



Határozatok Tára

A TÖRVÉNYSZÉK ÍTÉLETE (nyolcadik tanács)

2017. december 7.*

„Európai uniós védjegy – Felszólalási eljárás – A Master európai uniós ábrás védjegy bejelentése – Coca-Cola korábbi európai uniós ábrás védjegyek és C korábbi nemzeti ábrás védjegy – Viszonylagos kizáró ok – A korábbi védjegyek jóhírnevének tisztességtelen kihasználása – A bejelentett védjegyet tartalmazó megjelölés Unión kívüli, kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos bizonyítékok – Logikai következtetések – Korábbi határozat Törvényszék általi hatályon kívül helyezését követően hozott határozat – A 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése és 65. cikkének (6) bekezdése (jelenleg az (EU) 2017/1001 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése és 72. cikkének (6) bekezdése)”

A T-61/16. sz. ügyben,

a **The Coca-Cola Company** (székhelye: Atlanta, Georgia [Egyesült Államok], képviselik: S. Malynicz QC, S. Baran barrister, D. Stone és A. Dykes solicitors)

felperesnek

az **Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (EUIPO)** (képviselet: J. Crespo Carrillo, meghatalmazotti minőségben)

alperes ellen,

a másik fél az EUIPO fellebbezési tanácsa előtti eljárásban, beavatkozó fél a Törvényszék előtti eljárásban:

a **Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd (Mitico)** (székhelye: Damaszkusz [Szíria], képviseli: A.-I. Malamis ügyvéd),

az EUIPO negyedik fellebbezési tanácsának a The Coca-Cola Company és a Mitico közötti felszólalási eljárással kapcsolatban 2015. december 2-án hozott határozata (R 1251/2015-4. sz. ügy) ellen benyújtott keresete tárgyában,

A TÖRVÉNYSZÉK (nyolcadik tanács),

tagjai: A. M. Collins elnök, M. Kancheva (előadó) és J. Passer bírák,

hivatalvezető: X. Lopez Bancalari tanácsos,

tekintettel a Törvényszék Hivatalához 2016. február 12-én benyújtott keresetlevélre,

tekintettel az EUIPO-nak a Törvényszék Hivatalához 2016. április 28-án benyújtott válaszbeadványára,

* Az eljárás nyelve: angol.

tekintettel a beavatkozó félnek a Törvényszék Hivatalához 2016. május 6-án benyújtott válaszbeadványára,

tekintettel a Törvényszéknek a felekhez intézett írásbeli kérdésére, és a Törvényszék Hivatalához 2017. április 12-én és 20-án benyújtott, ezen kérdésekre adott válaszokra,

tekintettel a 2017. június 15-i tárgyalásra,

meghozta a következő

Ítéletet

A jogvita előzményei

- 1 2010. május 10-én a Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd (Mitico) beavatkozó fél a közösségi védjegyről szóló, 2009. február 26-i 207/2009/EK tanácsi rendelet (HL 2009. L 78., 1. o.; helyébe lépett az európai uniós védjegyről szóló, 2017. június 14-i (EU) 2017/1001 európai parlamenti és tanácsi rendelet, HL 2017. L 154., 1. o.) alapján európai uniós védjegy lajstromozása iránti kérelmet nyújtott be az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatalához (EUIPO).
- 2 A lajstromoztatni kívánt védjegy az alábbi ábrás megjelölés volt:



- 3 A bejelentés – az EUIPO előtti eljárás során tett árujegyzék-korlátozást követően – a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 29., 30. és 32. osztályba tartozó árukra vonatkozott, az egyes osztályoknak megfelelő, következő leírással:
 - 29. osztály: „Joghurt, hús, hal, baromfi és vadhús; húskivonatok; tartósított, szárított és főtt gyümölcs és zöldség; zselék, dzsemek, tartósított gyümölcsök, tartósított tojások, ecetes konzervek, ecetes saláták; sültburgonya, chips”;
 - 30. osztály: „Kávé; tea; kakaó; cukor; rizs; tapióka; szágó; kávépótló szerek; lisztek és más gabonakészítmények; cukrászsütemények; bonbonok (cukorkák); fagyalt, jégkrém; méz; melaszszirup; tésztafélék; lisztek; élesztő; sütőporok; só; mustár; ecet; bors; fűszeres mártások; fűszerek a cukrászatban és a pékek által használt speciális termékek kivételével; jégfrissítő italokhoz, ételekhez; csokoládé; rágógumi; kukoricából és búzából készült előételek a cukrászatban és a pékek által használt speciális termékek kivételével”;

- 32. osztály: „Ásványvizek (italok) és természetes vizek, árpaalapú italok; alkoholmentes sörök; különböző fajta, különösen ízesített (kóla, ananász, mangó, narancs, citrom, ízesített, alma, gyümölcskoktél alapú, trópusi, eper, gyümölcs, limonádék, gránátalma...) alkoholmentes szénsavas italok; különböző fajta, természetes gyümölcslé (alma, citrom, narancs, gyümölcskoktél, gránátalma, ananász, mangó...) alapú alkoholmentes italok; alkoholmentes lékoncentrátumok és különböző fajta alkoholmentes levek készítéséhez használt koncentrátumok, alkoholmentes szörpök készítéséhez használt porok és pürék”.
- 4 Az európai uniós védjegybejelentést a Közösségi Védjegyértesítő 2010. július 14-i 128/2010. számában hirdették meg.
- 5 2010. október 14-én a felperes, a The Coca-Cola Company a 207/2009 rendelet 41. cikke (jelenleg a 2017/1001 rendelet 46. cikke) alapján felszólalást nyújtott be a fenti 3. pontban meghatározott áruk vonatkozásában bejelentett védjegy lajstromozásával szemben.
- 6 A felszólalás először is az alábbiakban megjelenített négy korábbi európai uniós ábrás védjegy alapján alapult:
 - 8792475. sz. alatt lajstromozott védjegy:



- 3021086. sz. alatt lajstromozott védjegy:



- 2117828. sz. alatt lajstromozott védjegy:



- 2107118. sz. alatt lajstromozott védjegy:



- 7 E négy korábbi közösségi ábrás védjegy egyenként különösen az alábbi árukra és szolgáltatásokra

vonatkozott: az első a 30., 32. és 33. osztályba, a második a 32. osztályba, a harmadik a 32. és 43. osztályba, a negyedik pedig a 32. és 33. osztályba tartozó árukra, amelyek az egyes védjegyek és áruosztályok tekintetében az alábbi leírásnak feleltek meg:

- a 8792475. sz. európai uniós védjegy esetében:
 - 30. osztály: „Kávé, tea, kakaó, cukor, rizs, tápióka, szágó, pótkávé; liszt és gabonafélékből készült készítmények, kenyér, süteménytészta és cukrászsütemények, fagylaltok; méz, melasz; élesztő; sütőpor; só; mustár; ecet; fűszeres mártások; fűszerek; jégfrissítő italokhoz, ételekhez”
 - 32. osztály: „Sörök; ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcsitalok és gyümölcslevek; szörpök és más készítmények italokhoz”;
 - 33. osztály: „Alkoholtartalmú italok (a sörök kivételével)”;
 - a 3021086. sz. európai uniós védjegy esetében: a 32. osztályba tartozó „Italok, azaz ivóvizek; aromatisztált vizek; ásványvizek és szénsavas vizek; egyéb alkoholmentes italok, azaz alkoholmentes italok; energiatalok; sportitalok; gyümölcsitalok és gyümölcslevek; szörpök; italok, azaz aromatisztált vizek, ásványvizek és szénsavas vizek; üdítőitalok, energiatalok; sportitalok, gyümölcsitalok és gyümölcslevek készítéséhez használt koncentrátumok és porok”;
 - a 2117828. sz. európai uniós védjegy esetében:
 - 32. osztály: „Sörök; ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcsitalok és gyümölcslevek; szörpök és más készítmények italokhoz”;
 - 43. osztály: „Vendéglátás (élelmezés); időleges szállásadás”;
 - a 2107118. sz. európai uniós védjegy:
 - 32. osztály: „Sörök; ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcsitalok és gyümölcslevek; szörpök és más készítmények italokhoz”;
 - 33. osztály: „Alkoholtartalmú italok (a sörök kivételével)”.
- 8 A felszólalás másodsorban az alábbiakban megjelenített, 2428468. sz. korábbi egyesült királysági ábrás védjegy alapján:



- 9 E korábbi egyesült királysági ábrás védjegy többek között a 32. osztályba tartozó, az alábbi leírásnak megfelelő árukra vonatkozott: „Sörök; ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcsitalok és gyümölcslevek; szörpök és más készítmények italokhoz”.
- 10 A felszólalás alátámasztására a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában (jelenleg a 2017/1001 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja) és ugyanezen rendelet 8. cikkének (5) bekezdésében (jelenleg a 2017/1001 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése) említett indokokra hivatkoztak.

- 11 A felszólalási eljárás során a felperes bizonyítékokat nyújtott be, amelyek álláspontja szerint a bejelentett védjegynek a beavatkozó fél általi, kereskedelmi forgalomban való használatára vonatkoznak. E bizonyítékok közé tartozott a felperes egykori jogi tanácsadójától, R-től származó, 2011. február 23-i keltezésű tanúvallomás, amelyhez mellékelte a beavatkozó fél „www.mastercola.com” internetes oldaláról 2011. február 16-án kinyomtatott képernyőképeket. E képernyőképek célja annak szemléltetése volt, hogy a beavatkozó fél a bejelentett védjegyet a kereskedelmi forgalomban többek között az alábbi formában használta:



