling” ja Darjeeling-teen välillä on ainutlaatuinen yhteys, jota ei ole kyseisen nimityksen ja hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien tavaroiden ja palvelujen välillä. Kantaja ei näet esitä yhtään todistetta, jolla voitaisiin osoittaa, että kyseessä oleva maantieteellinen nimi nykyään yhdistetään asianomaisessa kohderyhmässä hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamiin tavaroihin tai palveluihin tai että asianomaiset yritykset saattavat vastaisuudessa käyttää kyseistä nimeä niiden maantieteellisen alkuperän ilmaisemiseen (ks. vastaavasti ja analogisesti tuomio 4.5.1999, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ja C-109/97, Kok., EU:C:1999:230, tuomiolauselman 1 kohta; julkisasiamies Cosmasin ratkaisuehdotus *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ja C-109/97, Kok., EU:C:1998:198, 36 ja 46 kohta ja tuomio 15.10.2003, *Nordmilch v. SMHV (OLDENBURGER)*, T-295/01, Kok., EU:T:2003:267, 33 kohta). Tältä

osin kantajan esittämä väite, jonka mukaan Intia on maa, jossa valmistetaan vaatteita, ei sellaisenaan riitä näyttämään toteen erityistä yhteyttä. On siis epätodennäköistä, että kohdeyleisö voisi luulla, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamat tavarat ja palvelut ovat peräisin Darjeelingin alueelta, ja vielä epätodennäköisempää, että se voisi todettuaan, ettei näin ole, epäillä aikaisempien tavaramerkkien kattamien tavaroiden alkuperää, mikä kantajan mukaan aiheuttaisi edellä 100 kohdassa mainitussa oikeuskäytännössä tarkoitettun keskivertokuluttajien taloudellisen käyttäytymisen muuttumisen.

112 Vaikka oletettaisiin, että aikaisemmalla sanamerkillä olisi, kuten kantaja väittää, vahva erottamiskyky, joka johtuu sen väitetystä poikkeuksellisesta tunnettuudesta – mikä on riidanalaisen päätöksen perustana oleva hypoteettinen oletama (ks. edellä 83 kohta) – kantaja ei missään tapauksessa esitä yhtään todistetta, jonka perusteella voitaisiin näyttää toteen edellä 100 kohdassa mainitussa oikeuskäytännössä tarkoitettun keskivertokuluttajien taloudellisen käyttäytymisen muuttumisen vakava vaara.

113 Tämän vuoksi on hyväksyttävä valituslautakunnan toteamus, jonka mukaan vaaraa aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuvasta haitasta ei ole.

– Aikaisempien tavaramerkkien maineelle aiheutuva haitta

114 Tavaramerkin maineelle aiheutuva haitta, jota kutsutaan myös ”pilaamiseksi” tai ”heikentämiseksi”, ilmenee, kun tavarat tai palvelut, joita varten kolmas käyttää samanlaista tai samankaltaista merkkiä, voivat vaikuttaa yleisöön siten, että käyttö vähentää tavaramerkin houkuttelevuutta. Vaara tästä haitasta voi syntyä esimerkiksi siinä tapauksessa, että kolmannen tarjoamilla tavaroilla tai palveluilla on sellainen luonne tai laatu, jolla voi olla negatiivinen vaikutus laajalti tunnetun tavaramerkin imagolle (edellä 99 kohdassa mainittu tuomio L’Oréal ym., EU:C:2009:378, 40 kohta).

115 Nyt käsiteltävässä asiassa valituslautakunta katsoi, ettei kantaja ollut esittänyt argumenttia aikaisempien tavaramerkkien maineelle mahdollisesti aiheutuvasta haitasta eikä hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien vaatteiden ja palvelujen yleisesti välittämä imago ollut negatiivinen.

