



Teismo praktikos rinkinys

BENDROJO TEISMO (devintoji kolegija) SPRENDIMAS

2018 m. kovo 1 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Protesto procedūra – Vaizdinio Europos Sąjungos prekių ženklo, kurį sudaro dvi lygiagrečios juostelės ant bato, paraiška – Ankstesnis vaizdinis Europos Sąjungos prekių ženklas, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės ant bato – Santykinis atmetimo pagrindas – Kenkimas geram vardui – Reglamento (EB) Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalis (dabar Reglamento (ES) 2017/1001 8 straipsnio 5 dalis)“

Byloje T-629/16

Shoe Branding Europe BVBA, įsteigta Audenardėje (Belgija), atstovaujama advokato J. Løje,

ieškovė,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovojamą A. Lukošiūtės ir A. Söder,

atsakovę,

kita procedūros EUIPO apeliacinėje taryboje šalis, įstojusi į bylą Bendrajame Teisme,

adidas AG, įsteigta Hercogenauche (Vokietija), atstovaujama solisitorių I. Fowler ir I. Junkar,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2016 m. birželio 8 d. EUIPO antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 597/2016-2), susijusio su protesto procedūra tarp *adidas* ir *Shoe Branding Europe*,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas S. Gervasoni, teisėjai L. Madise ir K. Kowalik-Bańczyk (pranešėja),

posėdžio sekretorė X. Lopez Bancalari, administratorė,

susipažinęs su ieškiniu, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2016 m. rugsėjo 1 d.,

susipažinęs su EUIPO atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2016 m. gruodžio 1 d.,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2016 m. gruodžio 21 d.,

įvykus 2017 m. liepos 6 d. posėdžiui,

* Proceso kalba: anglų.

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

- 1 2009 m. liepos 1 d. *Shoe Branding Europe BVBA* pateikė Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai (EUIPO) Europos Sąjungos prekių ženklo paraišką pagal iš dalies pakeistą 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1) (pakeistas 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1)).
- 2 Toliau pavaizduotas prašomas įregistruoti prekių ženklas, kurį ieškovė apibūdino kaip „kiti“:



- 3 Registracijos paraiškoje prašomas įregistruoti žymuo apibūdintas taip:
„Prekių ženklas yra pozicinis prekių ženklas. Šį prekių ženklą sudaro dvi lygiagrečios juostelės bato viršutinės dalies paviršiaus išorinėje pusėje. Lygiagrečios juostelės prasideda prie bato pado ir įstrižai kyla iki bato kelties vidurio. Brūkšninė linija rodo prekių ženklo vietą ir nėra prekių ženklo dalis.“
- 4 Prekės, kurioms prašyta registracijos, priskiriamos prie peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženkluams registruoti 25 klasės ir atitinka tokį aprašymą: „Avalynė“.
- 5 Europos Sąjungos prekių ženklo paraiška buvo paskelbta 2010 m. birželio 14 d. *Bendrijos prekių ženklų biuletenyje* Nr. 107/2010.
- 6 2010 m. rugsėjo 13 d. įstojusi į bylą šalis *adidas AG* pagal Reglamento Nr. 207/2009 41 straipsnį (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 46 straipsnis) pareiškė protestą dėl prašomo prekių ženklo registracijos visoms paraiškoje nurodytoms prekėms.
- 7 Protestas buvo grindžiamas visų pirma šiomis ankstesnėmis teisėmis:
 - vaizdiniu Europos Sąjungos prekių ženklu, įregistruotu 2006 m. sausio 26 d. numeriu 3517646, skirtu 25 klasės prekėms „avalynė“, kuris apibūdinamas taip: „Prekių ženklą sudaro trys lygiagrečios tokio paties ilgio ir pločio juostelės ant bato; juostelės yra batų viršutiniame paviršiuje, tarp raištelių ir pado.“ Šis prekių ženklas (toliau – ankstesnis prekių ženklas) pavaizduotas taip:



- vokiškas prekių ženklas, nurodytas kaip „kiti prekių ženklai“, įregistruotas 1999 m. gruodžio 14 d. numeriu 39950559, jo registracija tinkamai atnaujinta, skirtas 25 klasės prekėms ir apibūdinamas

taip: „Prekių ženklą sudaro trys juostelės, sudarančios kontrastą su bato pagrindine spalva. Bato forma skirta tik pavaizduoti, kaip žymima komerciniu prekių ženklu, ir ji nėra komercinio prekių ženklo dalis.“ Šis prekių ženklas (toliau – vokiškas prekių ženklas Nr. 39950559) atrodo taip:



- 8 Protestas grindžiamas pagrindais, nurodytais Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkte ir 8 straipsnio 5 dalyje (dabar atitinkamai Reglamento Nr. 2017/1001 8 straipsnio 1 dalies b punktas ir 8 straipsnio 5 dalis).
- 9 2012 m. gegužės 22 d. sprendimu Protestų skyrius atmetė protestą.
- 10 2012 m. liepos 2 d. įstojusi į bylą šalis, remdamasi Reglamento Nr. 207/2009 58–64 straipsniais (dabar – Reglamento 2017/1001 66–71 straipsniai), pateikė EUIPO apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo.
- 11 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimu EUIPO antroji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją, be kita ko, dėl to, kad, apskritai, prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra skirtingi ir kad šios aplinkybės pakanka tam, kad, pirma, atitinkama visuomenė nebūtų suklaidinta, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą, antra, ta pati visuomenė nesusetų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, ir nekiltų viena iš to paties reglamento 8 straipsnio 5 dalyje nurodytų grėsmių (toliau – 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimas).
- 12 Įstojusi į bylą šalis apskundė šį sprendimą Bendrajam Teismui.
- 13 2015 m. gegužės 21 d. Sprendimu *adidas / VRDT – Shoe Branding Europe (Dvi lygiagrečios juostelės ant bato)* (T-145/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:303, toliau – sprendimas dėl panaikinimo) Bendrasis Teismas panaikino 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimą dėl to, kad Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, jog prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra nepanašūs, ir kad dėl šios vertinimo klaidos klaidingas Apeliacinės tarybos vertinimas, susijęs su galimybės suklaidinti visuomenę buvimu arba *a fortiori* su galimybės susieti prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, buvimu.
- 14 Ieškovė pateikė apeliacinį skundą dėl tokio sprendimo.
- 15 2016 m. vasario 17 d. Nutartimi *Shoe Branding Europe / VRDT* (C-396/15 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2016:95, toliau – nutartis dėl apeliacinio skundo) Teisingumo Teismas šį apeliacinį skundą atmetė.
- 16 Atsižvelgdama į sprendimą dėl panaikinimo ir nutartį dėl apeliacinio skundo, EUIPO antroji apeliacinė taryba iš naujo išnagrinėjo įstojusios į bylą šalies apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo.
- 17 2016 m. birželio 8 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) Apeliacinė taryba, remdamasi Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalimi, apeliaciją patenkino ir pritarė protestui. Konkrečiai ji nusprendė, jog, atsižvelgiant į tam tikrą prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumą, šiais prekių ženklais žymimų prekių tapatumą ir labai gerą ankstesnio prekių ženklo vardą, yra galimybė, kad atitinkama visuomenė nustatys ryšį tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, ir kad, naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą, bus nesąžiningai naudojamos ankstesnio prekių ženklo geru vardu. Šiuo atveju būtų naudojama be tinkamos priežasties.

Šalių reikalavimai

- 18 Ieškovė Bendrojo Teismo prašo:
- panaikinti skundžiamą sprendimą,
 - priteisti iš Apeliacinės tarybos bylinėjimosi išlaidas.
- 19 Per posėdį ieškovė paaiškino, kad antrąjį jos reikalavimą reikia suprasti kaip tokį, kuriuo siekiama priteisti iš EUIPO bylinėjimosi išlaidas; tai buvo pažymėta Bendrojo Teismo posėdžio protokole.
- 20 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis Bendrojo Teismo prašo:
- atmesti ieškinį,
 - priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