- 12 2011. szeptember 26-án a felszólalási osztály a felszólalást teljes egészében elutasította.
- 13 2011. október 17-én a felperes a 207/2009 rendelet 58–64. cikke alapján (jelenleg a 2017/1001 rendelet 66–71. cikke) fellebbezést nyújtott be az EUIPO-hoz a felszólalási osztály határozata ellen.
- 14 2012. augusztus 29-i határozatával (a továbbiakban: az első határozat) az EUIPO második fellebbezési tanácsa elutasította a fellebbezést. Egyrészt a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjára alapított felszólalási okot illetően úgy vélte, hogy első látásra látható, hogy az ütköző megjelölések egyáltalán nem hasonlók, és ezért az érintett áruk azonossága ellenére megállapította, hogy nem áll fenn közöttük az összetévesztés veszélye. Másrészt az ugyanezen rendelet 8. cikkének (5) bekezdésére alapított felszólalási okot illetően úgy vélte, hogy mivel a megjelölések nem hasonlók, e cikk első alkalmazási feltétele, azaz a bejelentett védjegy és a korábbi védjegy közötti kapcsolat fennállása, nem teljesül. Egyébiránt elutasította a felperes által előterjesztett bizonyítékokat (lásd a fenti 11. pontot) azzal az indokkal, hogy az említett cikk összefüggésében csak azon védjegy használata vehető figyelembe, amelynek a lajstromozását a beavatkozó fél kérte.
- 15 2012. november 5-én a felperes az első határozat hatályon kívül helyezése iránt keresetet nyújtott be a Törvényszékhez. Keresete alátámasztására a felperes lényegében egyetlen, a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének megsértésére alapított jogalapra hivatkozott, amely két részre oszlik. Az első részben azt rója a EUIPO terhére, hogy összemosta az ütköző védjegyek között az említett rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében fennálló hasonlóság értékelését az említett védjegyek közötti, az említett rendelet 8. cikkének (5) bekezdése szerinti kapcsolat fennállásának értékelésével. A második részben azt kifogásolta, hogy az EUIPO nem vette figyelembe a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos és a beavatkozó azon szándékának alátámasztása céljából releváns bizonyítékokat, hogy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyek jóhírnevét.
- 16 2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítéletével (T-480/12, EU:T:2014:1062) a Törvényszék hatályon kívül helyezte az első határozatot.
- 17 Az egyetlen jogalap első részét illetően a 2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 34. és 35. pontjában a Törvényszék először is emlékeztetett arra, hogy az ütköző védjegyek közötti hasonlóság fennállása a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazásának egyik feltétele, és a felperes ezzel ellentétes kifogását elutasította. Ezt követően az említett ítélet 64. pontjában a Törvényszék rámutatott, hogy az ütköző megjelölések nyilvánvaló vizuális különbségeiken kívül a vizuális hasonlóság elemeit is mutatják, amely nem csupán a „c” és az „m” kezdőbetűket aláírásra jellemző ívben meghosszabbító „uszálynak”, hanem a jelenkori üzleti életben kevésbé szokványos betűtípus, azaz a spencerian írás közös használatának is betudható, amit az érintett fogyasztó egészében érzékel. Az említett ítélet 70. pontjában a Törvényszék a hasonlóságok és különbségek átfogó értékelése során megállapította, hogy az ütköző megjelölések, legalábbis a négy Coca-Cola korábbi védjegy és a bejelentett védjegy között csekély mértékű hasonlóság áll fenn, ahol a hangzásbeli és fogalmi különbségeiket – vizuális különbségek ellenére – a nagyobb jelentőségű, átfogó

vizuális hasonlóságai ellensúlyozzák. Ezzel szemben a korábbi egyesült királysági védjegyet – különösen annak rövidege miatt – vizuális szempontból különbözőnek ítélte a bejelentett védjegtől. A 2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 74–76. pontjában a Törvényszék megállapította, hogy az ütköző megjelölések között kétségtelenül csekély, de ahhoz elegendő mértékű hasonlóság áll fenn, hogy az érintett vásárlóközönség a bejelentett védjegyet és a korábbi négy Coca-Cola védjegyet rokonítsa egymással, azaz az említett cikk értelmében vett kapcsolatot hozzon létre közöttük. Következésképpen felhívta a fellebbezési tanácsot e cikk egyéb alkalmazási feltételeinek, különösen azon veszély fennállásának vizsgálatára, hogy a bejelentett védjegy alapos ok nélkül történő használata sérti vagy tisztességtelenül kihatározza a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét.

- 18 Egyébiránt a 2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítéletben (T-480/12, EU:T:2014:1062) a Törvényszék indokoltnak találta megvizsgálni az egyetlen jogalapnak a felperes által benyújtott és a fellebbezési tanács által elutasított bizonyítékok, azaz a beavatkozó fél „www.mastercola.com” internetes oldala képernyőképeinek relevanciájával kapcsolatos második részét (lásd a fenti 11. pontot). Az említett ítélet 86–88. pontjában a Törvényszék megállapította, hogy az ítélezési gyakorlat egyáltalán nem korlátozza kizárólag a bejelentett védjegyre az élőködés veszélyének megállapítása céljából figyelembe veendő releváns körülményeket, azaz azt, hogy tisztességtelenül kihatározza a korábbi védjegyek megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét, hanem az összes olyan bizonyíték figyelembevételét is lehetővé teszi, amelyek célja a bejelentett védjegy jogosultjának szándékaira vonatkozó, fent említett valószínűségi elemzés elvégzése, és még inkább azokat, amelyek a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való tényleges használatára vonatkoznak. Márpedig a Törvényszék megállapította, hogy a felperes által a felszólalási eljárás során benyújtott bizonyítékok nyilvánvalóan relevánsnak minősülnek az élőködés e veszélyének a jelen esetben történő megállapítása érdekében, és ezért arra a következtetésre jutott, hogy a fellebbezési tanács tévedett ezen bizonyítékok elutasítása során. Következésképpen a 2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 93. pontjában a Törvényszék felhívta a fellebbezési tanácsot arra, hogy vegye figyelembe e bizonyítékokat a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazási feltételeinek általa végzett vizsgálatá során.
- 19 A fellebbezési tanácsok elnöksége a 2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítéletet (T-480/12, EU:T:2014:1062) követően 2015. június 23-i határozatával R 1251/2015-4. ügyszám alatt visszautalta az ügyet a negyedik fellebbezési tanács elé.
- 20 A negyedik fellebbezési tanács 2015. december 2-i határozatával (a továbbiakban: megtámadott határozat) ismét elutasította a felperes által a felszólalási osztálynak a felszólalást elutasító határozatával szemben benyújtott fellebbezést.
- 21 Elöljáróban, figyelembe véve, hogy a felperes a Törvényszék előtt visszavonta a 207/2009 rendelet 8. cikkének (1) bekezdésére alapított kifogását (2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 21. pont), a fellebbezési tanács megállapította, hogy a kereset hatálya az ugyanezen rendelet 8. cikkének (5) bekezdésére alapított felszólalásra korlátozódik. Ezt követően, figyelembe véve, hogy a Törvényszék megállapította, hogy a bejelentett védjegy és az egyesült királysági védjegy különböző (2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 70. pont), a felszólalást e tekintetben megalapozatlannak ítélte. Ezenkívül, figyelembe véve, hogy a Törvényszék megállapította, hogy a bejelentett védjegy és a négy korábbi Coca-Cola védjegy között kapcsolat áll fenn (2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 74. pont), és emlékeztetett arra, hogy e korábbi védjegyek kétségtelenül jóhírnévvel rendelkeznek az „alkoholmentes italok” vonatkozásában, rámutatott, hogy az egyetlen alkalmazási feltétel, amelyet még meg kell vizsgálni az, hogy fennáll-e annak a veszélye, hogy a bejelentett védjegy használata tisztességtelenül kihatározza-e a jóhírnevét.

- 22 A jóhírnév tisztességtelen kihasználásának veszélyére vonatkozó feltételt illetően a fellebbezési tanács emlékeztetett arra, hogy az első határozatban lényegében megállapította, hogy a bizonyítékok, azaz a beavatkozó fél „www.mastercola.com” internetes oldalának képernyőképei (lásd a fenti 11. pontot) nem a bejelentett védjegyre vonatkoznak, és ezért nem vette figyelembe őket. Hozzátette azonban, hogy „[h]a a fenti képeken ábrázolt védjegyek ténylegesen a szóban forgó kérelem tárgyát képezik, kétségtelen, hogy a védjegy lajstromozása megakadályozható” és hogy „[e]zzel szemben, amennyiben a jelen ügyben bejelentett védjegyet a piacon használták, ténylegesen felmerül a kérdés, hogy e különös megjelölés használata elkerülhető lett volna-e”. Ezenkívül megállapította, hogy „[a] bizonyítékok alátámasztották, hogy a [beavatkozó fél] italait olyan palackokban értékesítette, amelyeknek a megjelenése, képi világa, stilizálása, betűtípusa és csomagolása azonos volt a [felperes által] a Coca-Cola név alatt értékesített palackokéval”.
- 23 Mindazonáltal a fellebbezési tanács megállapította, hogy e bizonyítékoknak olyan a tartalma, hogy lényegében az alábbi három okból nem alkalmasak a felszólalás és különösen az élőködés veszélyének megalapozására. Először is a fellebbezési tanács megállapította, hogy az említett bizonyítékok nem támasztják alá, hogy a beavatkozó fél az Európai Unióban használta a „www.mastercola.com” internetes oldalán megjelenített ábrázolást. E megállapítás alátámasztása érdekében megemlítette azt a körülményt, hogy ezen internetes oldal alapvetően arab nyelvű annak ellenére, hogy azon egy angol nyelvű oldal is található, valamint hogy nem szerepel rajta semmilyen utalás arra vonatkozóan, hogy a kínált termékeket interneten meg lehetne rendelni, és az Európai Unióba lehetne szállítani. Másodszor a fellebbezési tanács úgy vélte, hogy azon egyszerű körülmény, miszerint bejelentettek egy európai uniós védjegyet, amelynek a megjelenítése különbözik a beavatkozó fél internetes oldalán szereplőtől, nem utal arra, hogy a beavatkozó fél szándékában állt árui értékesítésének az Unióban azzal azonos módon történő előmozdítása, ahogyan azt Szíriában és a Közel-Keleten tette. Közelebbről a fellebbezési tanács azt állította, hogy nem tudta, ki volt a jogosult ezen országokban, és hogy a felperes nem hivatkozott jogainak e régióban történő megsértésére. Harmadszor a fellebbezési tanács megállapította, hogy a felperes nem mutatta be azt a konkrét imázst sem, amely a négy korábbi Coca-Cola védjegyről a szóban forgó bejelentésre az Unióban vagy az Unión kívül átvihető, különösen a 29. és 30. osztályba tartozó áruk, valamint a 32. osztályba tartozó italok vonatkozásában. Álláspontja szerint tehát a benyújtott bizonyítékok nem tették lehetővé annak egyértelmű megállapítását, hogy mit jelent a Coca-Cola. A fellebbezési tanács megjegyezte, hogy mivel őt a 207/2009 rendelet 76. cikke (jelenleg a 2017/1001 rendelet 95. cikke) értelmében kötik a felek érvei, nem az ő feladata, hogy maga tegyen kísérletet ezen érvek beszerzésére. Egyébiránt a fellebbezési tanács a felhígulás és fakulás veszélyéhez hasonló érvet alkalmazott. Végül az előterjesztett valamennyi bizonyítékot figyelembe véve a fellebbezési tanács a felszólalást megalapozatlannak ítélte, és a fellebbezést elutasította.

A felek kérelmei

- 24 A felperes azt kéri, hogy a Törvényszék:
- helyezze hatályon kívül a megtámadott határozatot;
 - az EUIPO-t és a beavatkozó felet kötelezze saját költségeik, valamint a részéről a felszólalási és a fellebbezési eljárás során felmerült költségek viselésére, a jelen eljárás költségeit is beleértve.
- 25 Az EUIPO azt kéri, hogy a Törvényszék:
- utasítsa el keresetet;
 - a felperest kötelezze az eljárás költségeinek viselésére.

- 26 A beavatkozó fél azt kéri, hogy a Törvényszék:
- utasítsa el keresetet;
 - a felperest kötelezze a részéről az EUIPO és a Törvényszék előtt felmerült költségek viselésére.