116 Kantaja mainitsee tältä osin ainoastaan väliintulijan väitetyn ”parasiittisen” käyttäytymisen, joka on väitteen mukaan omiaan vähentämään aikaisemman tavaramerkin houkuttelevuutta maantieteellisenä merkintänä, koska se ei ole enää omiaan toimimaan teen osalta yksinomaisena maantieteellisenä merkintänä, jos muita tavaroita ja palveluja kuin teetä tarjottaisiin samalla tavaramerkillä. Se tuo esiin lisäksi hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin graafisen ulkoasun ja erityisesti sen, että kirjainten ”j” ja ”i” päällä olevat pisteet ovat teelehkien muotoisia.

117 SMHV ja väliintulija kiistävät kantajan väitteet.

118 On todettava, ettei kantaja esitä mitään erityistä perustetta näyttääkseen toteen vakavan vaaran siitä, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin käyttäminen voisi aiheuttaa edellä 114 kohdassa mainitussa oikeuskäytännössä tarkoitettulla tavalla haittaa aikaisempien tavaramerkkien maineelle. Tältä osin kantaja ei ole maininnut hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien tavaroiden tai palvelujen sellaista luonnetta tai laatua, jolla voisi olla negatiivinen vaikutus aikaisempien tavaramerkkien imagolle.

119 Kuten valituslautakunta totesi, myöskään minkään muun asiakirja-aineiston sisältämän seikan perusteella ei voida todeta, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien tavaroiden ja palvelujen yleisesti välittämä imago olisi negatiivinen. Kuten SMHV korostaa vastauskirjelmässään, teen luonteen tai käyttötapojen ja hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien tavaroiden tai

palvelujen välillä ei ole myöskään sellaisia eroavaisuuksia, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin käyttäminen voisi pilata aikaisempien tavaramerkkien imagon (ks. vastaavasti edellä 110 kohdassa mainittu tuomio CAMELO, EU:T:2008:22, 62 kohta).

- 120 Kun otetaan huomioon edellä 111 kohdassa esitetty, se, että maantieteellisen alueen Darjeeling ja aikaisempien tavaramerkkien kattaman tavararyhmän välillä on yksi ainoa yhteys, ja tällaisen yhteyden puuttuminen hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien tavaroiden ja palvelujen sekä kyseisen alueen välillä vahvistavat aikaisempien tavaramerkkien houkuttelevuuden vähentymisen vaaran hypoteettisuutta.
- 121 Näitä toteamuksia ei horjuta kantajan väite, joka koskee kirjainten ”j” ja ”i” graafista ulkoasua hakemuksen kohteena olevassa tavaramerkissä. Vaikka oletettaisiin, että kyseisten kirjainten päällä olevat pisteet todellakin muistuttaisivat lehtiä, ja erityisesti teelehtiä, ja että vastakkain olevien merkkien välillä voi kohdeyleisön mielessä olla edellä 96 kohdassa mainitun oikeuskäytännön mukainen yhteys, tämä yhteys ei sellaisenaan voi riittää sen toteamiseksi, että jokin asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitetuista haitoista on olemassa.
- 122 Näin ollen on todettava, että valituslautakunta katsoi perustellusti, ettei ollut olemassa vaaraa siitä, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin käyttäminen voisi aiheuttaa haittaa aikaisempien tavaramerkkien maineelle, vaikka mainetta pidettäisiin – lähtien hypoteettisesta olettamasta, johon riidanalainen päätös perustuu – poikkeuksellisenä.

– Aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutettu hyväksikäyttö

- 123 Tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutetun hyväksi käyttämisen, joista käytetään myös nimityksiä ”parasitismi” ja ”vapaamatkustus”, käsite ei liity tavaramerkille aiheutettuun haittaan vaan hyötyyn, jonka kolmas saa samanlaisen tai samankaltaisen merkin käytöllä. Käsite kattaa myös tapaukset, joissa tavaramerkin herättämä mielikuva tai sen kuvastamat ominaisuudet siirtyvät samanlaisella tai samankaltaisella merkillä varustettuihin tavaroihin sillä tavoin, että laajalti tunnettua tavaramerkkiä käytetään sen vanavedessä selvästi hyväksi (ks. analogisesti edellä 99 kohdassa mainittu tuomio L’Oréal ym., EU:C:2009:378, 41 kohta). Tällaisessa tilanteessa se, että saatu hyöty on epäoikeutettua, johtuu siitä, että kolmas käyttää ilman rahallista vastiketta ja ilman, että omat ponnistelut olisivat tarpeen, hyödyksi aikaisemman tavaramerkin haltijan tämän tavaramerkin imagon luomiseksi ja säilyttämiseksi suorittamia markkinointitoimenpiteitä (ks. edellä 87 kohdassa mainittu tuomio ROYAL SHAKESPEARE, EU:T:2012:348, 56 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 124 Edellä mainitun oikeuskäytännön mukaan – ja toisin kuin on asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua sekaannusvaaran osalta – vaara siitä, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin käyttämisellä ilman perusteltua syytä voidaan käyttää epäoikeutetusti hyväksi aikaisemman tavaramerkin erottamiskykyä tai mainetta, on olemassa, kun kuluttaja, vaikkei se välttämättä sekoita kyseisten merkkien kattamien tavaroiden tai palvelujen alkuperää toisiinsa, pitää tavaramerkin hakijan tavaroita tai palveluja erityisen kiinnostavina pelkästään siksi, että niitä kuvaa tavaramerkki, joka on sama tai samankaltainen kuin laajalti tunnettu aikaisempi tavaramerkki. Tämä edellyttää todisteita siitä, että hakemuksen kohteena oleva tavaramerkki yhdistetään saman tai samankaltaisen aikaisemman tavaramerkin positiivisiin ominaisuuksiin, joiden vuoksi hakemuksen kohteena olevalla tavaramerkillä käytetään sitä ilmeisellä tavalla hyväksi (ks. edellä 110 kohdassa mainittu tuomio CAMELO, EU:T:2008:22, 65 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 125 Sitä, onko merkin käyttäminen aikaisemman tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutettua hyväksi käyttämisestä, on arvioitava kokonaisuutena ottaen huomioon kaikki kyseisen yksittäistapauksen merkitykselliset tekijät, muun muassa tavaramerkin maineen laajuus ja erottamiskyvyn aste, kyseisten merkkien samankaltaisuuden aste sekä kyseessä olevien tavaroiden tai palvelujen luonne ja samankaltaisuuden aste. Unionin tuomioistuin on lisäksi jo katsonut tavaramerkin maineen laajuuden