- 21 Savo ieškinį ieškovė iš esmės grindžia vieninteliu pagrindu, paremtu Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalies pažeidimu ir „faktinių aplinkybių iškraipymu“. Ieškovės nuomone, Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, kad šiuo atveju įvykdytos atsisakymo įregistruoti prekių ženklą sąlygos, numatytos Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje.
- 22 Šį pagrindą sudaro trys dalys, nes ieškovė tvirtina, jog Apeliacinė taryba padarė kelias vertinimo klaidas, susijusias su, pirma, ankstesnio prekių ženklo gero vardo įrodymu, antra, galimybe pakenkti šio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui ir, trečia, tinkamos priežasties naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą nebuvimu.

Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalies bendras vertinimas

- 23 Pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus, kaip tai suprantama pagal to paties reglamento 8 straipsnio 2 dalį (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 8 straipsnio 2 dalis), prašomas įregistruoti prekių ženklas neregistruojamas, jeigu jis yra tapatus ankstesniam prekių ženklui arba turi panašumų į jį ir jeigu jis registruojamas prekėms arba paslaugoms, kurios neturi panašumų į tas, kurioms įregistruotas ankstesnis prekių ženklas, jeigu, kalbant apie ankstesnį Europos Sąjungos prekių ženklą, šis prekių ženklas turi gerą vardą Europos Sąjungoje arba, kalbant apie ankstesnį nacionalinį prekių ženklą, šis prekių ženklas turi gerą vardą susijusioje valstybėje narėje ir jeigu be tinkamos priežasties naudojant prekių ženklą, dėl kurio paduota paraiška, būtų nesąžiningai pasinaudojama ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar geru vardu arba jiems būtų kenkiama.
- 24 Tam, kad ankstesniam prekių ženklui pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį būtų suteikta didesnė apsauga, turi būti tenkinamos kelios sąlygos. Pirma, ankstesnis prekių ženklas turi būti įregistruotas. Antra, šis prekių ženklas ir prašomas įregistruoti prekių ženklas turi būti tapatūs arba panašūs. Trečia, ankstesnis prekių ženklas turi turėti gerą vardą Sąjungoje, jei tai yra Europos Sąjungos prekių ženklas, arba atitinkamoje valstybėje narėje, jei tai nacionalinis prekių ženklas. Ketvirta, prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimas be tinkamos priežasties turi lemti nesąžiningą naudojimąsi ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar geru vardu arba turi būti kenkiama ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui ar geram vardui. Šios keturios sąlygos yra

kumuliacinės, todėl, nesant nors vienos iš jų, minėta teisės nuostata netaikoma (žr. 2007 m. kovo 22 d. Sprendimo *Sigla / VRDT – Elleni Holding (VIPS)*, T-215/03, EU:T:2007:93, 34 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