A jogkérdésről

- 27 Keresetének alátámasztására a felperes lényegében egyenként a 207/2009/EK rendelet 8. cikke (5) bekezdésének és 65. cikke (6) bekezdésének (jelenleg a 2017/1001 rendelet 72. cikkének (6) bekezdése) megsértésére alapított két jogalpra hivatkozik. Az első jogalappal azt rója fel az EUIPO-nak, hogy tévesen vette figyelembe azon bizonyítékok relevanciáját, amelyek a beavatkozó félnek a bejelentett védjegy használatával kapcsolatos szándékaira, és ennek következtében annak veszélyére vonatkoztak, hogy az említett védjegy alapos ok nélkül történő használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyek megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét. A második jogalappal azt kifogásolja, hogy az EUIPO nem hajtotta végre a 2014. december 11-i Coca-Cola kontra OHIM - Mitico (Master) ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) rendelkező részét, vagy legalábbis nem megfelelően hajtotta azt végre.
- 28 Az EUIPO és a beavatkozó fél e két jogalap elutasítását kéri.
- 29 Először is nem indokolt megkérdőjelezni a fellebbezési tanácsnak a releváns vásárlóközönségre és az ütköző védjegyekkel megjelölt áruk azonosságára vonatkozó megállapításait (2014. december 11-i Master ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 22. pont). Ezt követően rá kell mutatni, hogy a felperes kifejezetten egyetért a megtámadott határozat bizonyos pontjaival, beleértve a kereset hatályának a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése alapján benyújtott felszólalásra történő korlátozását, és ennek következtében a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 21. pontjával, valamint a fellebbezési tanácsnak egyrészt a négy korábbi Coca-Cola védjegy és a bejelentett védjegy közötti hasonlóság és kapcsolat fennállásával kapcsolatos ténybeli értékelését, és ennek következtében a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 74. pontjával, másrészt azzal, hogy e korábbi védjegyek jóhírnevvel rendelkeznek a 32. osztályba tartozó alkoholmentes italok vonatkozásában. Végül megállapítható, hogy a felperes nem vitatja a keresetnek és a felszólalásnak a korábbi egyesült királysági védjegy alapján történő elutasítását, és ily módon a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 70. pontját (lásd a fenti 21. pontot).
- 30 A Törvényszék azt véli célszerűnek, ha először a második, majd az első jogalapot vizsgálja meg.

A második, a 207/2009 rendelet 65. cikke (6) bekezdésének megsértésére alapított jogalapról

- 31 A második jogalappal a felperes azt állítja, hogy a fellebbezési tanács a 207/2009 rendelet 65. cikke (6) bekezdését megsértve nem tette meg a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) végrehajtásához szükséges intézkedéseket. Arra hivatkozik, hogy a Törvényszék a 2014. december 11-i Master ítéletben (T-480/12, EU:T:2014:1062) a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos bizonyítékok nyilvánvaló relevanciáját az említett bizonyítékok „földrajzi kiterjedésének teljes tudatában” állapította meg, mivel e kérdést a beavatkozó fél a közigazgatási eljárás során egy 2012. május 9-i nyilatkozatban felvetette, és ezért az a Bíróság elé terjesztett adatok részét képezte. Álláspontja szerint a fellebbezési tanácsnak a tisztességtelen kihasználás kérdésének megítélésére kellett volna szorítkoznia a Törvényszéknek a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos bizonyítékok relevanciájára vonatkozó megállapításainak figyelembevételével. A fellebbezési tanács tehát tévedett, amikor e bizonyítékokat azok földrajzi kiterjedése miatt utasította el.

- 32 Az EUIPO vitatja a felperes érveit. Kétségtelenül egyetért abban, hogy a fellebbezési tanács kezdetben tévedett e bizonyítékok elutasítása során. Mindazonáltal azt állítja, hogy mivel a Törvényszék nem értékelte e bizonyítékokat, nem határozhat e bizonyítékok alapján a tisztességtelen kihasználásról. Következésképpen annak pontosítására hívja fel a Törvényszéket, hogy a bejelentett védjegy Unión belüli vagy azon kívüli használata helyének kérdése részét képezte-e a Törvényszék elé terjesztett megfontolásoknak akkor, amikor az meghozta az ítéletét.
- 33 A beavatkozó fél arra hivatkozik, hogy a fellebbezési tanács ténylegesen figyelembe vette az internetes oldalának kivonatait, és azok vizsgálatát követően jogosan jutott arra a következtetésre, hogy nem teszik lehetővé a felperes jogai megsértése veszélyének megállapítását. Álláspontja szerint a fellebbezési tanács nem volt köteles megállapítani, hogy az említett oldal kivonatai alátámasztják a felperes állításait.
- 34 Emlékeztetni kell arra, hogy az uniós bíróság előtt az EUIPO egyik fellebbezési tanácsának határozata ellen benyújtott kereset keretében az EUIPO az EUMSZ 266. cikk, valamint a 207/2009 rendelet 65. cikkének (6) bekezdése szerint köteles megtenni az uniós bíróság esetleges hatályon kívül helyező ítéletének végrehajtásához szükséges intézkedéseket.
- 35 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint a Törvényszék nem utasíthatja az EUIPO-t, és ez utóbbinak kötelessége a Törvényszék ítéleteinek rendelkező részéből és indokolásából levonni a következtetéseket (2001. január 31-i Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld kontra OHIM (Giroform) ítélet, T-331/99, EU:T:2001:33, 33. pont; 2007. június 13-i IVG Immobilien kontra OHIM (I) ítélet, T-441/05, EU:T:2007:178, 13. pont; 2011. október 6-i Bang & Olufsen kontra OHIM (Hangszóró ábrázolása) ítélet, T-508/08, EU:T:2011:575, 31. pont).
- 36 A jelen ügyben előzetesen emlékeztetni kell arra, hogy a beavatkozó fél által 2012. május 9-én (a fellebbezési tanács előtt) a fellebbezésre tett észrevételek 12. oldalán szereplő, vonatkozó szövegrész a következő:
- „[...] a Master [európai uniós] ábrás védjegyet különböző árukon használják oly módon, amely semmilyen hasonlóságot nem mutat a Coca-Cola termékek értékesítési módjával. Hangsúlyozni kell, hogy [...] a Master [európai uniós] ábrás védjegy nem hasonló a Coca-Cola védjegyekhez. Ezenkívül a [felperes] soha nem bizonyította, hogy az említett védjegy Unión belüli bármely használata kihasználná az [ő] marketing erőfeszítéseit.”
- 37 E tekintetben az EUIPO-hoz hasonlóan rá kell mutatni, hogy a fent említett észrevételeiben a beavatkozó fél nem nyilatkozott a szóban forgó bizonyítékok, azaz a „www.mastercola.com” internetes oldalról származó, R. 2011. február 23-i tanúvallomásához mellékelt kivonatok vonatkozásában (lásd a fenti 11. pontot). Meg kell tehát állapítani, hogy a beavatkozó fél ezen nyilatkozatát, amely szerint az Unión belül nem állapítottak meg élősködést, olyan állításként kell értelmezni, amely szerint soha nem használta a bejelentett védjegyet az Unióban. Meg kell tehát állapítani, hogy a beavatkozó fél nem nyilatkozott e bizonyítékok földrajzi kiterjedéséről.
- 38 Ráadásul sem a felszólalási osztály, sem a második fellebbezési tanács nem rendelkezett az első határozatban e kérdéssel.
- 39 A fentiekből kitűnik, hogy e bizonyítékok földrajzi kiterjedésének kérdését sem a felek nem vitatták meg egymás között a közigazgatási eljárás során, sem a fellebbezési tanács nem vizsgálta az első határozatban.
- 40 Ebből következik, hogy e kérdést nem terjesztették a Törvényszék elé, és nem képezte az előtte folyamatban lévő jogvita tárgyát akkor, amikor meghozta a 2014. december 11-i Master ítéletet (T-480/12, EU:T:2014:1062).

- 41 Következésképpen a 2014. december 11-i Master ítéletben (T-480/12, EU:T:2014:1062) a Törvényszék nem határozhatott volna e bizonyítékok földrajzi kiterjedésének kérdéséről.
- 42 A 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 89. és 90. pontjában a Törvényszék kimondta, hogy a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatára vonatkozó olyan bizonyítékok, amelyeket a felperes a fellebbezési eljárás során terjesztett elő, nyilvánvalóan releváns körülményeknek minősülnek az élőködés ilyen veszélyének a jelen ügyben való megállapítása céljából. Ebből azt a következtetést vonta le, hogy a fellebbezési tanács tévedést követett el azzal, hogy a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének az adott ügyben való alkalmazása során e bizonyítékokat nem vette figyelembe.
- 43 Ezzel szemben, ahogyan azt az EUIPO jogosan megjegyzi, amennyiben a Törvényszék nem maga értékelte e bizonyítékokat, különösen azok földrajzi kiterjedését, nem határozhat azon kérdésben, hogy azok bizonyítják-e, vagy sem a korábbi védjegyek jöhírnevének tisztességtelen kihasználását.
- 44 A Törvényszék tehát nem határozhatott volna olyan kérdésben, amelyet a fellebbezési tanács nem vizsgált meg, anélkül, hogy annak indokolását a jogszerűségi vizsgálaton túlterjeszkedve a sajátjával helyettesítette volna, és ezzel megsértette volna az ítélkezési gyakorlatot.
- 45 A 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 92. és 93. pontjában a Törvényszék ezen okból mondta ki az alábbiakat:
- „Ahogyan azonban a fenti 75. pontban is szerepel, mivel a fellebbezési tanács nem vizsgálta meg a korábbi védjegyek megkülönböztető képessége vagy jöhírneve esetleges tisztességtelen kihasználásának kérdését, a Törvényszéknek nem feladata, hogy első ízben a megtámadott határozat jogszerűsége vizsgálatának keretében azt vizsgálja (lásd ebben az értelemben: 2011. július 5-i Edwin kontra OHIM ítélet, C-263/09 P, EU:C:2011:452, 72. és 73. pont; 2011. december 14-i Völkl kontra OHIM – Marker Völkl (VÖLKL) ítélet, T-504/09, EU:T:2011:739, 63. pont; 2012. március 29-i You-Q kontra OHIM – Apple Corps (BEATLE) ítélet, T-369/10, EU:T:2012:177, 75. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- A fellebbezési tanács feladata tehát a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazási feltételeinek (lásd a fenti 76. pontot), vizsgálata során, hogy figyelembe vegye a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatára vonatkozó olyan bizonyítékokat, mint amelyeket a felperes a felszólalási eljárás során előterjesztett.”
- 46 A Törvényszék tehát a fellebbezési tanács feladatává tette, hogy maga értékelje e bizonyítékokat a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazási feltételeinek vizsgálata során, anélkül hogy valamely konkrét értékelésre kötelezte volna.
- 47 Márpedig meg kell állapítani, hogy a megtámadott határozat 27–33. pontjában a fellebbezési tanács, eleget téve a 2014. december 11-i Master ítéletnek (T-480/12, EU:T:2014:1062), megfelelően figyelembe vette e releváns bizonyítékokat, és nem utasította el őket mint az első határozatban, továbbá a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazási feltételeinek, különösen a tisztességtelen kihasználás vizsgálata során elvégezte e bizonyítékok tartalmának és bizonyító erejének értékelését.
- 48 Ennélfogva nem róható fel a fellebbezési tanácsnak, hogy a 207/2009 rendelet 65. cikke (6) bekezdésének megsértésével nem tette meg a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) végrehajtásához szükséges intézkedéseket.
- 49 Következésképpen a második jogalapot el kell utasítani.