- ja erottamiskyvyn asteen osalta, että mitä erottamiskykyisempi ja maineikkaampi aikaisempi tavaramerkki on, sitä helpommin sille on katsottava aiheutuvan haittaa (ks. analogisesti edellä 62 kohdassa mainittu tuomio Specsavers International Healthcare ym., EU:C:2013:497, 39 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen). Oikeuskäytännöstä käy lisäksi ilmi, että mitä välittömämpi ja vahvempi merkin herättämä mielikuva tavaramerkistä on, sitä suurempi on vaara siitä, että merkin käyttö tällä hetkellä tai tulevaisuudessa merkitsee tavaramerkin erottamiskyvyn tai maineen epäoikeutettua hyväksi käyttämistä (ks. edellä 87 kohdassa mainittu tuomio GRUPO BIMBO, EU:T:2012:696, 43 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen ja edellä 87 kohdassa mainittu tuomio ROYAL SHAKESPEARE, EU:T:2012:348, 54 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 126 Nyt käsiteltävässä asiassa valituslautakunta on sulkenut pois sen vaaran, että hakemuksen kohteena olevalla tavaramerkillä käytetään epäoikeutetusti hyväksi aikaisempien tavaramerkkien erottamiskykyä tai mainetta. Se katsoi, että kun otetaan huomioon se, että vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat ja palvelut ovat täysin erilaisia, kuluttaja eivät odota, että teentuottajien ja hakijayhtiön, joka tarjoaa vaatteita ja niihin liittyviä palveluja, välillä olisi pienintäkään yhteyttä. Se totesi, ettei kantaja ollut osoittanut, miten vaatemerkki saisi etua siitä, että se liitetään tavaramerkkiin, joka on laajalti tunnettu korkealaatuisesta teestä, koska vaatealalla mielikuva luksuksesta riippuu eri edellytyksistä ja tekijöistä kuin teelalla. Sama koskee hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamia palveluja, jotka kuuluvat luokkiin 35 ja 38 ja joita ei riidanalaisen päätöksen mukaan erityisesti tarjottu vaatteiden yhteydessä.
- 127 Kantaja väittää, että maantieteellisen merkinnän Darjeeling heijastama imago siirtyy väliintulijan kaupallisiin intresseihin ja tämä hyötyy tämän merkinnän ja aikaisempien yhteismerkkien kiinnostavuudesta, niiden maineesta ja arvostuksesta sekä tavaramerkin DARJEELING heijastamasta säteilevästä imagosta.
- 128 Kantaja väittää lisäksi, ettei mikään oikeuta sitä, että väliintulija käyttää maantieteellistä merkintää ”Darjeeling” tavaroissa tai palveluissa, jotka eivät ole peräisin Darjeelingin alueelta ja joilla ei ole mitään yhteyttä kyseiseen alueeseen. Se katsoo lopuksi, että ainoa syy, jonka vuoksi väliintulijan kaltainen ranskalainen yhtiö valitsisi Darjeelingin kaltaisen intialaisen nimen, liittyy siihen, että tämä nimi on maineikas ja laajalti tunnettu Euroopan unionissa.
- 129 SMHV väittää, ettei kantaja voi todeta epäoikeutetun hyväksikäytön vaaraa automaattisesti hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin käyttämisen perusteella, kun otetaan huomioon aikaisempien tavaramerkkien maine ja voimakas samankaltaisuus. SMHV väittää, ettei kantaja esittänyt perusteluja selittääkseen, miten aikaisemman tavaramerkin imago voisi siirtyä väitteen kohteena olevaan tavaramerkkiin, eikä yksilöinyt tähän tavaramerkkiin liittyviä erityisiä positiivisia ominaisuuksia.
- 130 SMHV väittää lisäksi, ettei tämä imagon siirtyminen ole nyt käsiteltävässä asiassa odotettavissa, koska vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden ja palvelujen välisten valtavien erojen vuoksi kuluttajat eivät odota, että teentuottajien ja väliintulijan välillä olisi pienintäkään yhteyttä, ja koska luksus mielletään eri tavalla kyseessä olevilla aloilla eli vaatealalla ja teelalla.
- 131 SMHV katsoo lopuksi, että kantajan väitteellä, jonka mukaan väliintulijan oli tarkoitus käyttää hyväksi aikaisemman tavaramerkin mainetta, ei todisteta mitään, koska väliintulija käyttää lähtökohtaisesti laillisesti sanaosaa ”darjeeling”, joka on maantieteellinen nimi.
- 132 Väliintulija puolestaan väittää lähinnä, että valituslautakunta perusti oikeutetusti päättelynsä, jonka mukaan ei ole olemassa vakavaa vaaraa siitä, että aikaisemman tavaramerkin tai aikaisempien tavaramerkkien mainetta tai erottamiskykyä käytetään epäoikeutetusti hyväksi, nyt käsiteltävässä asiassa kyseessä olevien tavaroiden ja palvelujen valtavien eroihin, eikä mikään asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan edellytyksistä täyty.



- 133 Aluksi on todettava, että – kuten edellä 123 kohdassa muistutetaan – vakiintuneesta oikeuskäytännöstä ilmenee, että ”epäoikeutetun hyväksi käyttämisen” käsite kattaa myös tapaukset, joissa aikaisemman tavaramerkin herättämä mielikuva tai sen kuvastamat ominaisuudet siirtyvät hakemuksen kohteena olevalla tavaramerkillä varustettuihin tavaroihin sillä tavoin, että tunnettua tavaramerkkiä käytetään sen vanavedessä selvästi hyväksi.
- 134 Oikeuskäytännön mukaan on katsottava mahdolliseksi, etenkin kun väite perustuu erityisen laajalti tunnettuun tavaramerkkiin, että tulevaisuuteen liittyvä vaara, joka ei ole hypoteettinen, siitä, että hakemuksen kohteena olevalla tavaramerkillä käytetään aikaisempaa tavaramerkkiä epäoikeutetusti hyväksi, on todennäköisyydeltään niin ilmeinen, ettei väitteentekijän tarvitse vedota muihin tosiseikkoihin eikä esittää niistä mitään näyttöä. Näin ollen on mahdollista, että erittäin hyvä maine voisi poikkeuksellisesti sellaisenaan muodostaa todisteen tulevaisuuteen liittyvästä vaarasta, joka ei ole hypoteettinen ja joka koskee sitä, että hakemuksen kohteena olevalla tavaramerkillä käytetään aikaisempaa tavaramerkkiä epäoikeutetusti hyväksi kunkin sellaisen tavarantoimen ja palvelun osalta, jotka eivät ole samankaltaisia kuin ne, joita varten aikaisempi tavaramerkki on rekisteröity (ks. edellä 68 kohdassa mainittu tuomio GRUPO BIMBO, EU:T:2012:696, 43 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 135 Nyt käsiteltävässä asiassa kantaja ainoastaan mainitsi välittömän yhteyden, jonka kohdeyleisö loisi vastakkain olevien merkkien välille Darjeeling-teen maineen vuoksi, joka sen mukaan heijastuu sen tavaramerkkiin, ainakin sen sanamerkkiin.
- 136 On todettava, ettei laajalti tunnettuun teemerkkiin yleisesti liitettyjen ominaisuuksien sellaisinaan voida katsoa tuovan etua tavaramerkille, jolla myydään hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien kaltaisia tavaroita tai palveluja, ja näin on varsinkin, kun kyseessä olevia tavaroita ja palveluita ei ole tarkoitus kuluttaa tai käyttää yhdessä (ks. analogisesti edellä 110 kohdassa mainittu tuomio CAMELO, EU:T:2008:22, 66 kohta).
- 137 Tältä osin on muistutettava, että – kuten on jo todettu (ks. edellä 80–85 ja 92 ja 93 kohta) – valituslautakunta on jatkaakseen analyysiään asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamiseksi tukeutunut kahteen hypoteettiseen oletukseen, joista ensimmäinen on se, että aikaisemmat tavaramerkit olivat poikkeuksellisen laajalti tunnettuja, ja toinen on se, että kohdeyleisö saattoi liittää yhteen vastakkain olevat merkit. Kun kyse on tarkemmin ottaen aikaisempien tavaramerkkien tunnettuuden tasosta, riidanalainen päätös perustuu hypoteettiseen oletukseen siitä, että kaikki kantajan väittämät ovat toteennäytettyjä. Näiden väittämien mukaan, jotka kantaja keskeisiltä osin toistaa unionin yleisessä tuomioistuimessa, Darjeeling-tee, jonka maine kantajan mukaan heijastuu aikaisempiin tavaramerkkeihin, on tunnettu ainutlaatuisena ja poikkeuksellisen laadukkaana hienostuneena teenä.
- 138 Kuten edellä 66 ja 125 kohdassa mainitusta oikeuskäytännöstä voidaan päätellä, koska asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa ei edellytetä sen soveltamiseksi vastakkain olevien merkkien kattamien tavaroiden ja palvelujen samankaltaisuutta, toteamus, jonka mukaan kyseessä olevien tavaroiden ja palvelujen välillä on valtavia eroja eivätkä kuluttajat odota minkäänlaista yhteyttä teentuottajien ja kantajana olevan yhtiön välillä, ei voi riittää sulkemaan pois vaaraa siitä, että aikaisempien tavaramerkkien mainetta – joka riidanalaisen päätöksen perustana olevan hypoteettisen oletuksen mukaan on poikkeuksellinen – käytetään hyväksi.
- 139 Kun kyse on poikkeuksellisen laajalti tunnetusta aikaisemmasta tavaramerkistä, on niin, että vaikka vastakkain olevien merkkien kattamat tavarat ja palvelut ovat hyvin erilaisia, ei ole mahdotonta, että kohdeyleisö siirtää tämän aikaisemman tavaramerkin arvot tavaramerkin, jonka rekisteröimistä haetaan, kattamiin tavaroihin tai palveluihin (ks. vastaavasti määräys 14.5.2013, You-Q/OHMI, C-294/12 P, EU:C:2013:300, 69 kohta).