Az első, a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének megsértésére alapított jogalapról

- 50 Az első jogalappal a felperes azt állítja, hogy a fellebbezési tanács megsértette a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdését azáltal, hogy azzal az indokkal nem vette figyelembe a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos bizonyítékokat, hogy e bizonyítékok egyike sem az Európai Unióra vonatkozott. Álláspontja szerint a fellebbezési tanácsnak a tisztességtelen kihasználás veszélyét e releváns bizonyítékokra tekintettel kellett volna értékelnie, amelyek alapján azon következtetésre jutott volna, hogy a bejelentett védjegy használata legalábbis a négy korábbi Coca-Cola védjegy tisztességtelen kihasználásának komoly veszélyét idézi elő. E tekintetben lényegében két kifogást terjeszt elő.
- 51 Az első kifogással a felperes azt rója fel a fellebbezési tanácsnak, hogy az említett bizonyítékokat nem vette megfelelően és a 2014. december 11-i Master ítéletben (T-480/12, EU:T:2014:1062) előírtakkal összhangban figyelembe. Úgy véli, hogy e bizonyítékok földrajzi kiterjedésének kérdését már a Törvényszék előtt is felvetették, amely mindazonáltal megállapította azok nyilvánvaló relevanciáját, amit a fellebbezési tanács köteles figyelembe venni.
- 52 A második kifogással a felperes mindenesetre arra hivatkozik, hogy a fellebbezési tanács tévedett azzal, hogy nem vette figyelembe az említett bizonyítékokból következő logikai következtetéseket. Álláspontja szerint a bejelentett védjegynek a beavatkozó fél által, az Unión kívül különös és szándékosan választott megjelenítéssel történő tényleges használata szükségképpen ahhoz a logikai következtetéshez vezet, hogy fennáll annak komoly veszélye, hogy e védjegyet az Unión belül ugyanilyen módon használják. Mindez *a fortiori* érvényes, ha mint a jelen esetben is, egyrészt a bizonyítékok nem teszik lehetővé annak megállapítását, hogy a „www.mastercola.com” internetes oldal nem az uniós fogyasztókat célozta, másrészt pedig a beavatkozó fél kifejezetten az Unión belüli használat céljából kérte a bejelentett védjegy lajstromozását.
- 53 A felperes ebből arra a következtetésre jut, hogy a bejelentett védjegy használatával kapcsolatos bizonyítékok elegendők a beavatkozó fél azon szándékának bizonyításához, hogy élőködő módon kihasználja a védjegyei jóhírnevét. Álláspontja szerint a fellebbezési tanácsnak vagy ténybeli kérdésként, vagy logikai következtetés útján meg kellett volna állapítania a beavatkozó fél azon szándékát, hogy a felperes korábbi védjegyeinek imázsát átvigye az általa használt védjeggyel ellátott árukra, vagy annak komoly veszélyét, hogy azt az Unión belül megteszi.
- 54 Az EUIPO vitatja a felperes érveit. Először is rámutat, hogy a fellebbezési tanács a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) végrehajtása során figyelembe vette e bizonyítékokat. Ily módon megállapította, hogy az említett bizonyítékok nem támasztották alá, hogy a „www.mastercola.com” internetes oldalon megjelenített ábrázolást az Unión belül használták.
- 55 Ezt követően az EUIPO úgy véli, hogy az a releváns kérdés, hogy a bejelentett védjegy bemutatott használata lehetőséget adhat-e tisztességtelen kihasználásra. Egyrészt az EUIPO azt állítja, hogy a világon bárhol történő konkrét használat bizonyítékai információt nyújthatnak arról, hogy a bejelentett védjegy milyen módon használható az Unióban, és ezért az ilyen Unión kívüli használat lehetővé teheti annak meghatározását, hogy a bejelentett védjegy használata alkalmas-e arra, hogy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyek jóhírnevét. Másrészt az EUIPO szerint annak vizsgálata, hogy az Unión belüli használat a harmadik országokban teljesített használati cselekmények fényében tekinthető-e a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdésében említett jogsértések valamelyikének, pusztán spekuláción alapuló elemzés elvégzését jelenti. Mindez annál is inkább igaz, mivel az Unión kívül használt, de a bejelentett védjegy részét nem képező megjelenítési elemek, azaz a piros címke, amelyen a fehérrel írt „Master Cola” kifejezés szerepel, a tárolóeszköz jellegzetes formája és a piros kupak (a továbbiakban: megjelenítési elemek), jelentős szerepet játszanak abban, a vásárlóközönség képes legyen a bejelentett védjegyet a felperes védjegyével – élőködő módon alkalmazott képzettársítás útján – összekapcsolni.

- 56 Az EUIPO szerint a fellebbezési tanács érvelése azon az elgondoláson alapul, hogy noha a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdésében foglalt elemzés jellegénél fogva a jövőre vonatkozik, inkább objektív elemeken kell alapulnia, mintsem feltételezéseken és spekuláción. A jelen ügyben az EUIPO kétségkívül azt állítja, hogy az Európában végzett konkrét használati cselekmények szemléltethették annak valós veszélyét, hogy a bejelentett védjegy használata tisztességtelenül kihasználhatja az Unióban a korábbi védjegyek jóhírnevét. Mindazonáltal az EUIPO úgy véli, hogy az Unión kívül végzett használati cselekményeken alapuló elemzés nem teszi lehetővé az arra vonatkozó következtetések kellő bizonyossággal történő levonását, hogy a bejelentett védjegyet milyen módon fogják használni a releváns területen, azaz az Unióban. Az EUIPO véleménye szerint a valószínűség mérlegelése alapján ennek túl kicsi a valószínűsége. Nem feltételezhető ugyanis, hogy a másik fél az Unióban ugyanazon marketingstratégiát alkalmazza, mint amelyet harmadik országokban vezetett be. Ily módon a bejelentett védjegynek az Unióban – különös csomagolással és az európai uniós védjegybejelentésben szereplő színektől eltérő színekkel – történő esetleges használata feltételezhetően nem elegendő a felperes állításának alátámasztására. Másképpen fogalmazva az a körülmény, hogy az Unión kívül következik be használat e megjelenítési elemekkel, nem tekinthető arra vonatkozó „szándéknak”, hogy a bejelentett védjegyet az Unión belül azonos módon használják majd.
- 57 Ezenkívül az EUIPO azt állítja, hogy az a körülmény, miszerint a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének alkalmazhatóságával kapcsolatos határozatot olyan tényállásra alapítottak, amely az Unió területén kívül következett be, megfosztaná a területiség elvét a tartalmától. Az EUIPO rámutat, hogy az ipari tulajdon oltalmára létesült, 1883. március 20-án Párizsban aláírt, felülvizsgált és módosított Párizsi Uniós Egyezményvel összhangban valamely védjegynek valamely országban való lajstromozása vagy használata csak kivételes körülmények között jár joghatásokkal egy másik országban, például ha elsőbbséget igényelnek, vagy egy másik országban használt vagy lajstromozott védjegynek egy adott országban fennálló jóhírnevére hivatkoznak (egyenként a Párizsi Uniós Egyezmény 4. és 6a. cikke). Mint minden kivételt, az utóbbit is szigorúan kell értelmezni, és az azzal ellenkező – vagy a Párizsi Uniós Egyezményben vagy a 207/2009 rendeletben szereplő – bármely konkrét rendelkezés hiányában nem lehet valamely védjegy Unióban történő lajstromozását az Unió területén elvégzett cselekmények alapján megtagadni.
- 58 Végül az EUIPO arra hivatkozik, hogy a felperes az ügy több vonatkozásában nem nyújtott be bizonyítékokat. Ily módon nem nyújtott tájékoztatást azon uniós fogyasztók számáról, akik meglátogatták a „www.mastercola.com” internetes oldalt annak érdekében, hogy információkat szerezzenek a védjegy olyan megjelenítéssel történő használatáról, amely tovább fokozza a hasonlóságokat. Általánosabban nem szolgáltatott azt alátámasztó bizonyítékot, hogy a szóban forgó megjelenítést az Unióban használják vagy használni fogják, és hogy a beavatkozó fél azt jelenleg vagy a jövőben kihasználja. Az EUIPO szerint, még ha észszerű mértékű bizonyossággal arra is lehet következtetni, hogy a bejelentett védjegyet ugyanolyan formában, a megjelenítési elemekkel fogják használni, mint az említett internetes oldalon, ez nem elegendő a beavatkozó fél általi kihasználás megállapításához. A felperes ugyanis nem mutatta be, hogy mely konkrét imázs vihető át a négy korábbi Coca-Cola védjegyről a szóban forgó bejelentésre az Unióban vagy az Unión kívül, különösen a 29. és 30. osztályba tartozó áruk, valamint a 32. osztályba tartozó italok vonatkozásában. E tekintetben az EUIPO megjegyzi, hogy a felperes nem vitatja azt a megtámadott határozatban szereplő állítást, amely szerint a 29. és 30. osztályba tartozó áruk vonatkozásában nem szolgáltatott érvet vagy bizonyítékot az említett Coca-Cola védjegyek imázsának esetleges átvitele vonatkozásában. Az EUIPO hozzáteszi, hogy a 29. és 30. osztályba tartozó áruk egyike sem olyan üdítőital, amelynek vonatkozásában a korábbi védjegyek jóhírnevével rendelkeznek.
- 59 A beavatkozó fél vitatja a felperes érveit. Először is azt állítja, hogy a „www.mastercola.com” internetes oldalának kivonatain ábrázolt védjegy nem a latin és arab betűkkel fekete színnel írt Master védjegy, hanem a latin betűkkel fehér színnel írt Master Cola védjegy. Álláspontja szerint valamely eltérő védjegy, például a Master Cola védjegy használata a jelen ügyben nem releváns.

- 60 Ezt követően a beavatkozó fél arra hivatkozik, hogy nem bizonyított, hogy a „www.mastercola.com” internetes oldalán feltüntetett megjelenítést használja az Unióban. A fellebbezési tanács álláspontját követve úgy véli, hogy az olyan európai uniós védjegy pusztá bejelentése, amelynek a megjelenítése különbözik a beavatkozó fél internetes oldalán szereplőtől, nem utal arra, hogy szándékában áll áru értékesítésének az Unióban azzal azonos módon történő előmozdítása, ahogyan azt Szíriában és a Közel-Keleten tette. Mindenesetre a felperes nem állította, hogy jogait e térségben megsértették volna.
- 61 Végül a beavatkozó fél előadja, hogy a felperes nem mutatta be, hogy mely a konkrét imázs vihető át a négy korábbi Coca-Cola védjegyről a szóban forgó bejelentésre az Unióban vagy az Unió kivül.
- 62 A beavatkozó fél ebből arra a következtetésre jut, hogy bizonyított, hogy egyáltalán nem áll szándékában kihasználni a négy korábbi Coca-Cola védjegyet és azok jórnevét. Véleménye szerint „elképzeltetlen”, hogy a lajstromozni kért, a feketével és fehérrel írt, arab szöveggel kísért „master” elemből álló védjegy bejelentése arra szolgálhat, hogy a felperes jórnevét tisztességtelenül kihasználja.