- 140 Nyt käsiteltävässä asiassa yhtäältä vastakkain oleville merkeille yhteisen osan – eli sanaosan ”darjeeling”, joka tuo mieleen riidanalaisen päätöksen perustana olevan hypoteettisen oletettaman mukaan poikkeuksellisen laajalti tunnetuilla aikaisemmillä tavaramerkeillä varustettuna myydyin tein – välittämät arvot ovat ainutlaatuisen, korkeatasoisen ja hienostuneen tuotteen arvoja. Kun toisaalta otetaan huomioon se, että valituslautakunnan analyysi perustuu hypoteettiseen oletettamaan poikkeuksellisen laajalti tunnettuudesta, voidaan katsoa, että suuri osa kohdeyleisöstä tietää, että Intiassa on samanniminen alue, josta tämä tavara on peräisin. Näin ollen sanaosa ”darjeeling” voi ilmentää eksoottisuutta sekä aistillisuutta ja mystisyyttä, jotka kohdeyleisö liittää mielessään itäisen maan kuvaukseen.
- 141 On todettava, että tämä toteamus ei ole ristiriidassa sen toteamuksen kanssa, joka koskee aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuvaa haittaa (ks. edellä 111 kohta). Vaikka aikaisempien tavaramerkkien erottamiskyvylle aiheutuvan haitan osalta kohdeyleisö eli – kuten edellä 95 kohdassa täsmennetään – yleisö, jolle aikaisemmat tavaramerkit on osoitettu, ei yhdistä millään tavalla hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamia tavaroita ja palveluja ja Darjeelingia Intian alueena, mikään ei estä sitä, että kyseiseen alueeseen liittyvien arvojen ja positiivisten ominaisuuksien siirtyminen hakemuksen kohteena olevaan tavaramerkkiin voi houkuttaa yleisöä, jolle hakemuksen kohteena oleva tavaramerkki on osoitettu.
- 142 Kun otetaan huomioon edellä esitetty ja erityisesti se, että riidanalaisen päätöksen perustana olevassa hypoteettisessa olettamassa viitataan poikkeukselliseen korkeatasoiseen tunnettuuteen, vastakkain oleville merkeille yhteisen sanaosan ”darjeeling” esiin tuomat positiiviset ominaisuudet voivat siirtyä tiettyihin hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamista tavaroista ja palveluista ja näin ollen ne voivat vahvistaa tämän houkuttelevuutta.
- 143 Kun kyse on hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamista ja luokkaan 25 kuuluvista tavaroista, tämä tavaramerkki voi hyötyä aikaisempien tavaramerkkien välittämistä positiivisista ominaisuuksista ja tarkemmin ottaen sanaosan ”darjeeling” välittämästä hienostuneesta imagosta tai eksoottisesta aistillisuudesta. Vaaraa epäoikeutetusta hyödyksi käyttämisestä ei näin ollen voida nyt käsiteltävässä asiassa sulkea pois hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien ja luokkaan 25 kuuluvien tavaroiden osalta.
- 144 Tämä toteamus pätee myös hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien, luokkaan 35 kuuluvien ja luokkaan 25 kuuluviin tavaroihin liittyvien vähittäismyyntipalvelujen eli naisten alusvaatteiden vähittäismyyntipalvelujen osalta. Sama koskee muita hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamia ja luokkaan 35 kuuluvia vähittäismyyntipalveluja eli hajuvesien, toilettivesien ja kosmeettisten tuotteiden, kodin- ja kylpyhuonetekstiilien vähittäismyyntipalveluja edellä esitetyillä perusteilla, kun otetaan huomioon niiden tavaroiden, joihin ne liittyvät, luonne.
- 145 Näin ei sen sijaan ole muiden hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien luokkaan 35 kuuluvien palvelujen osalta eikä minkään luokkaan 38 kuuluvan palvelun osalta. Asiakirjoista ei nimittäin ilmene mitenkään, miksi riitautetun tavaramerkin käyttäminen antaisi väliintulijalle kaupallisen edun muiden kuin edeltävässä kohdassa mainittujen palvelujen osalta, eikä kantaja esitä mitään erityistä seikkaa, jolla voitaisiin näyttää toteen tällainen mahdollinen etu. Valituslautakunnan tähän liittyvä toteamus on näin ollen hyväksyttävä.
- 146 Kun otetaan huomioon se, että riidanalainen päätös perustuu hypoteettiseen oletettamaan aikaisempien tavaramerkkien poikkeuksellisesta tunnettuudesta, riidanalainen päätös on tämän vuoksi kumottava osittain siltä osin kuin valituslautakunta hylkäsi asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamisen sulkemalla pois kaikkien hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien luokkaan 25 kuuluvien tavaroiden ja luokkaan 35 kuuluvien vähittäismyyntipalvelujen osalta hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin epäoikeutetusta käyttämisestä saadun hyödyn vaaran.

- 147 Tämän osittaisen kumoamisen jälkeen valituslautakunnan asiana on tutkia uudelleen argumentit, jotka kantaja esittää väiteosaston päätöksestä tekemässään valituksessa asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitettua epäoikeutettua hyväksi käyttämisen vaaran olemassaolosta. Sen on ensiksi tehtävä lopullinen päätelmä aikaisempien tavaramerkkien tunnettuudesta ja mahdollisesti sen tasosta.
- 148 Jos valituslautakunta toteaa riidanalaisen päätöksen perustana olevan hypoteettisen lähtökohdan vastaisesti, että aikaisempien tavaramerkkien laajaa tunnettuutta ei ole lopullisesti todistettu, sen on jätettävä soveltamatta asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohtaa, koska yksi sen soveltamisen edellytyksistä ei täyty, ja hylättävä kantajan väiteosaston päätöksestä tekemä valitus.
- 149 Jos valituslautakunta päätyy toteamaan lopullisesti, että nyt käsiteltävässä asiassa ainakin yhden aikaisemmista tavaramerkeistä osalta alemmantasoinen tunnettuus kuin poikkeuksellisen laaja tunnettuus, joka muodostaa riidanalaisen päätöksen perustana olevan hypoteettisen lähtökohdan, on todistettu, sen on tutkittava, voidaanko vastakkain olevien merkkien välinen yhteys yleisön mielessä näyttää toteen, ja tehtävä tältä osin lopullinen päätelmä. Jos valituslautakunta toteaa tämän analyysin yhteydessä, ettei tällaista yhteyttä voida näyttää toteen, sen on jätettävä soveltamatta asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohtaa, koska toinen sen soveltamisen edellytyksistä ei täyty. Jos valituslautakunta sen sijaan toteaa, että tällainen yhteys voidaan näyttää toteen, sen on tämän jälkeen tutkittava, onko olemassa hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin epäoikeutetusta käyttämisestä saadun hyödyn vaara.
- 150 Lopuksi siinä tilanteessa, että valituslautakunta toteaa, että ainakin yhden aikaisemmista tavaramerkeistä poikkeuksellisen laaja tunnettuus on tosiasiallisesti todistettu nyt käsiteltävässä asiassa ja että vastakkain olevien merkkien välinen yhteys yleisön mielessä voidaan näyttää toteen, sen on tämän tuomion mukaisesti katsottava, että hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien ja luokkaan 25 kuuluvien tavaroiden sekä hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamien ja luokkaan 35 kuuluvien ”naisten alusvaatteiden, hajuvesien, toilettivesien ja kosmeettisten tuotteiden, kodin- ja kylpyhuonetekstiilien vähittäismyyntipalvelujen” osalta on olemassa hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin epäoikeutetusta käyttämisestä saadun hyödyn vaara, ja tämän jälkeen tutkittava voidakseen esittää toteamuksen asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdan soveltamisesta nyt käsiteltävässä asiassa, onko tälle käyttämiselle olemassa oikeutettu peruste.
- 151 Tältä osin on muistutettava, että kun otetaan huomioon se, ettei valituslautakunta ensinnäkään ole esittänyt lopullista toteamusta aikaisempien tavaramerkkien tunnettuudesta, toiseksi esittänyt lopullista toteamusta vastakkain olevien merkkien välisen yhteyden olemassaolosta yleisön mielessä eikä kolmanneksi – hylättyään virheellisesti hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin käyttämisestä saadun hyödyn vaaran – tutkinut, oliko tälle käyttämiselle oikeutettu peruste asetuksen N:o 207/2009 8 artiklan 5 kohdassa tarkoitettulla tavalla, unionin yleisen tuomioistuimen asiana ei ole lausua ensimmäistä kertaa harjoittamansa riidanalaisen päätöksen laillisuusvalvonnan yhteydessä näistä kolmesta kysymyksestä (ks. vastaavasti edellä 68 kohdassa mainittu tuomio EU:T:2014:1062, 92 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 152 Kaiken edellä esitetyn perusteella toinen kanneperuste on hyväksyttävä osittain ja riidanalainen päätös on kumottava siltä osin kuin kyse on hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamista ja luokkaan 25 kuuluvista tavaroista sekä luokkaan 35 kuuluvista ”naisten alusvaatteiden, hajuvesien, toilettivesien ja kosmeettisten tuotteiden, kodin- ja kylpyhuonetekstiilien vähittäismyyntipalveluista” ja kanne on hylättävä muilta osin.