Az ítélkezési gyakorlat felidézése és előzetes észrevételek

- 63 A 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének értelmében „[a] (2) bekezdés szerinti korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján nem részesülhet továbbá oltalomban a korábbi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés, ha az érintett áruk, illetve szolgáltatások nem hasonlóak, feltéve, hogy [európai uniós] védjegy esetén a korábbi [európai uniós] védjegy [az Unióban], korábbi nemzeti védjegy esetén a korábbi nemzeti védjegy pedig az érintett tagállamban jórnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jórnevét.”
- 64 A 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének szövegéből kitűnik, hogy alkalmazásának feltételei az alábbiak: először is az ütköző védjegyek hasonlósága vagy azonossága; másodsor a felszólalásban hivatkozott korábbi védjegy jórnevének fennállása; harmadszor pedig annak veszélye, hogy a bejelentett védjegy alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jórnevét. E feltételek kumulatív jellegűek, és közülük már egynek a hiánya is megghiúsítja az említett rendelkezés alkalmazását (2014. december 11-i Master ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 25. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 65 E harmadik feltételt illetően emlékeztetni kell arra, hogy a korábbi védjegy megkülönböztető képességének vagy jórnevének annak nyomdokain történő tisztességtelen kihasználása többek között akkor állapítható meg, ha valamely jórnévvel rendelkező védjegy kihasználására vagy nyilvánvalóan élőködő módon történő kizsákmányolására tesznek kísérletet, és hogy erre ezért az „élőködés veszélye” kifejezéssel utalnak. Más szavakkal annak kockázatáról van szó, hogy a jórú védjegy imázsa vagy az e védjegy által előrevetített jellemzők a bejelentett védjeggyel megjelölt árukra tevődnek át oly módon, hogy ez a jórnévvel rendelkező korábbi védjeggyel való gondolatbeli társítás elősegíti azok forgalmazását (lásd: 2014. december 11-i Master ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 82. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; lásd még ebben az értelemben 2009. június 18-i L’Oréal és társai ítélet, C-487/07, EU:C:2009:378, 41. pont).
- 66 Annak eldöntésekor, hogy a megjelölés használata tisztességtelenül kihasználja-e a védjegy megkülönböztető képességét vagy jórnevét, olyan átfogó értékelést kell végezni, amely figyelembe veszi az adott ügy valamennyi releváns tényezőjét, amelyek sorában többek között szerepel a korábbi európai uniós védjegy jórnevének intenzitása és megkülönböztető képességének foka, az ütköző védjegyek közötti hasonlóság mértéke, valamint az érintett áruk vagy szolgáltatások jellege, és az, hogy mennyire állnak közel egymáshoz. A védjegy jórnevének intenzitását és megkülönböztető képességének fokát illetően a Bíróság kimondta, hogy minél jelentősebb a védjegy megkülönböztető képessége és jórneve, annál könnyebb a jogsértés megtörténtének elfogadása. Szintén az ítélkezési gyakorlatból következik, hogy minél közvetlenebbül és erőteljesebben idézi fel a megjelölés a védjegyet,

annál nagyobb annak a kockázata, hogy a megjelölés aktuális vagy jövőbeli használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét (2009. június 18-i L'Oréal és társai ítélet, C-487/07, EU:C:2009:378, 44. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; lásd még ebben az értelemben: 2014. december 11-i Master ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 27. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

- 67 A korábbi védjegynek a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdésére hivatkozó jogosultjának azt kell bizonyítania, hogy a későbbi védjegy használata tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét. A korábbi védjegy jogosultjának e célból nem kell bizonyítania a védjegy tényleges és aktuális sérelmének fennállását, ahogyan azt az említett rendelkezés feltételes módban írt szövege is megerősíti. Ugyanis, amennyiben előrelátható, hogy a későbbi védjegy jogosultja általi használatból ilyen sérelem következik, a korábbi védjegy jogosultját nem lehet arra kötelezni, hogy megvárja a sérelem tényleges megvalósulását ahhoz, hogy megtilthassa az említett használatot. A korábbi védjegy jogosultjának azonban bizonyítania kell azon tények fennállását, amelyek alapján az ilyen sérelem jövőbeli bekövetkezésének komoly veszélyére lehet következtetni (lásd ebben az értelemben: 2012. május 22-i Environmental Manufacturing kontra OHIM – Wolf (Farkasfej ábrázolása) ítélet, T-570/10, EU:T:2012:250, 51. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat), vagy másképpen fogalmazva olyan bizonyítékokat kell szolgáltatnia, amelyekből *prima facie* következtetni lehet a tisztességtelen kihasználás vagy sérelem jövőbeni, nem csupán feltételezett veszélyére (lásd: 2015. október 7-i Panrico kontra OHIM – HDN Development [Krispy Kreme DOUGHNUTS] ítélet, T-534/13, nem tették közzé, EU:T:2015:751, 76. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 68 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az élőködés veszélye, illetve hasonlóképpen a felhígulás vagy megfakulás veszélye többek között valószínűségi elemzésből eredő logikai következtetések alapján is megállapítható, amennyiben azok nem pusztán feltevésekből származnak, és figyelembe veszik az érintett kereskedelmi ágazat szokásos gyakorlatát, illetve az adott ügyre vonatkozó valamennyi egyéb körülményt. (2012. május 22-i Environmental Manufacturing kontra OHIM – Wolf (Farkasfej ábrázolása) ítélet, T-570/10, EU:T:2012:250, 52. pont; lásd szintén: 2014. december 11-i Master ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 84. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 69 A Bíróság többek között megállapította, hogy az annak meghatározására irányuló átfogó értékelés során, hogy fennáll-e a korábbi védjegy megkülönböztető képességének vagy jóhírnevének tisztességtelen kihasználása, azt is figyelembe kellett venni, hogy az utánzott parfümökéhez hasonló csomagolások és üvegek használatának az a célja, hogy reklámcélból hasznot húzzon azon védjegyek megkülönböztető képességéből és jóhírnevéből, amelyekkel e parfümöket értékesítik. A Bíróság azt is kimondta, hogy amikor valamely harmadik fél a jóhírnevű védjegyhez hasonló megjelölés használatával megpróbál annak nyomdokába lépni azért, hogy részesüljön annak vonzerejéből, elismertségéből és presztízséből, valamint azért, hogy kihasználja – mindennemű pénzügyi ellentételezés nélkül, illetve anélkül, hogy e tekintetben saját ráfordítást kellene eszközölnie – a védjegyjogosult által e védjegy imázsának megteremtése és fenntartása érdekében eszközölt üzleti ráfordításokat, akkor az említett használatból származó hasznat az említett védjegy megkülönböztető képessége vagy jóhírneve tisztességtelen kihasználásának kell minősíteni (2009. június 18-i L'Oréal és társai ítélet, C-487/07, EU:C:2009:378, 48. és 49. pont; 2014. december 11-i Master ítélet, T-480/12, EU:T:2014:1062, 85. pont).
- 70 Végül a Törvényszék több alkalommal kimondta, hogy lehetséges – különösen olyan felszólalás esetében, amely valamely kivételesen jelentős jóhírnévvel rendelkező védjegyen alapul –, hogy a bejelentett védjegy által történő tisztességtelen kihasználás vagy sérelem jövőbeni, nem csupán feltételezett veszélyének valószínűsége annyira nyilvánvaló, hogy a felszólalónak nem is kell e célból más ténybeli elemre hivatkoznia vagy ilyen elemre vonatkozó bizonyítékot előterjesztenie (lásd ebben az értelemben: 2007. március 22-i Sigla kontra OHIM – Elleni Holding (VIPS) ítélet, T-215/03, EU:T:2007:93, 48. pont; 2016. október 27-i Spa Monopole kontra EUIPO – YTL Hotels & Properties (SPA VILLAGE) ítélet, T-625/15, nem tették közzé, EU:T:2016:631, 63. pont).

- 71 E megfontolások alapján kell megvizsgálni, hogy a fellebbezési tanács helyesen állapította-e meg azt, hogy lényegében a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének alkalmazási feltételei a jelen ügyben nem teljesültek.
- 72 A felperes első kifogását eleve el kell utasítani. A fenti 34–49. pontban ugyanis kimondásra került, hogy a fellebbezési tanács megtette a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) végrehajtásához szükséges intézkedéseket, amelynek során figyelembe vette a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos bizonyítékokat.
- 73 Ezt követően meg kell vizsgálni a felperesnek a korábbi védjegyek jóhírneve tisztességtelen kihasználása veszélyének megállapításával kapcsolatos második kifogását, valamint előzetesen az EUIPO és a beavatkozó fél erre vonatkozó egyes érveit.

A bejelentett védjegyet magában foglaló összetett védjegy használatának figyelembevételéről

- 74 A beavatkozó fél azt állítja, hogy a „www.mastercola.com” internetes oldalának kivonatain megjelenített védjegy nem a bejelentett védjegy, azaz a Master védjegy, hanem egy másik védjegy, a Master Cola, amelynek a használata a jelen ügyben nem releváns.
- 75 A Bíróság által a valamely védjegy használat útján megszerzett megkülönböztető képességével és a védjegyoltalomhoz kapcsolódó jogoknak a tényleges használat bizonyítása révén történő fenntartásával összefüggésben kialakított ítélkezési gyakorlatából kitűnik, hogy általánosságban valamely védjegy „használatának” fogalma a szó jelentésénél fogva általában kiterjed az említett védjegy önálló használatára, valamint annak valamely más védjegy elemeként történő, azzal együttesen vagy összetételben történő használatára is. A Bíróság arra is rámutatott, hogy az olyan lajstromozott védjegyre, amelyet kizárólag valamely összetett védjegy részeként vagy valamely más védjeggyel együtt használnak, továbbra is úgy kell tekinteni, mint a szóban forgó áru származására utaló jelzésre (lásd ebben az értelemben: 2005. július 7-i Nestlé ítélet, C-353/03, EU:C:2005:432, 29. és 30. pont; 2013. április 18-i Colloseum Holding ítélet, C-12/12, EU:C:2013:253, 32., 35. és 36. pont; 2013. július 18-i Specsavers International Healthcare és társai ítélet, C-252/12, EU:C:2013:497, 23. és 26. pont).
- 76 A jelen ügyben meg kell állapítani, hogy a „master” kifejezés a beavatkozó fél „www.mastercola.com” internetes oldalán többek között italok vonatkozásában használt Master Cola védjegy megkülönböztető és domináns eleme. Ily módon a Master Cola összetett védjegyben a „master” elemet továbbra is a beavatkozó fél áruinak származására utaló jelzésnek kell tekinteni. Következésképpen e kifejezésnek a Master Cola összetett védjegy alkotóelemeként történő használata ténylegesen maga a Master védjegy használatának minősül.
- 77 Ebből következik, hogy a beavatkozó fél „www.mastercola.com” internetes oldaláról kivonatolt bizonyítékok nem utasíthatók el azon egyszerű indokkal, hogy az ott megjelenő védjegy a Master Cola, nem pedig az önállóan álló Master védjegy. Ez még inkább így van, mivel az előbbi teljes egészében magában foglalja az utóbbit.
- 78 Ezzel szemben a 2014. december 11-i Master ítéletben (T-480/12, EU:T:2014:1062) kimondottakhoz hasonlóan meg kell állapítani, hogy e bizonyítékok ténylegesen a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatosak.
- 79 A fellebbezési tanács tehát jogosan vette figyelembe e bizonyítékokat a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) végrehajtása során.

A bejelentett védjegy Unión kívüli használatának a területiség elvére tekintettel történő figyelembevételéről

- 80 Az EUIPO azt állítja, hogy lehetetlen megtagadni valamely európai uniós védjegy lajstromozását olyan cselekmények alapján, amelyeket az Unió területén kívül vittek véghez. Álláspontja szerint az, ha a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének alkalmazhatóságával kapcsolatos valamely határozatot az Unió területén kívül megvalósult tényállásra alapítanak, megfosztja a területiség elvét a tartalmától.
- 81 Emlékeztetni kell arra, hogy a területiség elve a védjegyjogban azt jelenti, hogy azon állam vagy államok uniójának joga határozza meg a védjegyoltalom feltételeit, ahol valamely védjegy oltalmát kérték (lásd ebben az értelemben: 1994. június 22-i IHT Internationale Heiztechnik és Danzinger ítélet, C-9/93, EU:C:1994:261, 22. pont; 2012. szeptember 13-i Protégé International kontra Bizottság ítélet, T-119/09, nem tették közzé, EU:T:2012:421, 78. pont). Pontosítani kell, hogy a területiség elve azzal jár, hogy valamely állam vagy államok uniójának bírósága (részben vagy teljes mértékben) – a harmadik államokat kizárva – joghatósággal rendelkezik az e tagállam vagy tagállamok ezen uniójának területén elkövetett vagy megkísérelt bitorlási cselekményekre (lásd ebben az értelemben: 2011. április 12-i DHL Express France ítélet, C-235/09, EU:C:2011:238, 37. és 38. pont).
- 82 A jelen ügyben először is rá kell mutatni, hogy a beavatkozó fél európai uniós védjegy lajstromozása iránti kérelmet nyújtott be. A területiség elve alapján az uniós jog, és különösen a 207/2009 rendelet határozza meg ezen oltalom feltételeit.
- 83 Másodszer a felperes felszólalást nyújtott be ezen európai uniós védjegybejelentéssel szemben négy korábbi európai uniós Coca-Cola védjegy alapján. A területiség elve szerint e védjegyek az Unióban oltalmat élveznek, és azokra valamely későbbi védjegybejelentéssel szemben benyújtott felszólalásban hivatkozni lehet.
- 84 Ezzel szemben meg kell állapítani, hogy a felperes nem hivatkozott az Unión kívüli harmadik országokban elismert esetleges korábbi jogokra. A fellebbezési tanácsnak a megtámadott határozat 29. pontjában tett azon állítása tehát, amely szerint nem tudta, ki volt a jogosult ezen országokban, és hogy a felperes nem hivatkozott jogainak e régióban történő megsértésére, irreleváns.
- 85 E tekintetben az EUIPO azon állítását is figyelmen kívül kell hagyni, amely szerint a Párizsi Uniós Egyezmény 4. és 6a. cikkével összhangban a védjegyek valamely országban való lajstromozása vagy használata csak kivételes körülmények között jár joghatóságokkal egy másik országban, például ha elsőbbséget igényelnek, vagy egy másik országban használt vagy lajstromozott védjegyek egy adott országban fennálló jóhírnevére hivatkoznak. Kétségtelenül igaz, hogy a Párizsi Uniós Egyezmény értelmében vett közismert védjegyre való hivatkozás kivétel a területiség elve alól abban az értelemben, hogy az Unióban be nem jelentett védjegyre mégis hivatkozni lehet felszólás útján az Unióban, tekintettel arra, hogy az említett egyezményben részes valamely harmadik államban közismertségnek örvend. Mindazonáltal a jelen ügyben a felperes felszólalása alátámasztásaként európai uniós védjegyekre, azaz négy korábbi Coca-Cola védjegyre, nem pedig olyan harmadik államokban közismert védjegyekre hivatkozik, amelyet az Unióban nem jelentettek be. Következésképpen itt nincs szó a területiség elve alóli kivételről.
- 86 Rá kell tehát mutatni, hogy a Párizsi Uniós Egyezmény e rendelkezései esetleges korábbi jogokra vonatkoznak, nem pedig valamely utólagos európai uniós bejelentésre. Egyáltalán nem tiltják meg tehát, hogy az Unióban bejelentett védjegy harmadik államban történő használatát valamely felszólalási ok fennállásának az Unióban történő megállapítása érdekében figyelembe vegyék.

- 87 Harmadszor, a jelen esetben a felperes azon veszély fennállására hivatkozik, hogy az Unióban, nem pedig azon kívül használják ki tisztességtelenül korábbi védjegyeinek jóhírnevét. A bejelentett védjegy harmadik országokban történő tényleges használatára csak a bejelentett védjegynek az Unióban megvalósuló, valószínű kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos logikai következtetés megalapozása érdekében hivatkozik. Végző soron tehát valóban az utóbbi releváns.
- 88 E tekintetben meg kell állapítani, hogy a területiség elve a védjegyjogban egyáltalán nem zárja ki a bejelentett védjegyet érintő, Európai Unió kívüli használati cselekmények figyelembevételét a bejelentett védjegynek az Unióban megvalósuló, valószínű kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos logikai következtetésnek annak megállapítása céljából történő megalapozása érdekében, hogy fennáll annak veszélye, hogy a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében véve az Unióban tisztességtelenül kihasználják valamely korábbi európai uniós védjegy jóhírnevét.
- 89 A jelen ügyben ebből az következik, hogy a területiség elvével nem ellentétes, ha figyelembe veszik a bejelentett Master védjegy (és a vele együttesen használt „cola” kifejezés) Szíriában és a Közel-Keleten történő, kereskedelmi forgalomban való tényleges használatával kapcsolatos olyan bizonyítékokat, mint a főként arab nyelvű „www.mastercola.com” oldalról származó kivonatok, annak a veszélynek a megállapítása érdekében, hogy az említett védjegynek az Unióban történő használata tisztességtelenül kihasználja az Unióban a négy korábbi európai uniós Coca-Cola védjegy jóhírnevét.

Az élőködés Unióban megvalósuló veszélyére vonatkozó logikai következtetések értékeléséről

- 90 A fellebbezési tanács a megtámadott határozat 27. pontjában megállapította, hogy „[a] bizonyítékok alátámasztották, hogy a [beavatkozó fél] italait olyan palackokban értékesítette, amelyeknek a megjelenése, képi világa, stilizálása, betűtípusa és csomagolása azonos volt a [felperes által] a Coca-Cola név alatt értékesített palackokéval”.
- 91 Mindazonáltal a megtámadott határozat 28–33. pontjában a fellebbezési tanács megállapította, hogy e bizonyítékoknak olyan a tartalmuk, hogy lényegében az alábbi három okból nem alkalmasak a felszólalás és különösen az élőködés veszélyének megalapozására. Először is a fellebbezési tanács megállapította, hogy az említett bizonyítékok nem támasztják alá, hogy a beavatkozó fél az Unióban használta a „www.mastercola.com” internetes oldalán megjelenített ábrázolást. E megállapítás alátámasztása érdekében megemlítette azt a körülményt, hogy ezen internetes oldal alapvetően arab nyelvű, annak ellenére, hogy azon egy angol nyelvű oldal is található, valamint hogy nem szerepel rajta semmilyen utalás arra vonatkozóan, hogy a kínált termékeket interneten meg lehetne rendelni, és az Európai Unió irányába el lehetne küldeni. Másodszor a fellebbezési tanács úgy vélte, hogy azon egyszerű körülmény, miszerint bejelentettek egy európai uniós védjegyet, amelynek a megjelenítése különbözik a beavatkozó fél internetes oldalán szereplőtől, nem utal arra, hogy a beavatkozó fél szándékában állt árui értékesítésének az Unióban azzal azonos módon történő előmozdítása, ahogyan azt Szíriában és a Közel-Keleten tette. Harmadszor a fellebbezési tanács megállapította, hogy a felperes nem mutatta be azt a konkrét imázst sem, amely a korábbi Coca-Cola védjegyekről a szóban forgó bejelentésre az Unióban vagy az Unió kívüli átvihető, különösen a 29. és 30. osztályba tartozó áruk, valamint a 32. osztályba tartozó italok vonatkozásában. Álláspontja szerint tehát a benyújtott bizonyítékok nem tették lehetővé annak egyértelmű megállapítását, hogy mit jelent a Coca-Cola. A fellebbezési tanács megjegyezte, hogy mivel őt a 207/2009 rendelet 76. cikke értelmében kötik a felek érvei, nem az ő feladata, hogy maga tegyen kísérletet ezen érvek beszerzésére.
- 92 Először is rá kell mutatni, hogy a fellebbezési tanács azon megállapítása, amely szerint a bizonyítékok nem támasztották alá, hogy a beavatkozó fél az Unióban a „www.mastercola.com” internetes oldalán szereplő megjelenítést használja, a jelen ügyben önmagában hatástalan.