## Oikeudenkäyntikulut

<sup>153</sup> Unionin yleisen tuomioistuimen työjärjestyksen 134 artiklan 3 kohdan mukaan silloin, kun asiassa osa vaatimuksista ratkaistaan toisen asianosaisen ja osa toisen asianosaisen hyväksi, kumpikin asianosainen vastaa omista kuluistaan. Nyt käsiteltävässä asiassa osa vaatimuksista on ratkaistu kantajan ja osa SMHV:n ja väliintulijan hyväksi. Näin ollen on määrättävä, että kukin osapuoli vastaa itse omista oikeudenkäyntikuluistaan.

Näillä perusteilla

UNIONIN YLEINEN TUOMIOISTUIN (kahdeksas jaosto)

on ratkaissut asian seuraavasti:

- 1) Sisämarkkinoiden harmonisointiviraston (tavaramerkit ja mallit) (SMHV) toisen valituslautakunnan 17.9.2013 tekemä päätös (asia R 1504/2012-2) kumotaan siltä osin kuin kyse on hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamista ja tavaroiden ja palvelujen kansainvälistä luokitusta tavaramerkkien rekisteröimistä varten koskevaan 15.6.1957 tehtyyn Nizzan sopimukseen, sellaisena kuin se on tarkistettuna ja muutettuna, pohjautuvan luokituksen luokkaan 25 kuuluvista tavaroista sekä hakemuksen kohteena olevan tavaramerkin kattamista ja kyseisen luokituksen luokkaan 35 kuuluvista ”naisten alusvaatteiden, hajuvesien, toilettivesien ja kosmeettisten tuotteiden, kodin- ja kylpyhuonetekstiilien vähittäismyyntipalveluista”.**
- 2) Kanne hylätään muilta osin.**
- 3) Kukin osapuoli vastaa omista oikeudenkäyntikuluistaan.**

Gratsias

Kancheva

Wetter

Julistettiin Luxemburgissa 2 päivänä lokakuuta 2015.

Allekirjoitukset