- 93 Kétségtelenül meg kell jegyezni, hogy a „www.mastercola.com” oldal aktuális állapotában nem elsősorban az Európai Unió fogyasztóit célozza, tekintettel arra, hogy az oldal nem említi az Uniót, továbbá arra, hogy a szövege főként arab nyelvű. Így van ez a felperes által hangsúlyozott „com” elemének, valamint a <http://www.mastercola.com/companyprofile-en.htm> címen a részét képező angol nyelvű oldal jelenléte ellenére.
- 94 Mindazonáltal e megjegyzés az említett internetes oldal kivonatait nem teszi teljesen irrelevánssá. Megalapozhatnak ugyanis logikai következtetést a bejelentett védjegynek az Unióban megvalósuló valószínű kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatban azon veszély megállapítása érdekében, hogy megvalósul a tisztességtelen kihasználás az Unióban (lásd a fenti 88. és 89. pontot).
- 95 Az EUIPO tehát jogosan állapítja meg a válaszbeadványának 32. pontjában, hogy a világon bárhol történő konkrét használat bizonyítékai információt nyújthatnak arról, hogy a bejelentett védjegyet milyen módon használhatják az Unióban, és ezért az ilyen Unión kívüli használat lehetővé teheti annak meghatározását, hogy a bejelentett védjegy használata alkalmas-e arra, hogy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyek jóhírnevét.
- 96 A Törvényszék tehát megállapítja, hogy főszabály szerint valamely európai uniós védjegybejelentésből logikai úton az a következtetés vonható le, hogy e védjegy jogosultjának szándékában áll áruit és szolgáltatásait az Európai Unióban értékesíteni.
- 97 A jelen ügyben tehát logikusan előre látható, hogy a beavatkozó fél, amennyiben a bejelentett védjegyet számára lajstromozzák, internetes oldalát az áruinak az említett védjegy alatt az Unióban történő értékesítésére irányuló ilyen szándékkal módosítja.
- 98 E tekintetben meg kell jegyezni, hogy a „www.mastercola.com” internetes oldal nem rögzített tartalmú, és módosítható annak érdekében, hogy az uniós fogyasztókat célozza, azáltal, hogy az Unió egy vagy több hivatalos nyelvén tartalmakat adnak hozzá.
- 99 Másodszor a fellebbezési tanács úgy vélte, hogy azon egyszerű körülmény, miszerint a beavatkozó fél bejelentett egy európai uniós védjegyet, nem utal arra, hogy szándékában állt áruit értékesítésének az Unióban azzal azonos módon történő előmozdítása, ahogyan azt Szíriában és a Közel-Keleten tette.
- 100 Először is rá kell mutatni, hogy a beavatkozó fél nem jelölte meg, milyen módon állt szándékában áruit értékesítésének az Unióban történő előmozdítása, és e tekintetben semmilyen bizonyítékot nem szolgáltatott.
- 101 Ezt követően, mivel nem állnak rendelkezésre konkrét információk a beavatkozó fél Unión belüli kereskedelmi szándékairól, meg kell állapítani, hogy a felperes által benyújtott, a „www.mastercola.com” internetes oldalról származó, a bejelentett védjegy Unión kívüli tényleges használatával kapcsolatos kivonatok alapján *prima facie* következtetni lehet az Unión belüli tisztességtelen kihasználás jövőbeni, nem feltételezett veszélyére.
- 102 Az ítélezési gyakorlat ugyanis lehetővé teszi az élősködés veszélyének valószínűségi elemzésből eredő logikai következtetések alapján történő megállapítását, amennyiben azok nem pusztán feltevésekből származnak, és figyelembe veszik az érintett kereskedelmi ágazat szokásos gyakorlatát, illetve az adott ügyre vonatkozó valamennyi egyéb körülményt (lásd a fenti 67. és 68. pontot).
- 103 A jelen ügyben az a körülmény, hogy a beavatkozó fél nem szolgáltatott konkrét bizonyítékot arra vonatkozóan, hogy esetlegesen az Unióban a harmadik országokat érintő kereskedelmi szándékoktól eltérő kereskedelmi szándékok állnának fenn, nem releváns. Mivel ugyanis a felperes a „www.mastercola.com” internetes oldalról származó kivonatok benyújtásával bizonyította, hogy a beavatkozó fél az Unión kívül ténylegesen használta a bejelentett védjegyet, rá kell mutatni, hogy a bizonyítási teher szempontjából a beavatkozó fél számára könnyebbnek bizonyult annak bizonyítása,

hogy kereskedelmi szándékai eltérőek az Unióban, mint a felperes számára annak bizonyítása, hogy a beavatkozó félnek az Unióban hasonlóak a valószínű kereskedelmi szándékai az Unión kívül ténylegesen fennálló kereskedelmi gyakorlatával. A beavatkozó fél azonban ilyen bizonyítékot nem terjesztett elő.

- 104 Azt a következtetést kell tehát a felpereshez hasonlóan levonni, hogy a bejelentett védjegynek a beavatkozó fél által, az Unión kívül különös és szándékosan választott megjelenítéssel történő tényleges használata – a beavatkozó fél által benyújtott, jelen esetben rendelkezésre nem álló, ellenkező bizonyíték hiányában – ahhoz a logikai következtetéshez vezethet, amely szerint fennáll annak komoly veszélye, hogy a bejelentett védjegyet az Unión belül ugyanilyen módon használják, mint a harmadik országokban, annál is inkább, mivel a beavatkozó fél kifejezetten az Unión belüli használat céljából kérte a bejelentett védjegy lajstromozását.
- 105 E következtetést nem cáfolja az EUIPO azon állítása, amelynek lényege szerint lehetséges, hogy azon megjelenítési elemeket, amelyeket az Unión kívül használnak, de nem képezik a bejelentett védjegy részét (azaz a piros címke, amelyek a „Master Cola” felirat fehérrel írva szerepel, a tárolóeszköz jellegzetes formája és a piros kupak), nem használják az Unióban. Kétségtelen, ahogyan azt az EUIPO megjegyzi, hogy e megjelenítési elemek bizonyos szerepet játszhatnak abban, hogy a vásárlóközönség képes legyen a bejelentett védjegyet a felperes védjegyeivel élőködő módon képzettársítás útján összekapcsolni. Mindazonáltal a 2014. december 11-i Master ítélet (T-480/12, EU:T:2014:1062) 64. és 74. pontjában a Törvényszék megállapította, hogy az ütköző megjelöléseknek az élőködés esetleges veszélyének értékelésekor figyelembe veendő átfogó hasonlósága pusztán a vizuális hasonlóság elemeiből is következhet, amely nem csupán a „c” és az „m” kezdőbetűiket aláírásra jellemző ívben meghosszabbító „uszálynak”, hanem a jelenkori üzleti életben kevésbé szokványos betűtípus, azaz a sprenceria írás közös használatának is betudható, amit az érintett fogyasztó egészében érzékel. Ily módon, jóllehet az említett megjelenítési elemeknek az Unióban történő esetleges használata alkalmas arra, hogy megerősítse az élőködés veszélyére vonatkozó logikai következtetést, az nem képezi e következtetés szükséges feltételét. Ezenkívül az a körülmény, hogy ilyen megjelenítési elemeket a beavatkozó fél internetes oldalán, annak aktuális állapotában már használnak, megalapozhatja azt a logikai következtetést, amely szerint azokat a jövőben az említett oldalon használhatják oly módon módosítva, hogy az az Unió fogyasztókat célozza (lásd a fenti 98. pontot).
- 106 Egyébiránt az EUIPO azon állítása, amely szerint a felperes nem nyújtott tájékoztatást azon uniós fogyasztók számáról, akik meglátogatták a „www.mastercola.com” internetes oldalt, hatástalan. Egyrészt a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése az Unióban megvalósuló jövőbeni és nem hipotetikus élőködés veszélyének az aktuálisan rendelkezésre álló adatok alapján történő, jövőre vonatkozó elemzését feltételezi, nem pedig az Unióban aktuálisan megvalósuló élőködés bizonyítását. A korábbi védjegy jogosultjának nem kell bizonyítania a védjegye tényleges és aktuális sérelmének fennállását, ahogyan azt az említett rendelkezés feltételes módban írt szövege is megerősíti (lásd a fenti 67. pontot). Másrészt, noha a felhígulás veszélye (azaz annak veszélye, hogy a korábbi védjegyeknek sérül a megkülönböztető képessége), feltételezi annak bizonyítását, hogy a későbbi védjegy használatának következtében megváltozott az átlagfogyasztó gazdasági magatartása azon áruk vagy szolgáltatások esetében, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták (lásd: 2013. november 14-i Environmental Manufacturing kontra OHIM ítélet, C-383/12 P, EU:C:2013:741, 34. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat), az élőködés veszélye (azaz annak veszélye, hogy tisztességtelenül kihasználják a korábbi védjegyek megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét) tekintetében ennek bizonyítása nem szükséges. Az élőködés veszélyét tehát, azon áruk és szolgáltatások átlagos, szokásosan tájékozott, észszerűen figyelmes és körültekintő fogyasztója szempontjából kell értékelni, amelyek vonatkozásában a későbbi védjegyet, nem pedig a korábbi védjegyet lajstromozták, mivel az e védjegyből a későbbi védjegy jogosultja által szerzett előnyre vonatkozik (lásd ebben az értelemben: 2008. november 27-i Intel Corporation ítélet, C-252/07, EU:C:2008:655, 36. pont; 2017. szeptember 20-i The Tea Board kontra EUIPO ítélet, C-673/15 P–C-676/15 P, EU:C:2017:702, 92. pont).

- 107 A fentiek összességéből következik, hogy a fellebbezési tanács tévedett a bejelentett védjegy Unión kívüli, kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos bizonyítékok, különösen a beavatkozó fél „www.mastercola.com” internetes oldala felperes által benyújtott kivonatainak értékelése során, mivel nem vette figyelembe azon logikai következtetéseket és valószínűségi elemzéseket, amelyek azokból az Unióban megvalósuló élsőködés veszélye vonatkozásában következnek. Ezzel megsértette a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdését.
- 108 Következésképpen az első jogalapnak helyt kell adni.
- 109 Ráadásul és *obiter dictum* jelleggel a jelen jogvita rendezése és az egymást követő hatályon kívül helyezések és visszautalások elkerülése érdekében, a megfelelő igazságszolgáltatás és a pergazdaságosság elvére tekintettel a Törvényszék célszerűnek véli, hogy az ügy iratainak, valamint a felektől írásbeli kérdések útján és a tárgyaláson kapott észrevételek fényében határozzon a fellebbezési tanács azon értékeléséről, amely szerint a felperes nem mutatta be azt a konkrét imázst sem, amely a négy korábbi Coca-Cola védjegyről a szóban forgó bejelentésre az Unióban vagy az Unión kívül átvihető, és a benyújtott bizonyítékok nem teszik lehetővé annak egyértelmű megállapítását, hogy mit jelent a Coca-Cola.
- 110 E tekintetben hangsúlyozni kell, hogy a 207/2009 rendelet 65. cikkének (2) bekezdése (jelenleg a 2017/1001 rendelet 72. cikkének (2) bekezdése) alapján a Törvényszék feladata az EUIPO fellebbezési tanácsai határozatai jogszerűségének felülvizsgálata, az uniós jog alkalmazásának többek között az említett tanácsok előtt előterjesztett tényállási elemek fényében történő ellenőrzésével. Így az említett, a Bíróság által értelmezett cikk korlátain belül a Törvényszék teljeskörűen felülvizsgálhatja az EUIPO fellebbezési tanácsai határozatainak jogszerűségét, szükség esetén ellenőrizve azt, hogy e tanácsok a jogvita tényállását jogilag pontosan minősítették-e, vagy hogy téves-e az említett tanácsok elé terjesztett tényállás (2008. december 18-i Les Éditions Albert René kontra OHIM ítélet, C-16/06 P, EU:C:2008:739, 38. és 39. pont).
- 111 Amikor ugyanis az EUIPO valamely fellebbezési tanácsa határozatának jogszerűségét kell értékelnie, a Törvényszéket nem kötheti e tanácsnak a tényállásra vonatkozó téves értékelése, mivel az említett értékelés a részét képezi azoknak a következtetéseknek, amelyek jogszerűségét vitatják a Törvényszék előtt (2008. december 18-i Les Éditions Albert René kontra OHIM ítélet, C-16/06 P, EU:C:2008:739, 48. pont).
- 112 A jelen ügyben a felperes a megtámadott határozat hatályon kívül helyezését kérte, és első jogalapját a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének megsértésére alapította. Ily módon a tisztességtelen kihasználás fennállásának értékelése, különösen azon imázs megállapítása, amely a korábbi védjegyekről a bejelentett védjegyre átvihető, azon megállapítások részét képezi, amelyek jogszerűségét a Törvényszék előtt vitatják.
- 113 A korábbi védjegyekről a bejelentett védjegyre átvihető imázssal kapcsolatos bizonyítékokat illetően kétségkívül meg kell állapítani, hogy a keresetlevélben a felperes annak említésére szorítkozott, hogy „a [beavatkozó fél] szándéka nyilvánvalóan a jóhírnevének [...] és azon jelentős üzleti ráfordítások kihasználására irányult, amelyeket a Coca-Cola védjegy imázsának megteremtése érdekében tett”.
- 114 Mindazonáltal az ügy irataiból az következik, hogy a felperes által a felszólalási osztály előtt 2011. február 23-án előterjesztett és a fellebbezési tanácshoz benyújtott fellebbezés indokait tartalmazó 2012. január 25-i beadványhoz mellékelte észrevételek 20–29. pontjában a felperes hosszan taglalta a négy korábbi Coca-Cola védjegy imázsát, amelyeknek így módon a jóhírnevét kívánta bizonyítani. Az említett észrevételek 27–29. pontjában többek között említette egy könyv és a Superbrands független szervezet tanulmányának kivonatait (amelyeket egyenként 4. és 5. mellékletként csatoltak az említett észrevételekhez), amelyek szerint különösen „a Coca-Cola a világon a leginkább elismert védjegy, amely világszerte 94% ismertséggel rendelkezik”, „a Coca-Cola ismert innovatív és releváns marketingkampányairól, és híres emblematikus reklámjairól”, továbbá „[a] Coca-Cola védjegy értékei

az idő múlásával nem koptak meg, és céljuk az optimizmus, a barátságosság (vagy az együttélés) és a hitelesség közvetítése; [a] Coca-Cola nem politizál, de célja az embereknek a jobb idők és lehetőségek inspiráló ígéretével történő összefogása; [e]zen értékek teszik a Coca-Colát manapság éppen olyan relevánssá és vonzóvá, mint a múltban, és alátámasztják azon lojalitást, rokonszenvet és szeretetet, amelyet teljes nemzedékek tanúsítottak a védjegy iránt; [a] The Coca-Cola Company azon hírneve, hogy erőteljes marketinget folytat, biztosítja, hogy e kapcsolat minden eddiginél erősebb maradjon”.

- 115 E tekintetben emlékeztetni kell arra, hogy az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az EUIPO különböző fórumai, vagyis egyrészt az elbíráló, a felszólalási osztály, a védjegyigazgatási és jogi osztály, a törlési osztályok, másrészt pedig a fellebbezési tanácsok között funkcionális folyamatosság áll fenn. Az EUIPO különböző fórumai közötti ezen funkcionális folyamatosságból következik, hogy az EUIPO első fokon eljáró fórumai által hozott határozatok tekintetében lefolytatandó felülvizsgálat keretében a fellebbezési tanácsoknak a határozataikat a felek által akár az első fokon döntő fórum előtti eljárásban, akár a fellebbezési eljárásban előterjesztett valamennyi ténybeli és jogi elemre kell a határozataikat alapítaniuk. A fellebbezési tanácsok által végzett felülvizsgálat nem korlátozódik a megtámadott határozat jogszerűségére, hanem a fellebbezési eljárás devolutív hatálya miatt a jogvita egészének új értékelését feltételezi, mivel a fellebbezési tanácsoknak teljes egészében újra kell vizsgálniuk az eredeti kérelmet, és figyelembe kell venniük a kellő időben benyújtott bizonyítékokat (lásd: 2007. november 6-i SAEME kontra OHIM – Racke (REVIAN’s) ítélet, T-407/05, EU:T:2007:329, 49–51. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat). Ily módon a 207/2009 rendelet 64. cikkének (1) bekezdéséből (jelenleg a 2017/1001 rendelet 71. cikkének (1) bekezdése) következik, hogy a fellebbezési tanácsnak az előtte benyújtott fellebbezés vonatkozásában el kell végeznie a felszólalás új és teljes érdemi vizsgálatát, úgy a jogi, mint a tényállási elemek vonatkozásában (2007. március 13-i OHIM kontra Kaul ítélet, C-29/05 P, EU:C:2007:162, 57. pont; 2016. december 13-i Guiral Broto kontra EUIPO – Gastro & Soul (Café del Sol) ítélet, T-548/15, nem tették közzé, EU:T:2016:720, 21. pont).
- 116 A funkcionális folyamatosság elve alapján meg kell állapítani, hogy a fellebbezési tanács köteles volt figyelembe venni a felperes által a felszólalási osztály előtt 2011. február 23-án előterjesztett (és a fellebbezés indokait tartalmazó 2012. január 25-i beadványhoz mellékelte) észrevételekben előadott, azzal a négy korábbi Coca-Cola védjegy azon imázsával kapcsolatos állításokat, amely a bejelentett védjegyre átvihető.
- 117 A fellebbezési tanács tehát tévesen állította a megtámadott határozat 30. pontjában, hogy a felperes nem mutatta be, mivolt az a konkrét imázs, amely a négy korábbi Coca-Cola védjegyről a bejelentett védjegyre átvihető volt. A fellebbezési tanács szintén tévesen tette hozzá, hogy a benyújtott bizonyítékok nem teszik lehetővé annak egyértelmű bizonyítását, hogy mit jelent a Coca-Cola.
- 118 Ráadásul, noha a megtámadott határozat 32. pontjában a fellebbezési tanács jogosan jegyezte meg, hogy a 207/2009 rendelet 76. cikke alapján kötik a felek érvei, tévesen vélte lényegében azt, hogy a felperes nem terjesztette elő az EUIPO előtt az azon imázzsal kapcsolatos érveket és bizonyítékokat, amely a korábbi védjegyekről a bejelentett védjegyre átvihető.
- 119 Ellentétben azzal, amit a fellebbezési tanács a megtámadott határozat 30–33. pontjában kimondott, meg kell állapítani, hogy a felperes ténylegesen előterjesztette az EUIPO előtt az azon imázzsal kapcsolatos érveket és bizonyítékokat, amely a korábbi védjegyekről a bejelentett védjegyre átvihető, különösen Superbrands tanulmányának a felperes által a felszólalás alátámasztására benyújtott észrevételekben idézett kivonatait.
- 120 A teljesség kedvéért a Törvényszék végül kiemeli a fellebbezési tanács által a megtámadott határozat 31. pontjában tett azon megállapítás nem döntő jellegét, amely szerint a 29. és 30. osztályba tartozó áruk egyike sem olyan üdítőital, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyeket lajstromozták.

- 121 A 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdésével kapcsolatos ítélkezési gyakorlat szerint ugyanis bizonyos védjegyek szert tehettek olyan jóhírnévre is, amely túlterjed azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönségén, amelyek vonatkozásában lajstromozták őket. Ebben az esetben lehetséges, hogy azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönsége, amelyekre a későbbi védjegyet lajstromozták, akkor is rokonítja az ütköző védjegyet, ha teljesen különbözik azon áruk vagy szolgáltatások vásárlóközönségétől, amelyek vonatkozásában a korábbi védjegyet lajstromozták (2008. november 27-i Intel Corporation ítélet, C-252/07, EU:C:2008:655, 51. és 52. pont).
- 122 Ezenkívül a jelen ügyben a felperes által a felszólalási osztályhoz benyújtott és a fenti 114. pontban idézett Superbrands tanulmány rámutat, hogy „[n]ivel a Coca-Cola továbbra is a világszerte legmagasabb szinten elismert védjegy, a vállalkozás felhasználhatja a fogyasztókkal fennálló kapcsolatát arra, hogy az alkoholmentes italok piacán kívül is hatást gyakoroljon”.
- 123 Tekintettel arra, hogy a Törvényszék az első jogalapnak a fenti 108. pontban helyt adott, a keresetnek helyt kell adni, és ennek folytán a megtámadott határozatot hatályon kívül kell helyezni.

A költségekről

- 124 A Törvényszék eljárási szabályzata 134. cikkének 1. §-a alapján a Bíróság a pervesztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte.
- 125 Mivel az EUIPO és a beavatkozó fél pervesztes lett, egyrészt a felperes kérelmének megfelelően az EUIPO-t kötelezni kell a saját költségeinek viselésén kívül a felperes részéről felmerült költségek viselésére, másrészt úgy kell határozni, hogy a beavatkozó fél maga viseli a saját költségeit.
- 126 Egyébiránt a felperes kérte, hogy a Törvényszék az EUIPO-t kötelezze a nála a felszólalási és a fellebbezési eljárás valamennyi szakaszában felmerült költségek viselésére. E tekintetben emlékeztetni kell arra, hogy az eljárási szabályzat 190. cikkének (2) bekezdése értelmében a feleknél a fellebbezési tanács előtti eljárással kapcsolatban szükségszerűen felmerült költségeket megtérítendő költségeknek kell tekinteni. Ez azonban nem vonatkozik a felszólalási osztály előtti eljárás során felmerült költségekre. Ennélfogva a felperes az iránti kérelmének, hogy a Törvényszék kötelezze az EUIPO-t mint pervesztést az igazgatási eljárás költségeinek viselésére, kizárólag azon költségek vonatkozásában lehet helyt adni, amelyek a felperes részéről a fellebbezési tanács előtti eljárással kapcsolatban szükségszerűen merültek fel (lásd ebben az értelemben: 2016. október 11-i Guccio Gucci kontra EUIPO – Guess? IP Holder (Négy egymásba fonódó G ábrázolása) ítélet, T-753/15, nem tették közzé, EU:T:2016:604, 56. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

A fenti indokok alapján

A TÖRVÉNYSZÉK (nyolcadik tanács)

a következőképpen határozott:

- 1) **A Törvényszék hatályon kívül helyezi az Európai Unió Szellemi Tulajdoni Hivatala (EUIPO) negyedik fellebbezési tanácsának 2015. december 2-i határozatát (R 1251/2015-4. sz. ügy).**
- 2) **Az EUIPO a saját költségein felül viseli a The Coca-Cola Company részéről felmerült költségeket, ideértve az EUIPO fellebbezési tanácsa előtt felmerült költségeket is.**
- 3) **A Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd (Mitico) maga viseli saját költségeit.**

Collins

Kancheva

Passer

Kihirdetve Luxembourgban, a 2017. december 7-i nyilvános ülésen.

Aláírások

Tartalomjegyzék

A jogvita előzményei.....	2
A felek kérelmei	7
A jogkérdésről.....	8
A második, a 207/2009 rendelet 65. cikke (6) bekezdésének megsértésére alapított joga­ lapról	8
Az első, a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének megsértésére alapított joga­ lapról.....	11
Az ítélkezési gyakorlat felidézése és előzetes észrevételek	13
A bejelentett védjegyet magában foglaló összetett védjegy használatának figyelembevéte­ léről	15
A bejelentett védjegy Unión kívüli használatának a területiség elvére tekintettel történő figyelembevétele­ ről	16
Az elősködés Unióban megvalósuló veszélyére vonatkozó logikai következtetések értékeléséről	17
A költségekről.....	22