Ankstesnio prekių ženklo gero vardo sąvoka

- 25 Tam, kad būtų taikoma Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje numatyta apsauga, įregistruotas prekių ženklas turi būti žinomas didelei daliai susijusios visuomenės, kuriai skirtos tokiu prekių ženklu žymimos prekės arba paslaugos (2007 m. vasario 6 d. Sprendimo *Aktieselskabet af 21. november 2001/VRDT – TDK Kabushiki Kaisha (TDK)*, T-477/04, EU:T:2007:35, 48 punktą; žr. pagal analogiją 1999 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo *General Motors*, C-375/97, EU:C:1999:408, 26 punktą).
- 26 Nagrinėjant šią sąlygą reikia atsižvelgti į visas konkrečiam atvejui svarbias aplinkybes, ypač į prekių ženklo užimamą rinkos dalį, jo naudojimo intensyvumą, geografinį paplitimą ir trukmę, taip pat į investicijų, kurias įmonė skyrė šio prekių ženklo populiarinimui, dydį (2007 m. vasario 6 d. Sprendimo *TDK*, T-477/04, EU:T:2007:35, 49 punktą; pagal analogiją žr. 1999 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo *General Motors*, C-375/97, EU:C:1999:408, 27 punktą).
- 27 Dėl teritorijos pasakytina, kad Europos Sąjungos prekių ženklo atveju gero vardo sąlyga laikoma įvykdyta, kai prekių ženklas turi gerą vardą reikšmingoje Sąjungos teritorijos dalyje (2009 m. spalio 6 d. Sprendimo *PAGO International*, C-301/07, EU:C:2009:611, 27 punktą). Tam tikrais atvejais vienos valstybės narės teritorija gali būti laikoma reikšminga tokios teritorijos dalimi (žr. šiuo klausimu pagal analogiją 2009 m. spalio 6 d. Sprendimo *PAGO International*, C-301/07, EU:C:2009:611, 28 punktą).
- 28 Be to, įregistruoto prekių ženklo savininkas, norėdamas įrodyti jo ypatingą skiriamąjį požymį ir gerą vardą, gali remtis kitokios jo formos, t. y. kaip kito įregistruoto ir gerą vardą turinčio prekių ženklo dalies, naudojimo įrodymu su sąlyga, kad susijusi visuomenė ir toliau suvoks nagrinėjamas prekes kaip pagamintas tos pačios įmonės. Nustatant, ar taip yra konkrečiu atveju, reikia patikrinti, ar dviejų prekių ženklų skirtumai netrukdo tam, kad susijusi visuomenė ir toliau laikytų, kad nagrinėjamos prekės pagamintos konkrečios įmonės (žr. šiuo klausimu 2015 m. gegužės 5 d. Sprendimo *Spa Monopole / VRDT – Orly International (SPARITUAL)*, T-131/12, EU:T:2015:257, 33 ir 35 punktus).

Ryšio tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, arba jų sugretinimo būtinybė

- 29 Primintina, kad Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje numatytų pažeidimų padaroma dėl tam tikro ankstesnio gerą vardą turinčio prekių ženklo ir prašomo įregistruoti prekių ženklų panašumo laipsnio, dėl kurio atitinkama visuomenė šiuos du prekių ženklus susieja, t. y. nustato tarp jų ryšį, nors jų ir nesupainioja. Taigi nereikalaujama, kad ankstesnio gerą vardą turinčio prekių ženklo ir prašomo įregistruoti prekių ženklo panašumo laipsnis būtų toks, kad atitinkama visuomenė galėtų juos supainioti. Pakanka, kad dėl gerą vardą turinčio prekių ženklo ir prašomo įregistruoti prekių ženklo panašumo atitinkama visuomenė nustatytų ryšį tarp šių prekių ženklų (2007 m. kovo 22 d. Sprendimo *VIPS*, T-215/03, EU:T:2007:93, 41 punktą; žr. pagal analogiją 2003 m. spalio 23 d. Sprendimo *Adidas-Salomon ir Adidas Benelux*, C-408/01, EU:C:2003:582, 29 punktą ir 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 36 punktą).
- 30 Tokio ryšio buvimas turi būti vertinamas visapusiškai, atsižvelgiant į visus konkrečiam atvejui svarbius veiksnius, prie kurių priskiriami, be kita ko, pirma, nagrinėjamų prekių arba paslaugų pobūdis ir panašumas arba nepanašumas, antra, prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnis, trečia, ankstesnio prekių ženklo gero vardo intensyvumas, ketvirta, ankstesniam prekių ženklui būdingas arba dėl naudojimo įgytas išskirtinumo laipsnis arba tam tikrais atvejais, penkta, galimybės suklaidinti atitinkamą visuomenę buvimas (pagal analogiją žr. 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 41 ir 42 punktus).

- 31 Taip pat reikia atsižvelgti į tai, kad atitinkamos visuomenės pastabumas gali skirtis pagal nagrinėjamų prekių ar paslaugų kategoriją (žr. pagal analogiją 1999 m. birželio 22 d. Sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, EU:C:1999:323, 26 punktą ir 2007 m. vasario 13 d. Sprendimo *Mundipharma / VRDT – Altana Pharma (RESPICUR)*, T-256/04, EU:T:2007:46, 42 punktą). Todėl minėtos visuomenės pastabumo laipsnis taip pat svarbus veiksnys vertinant ryšio tarp prekių ženklų, dėl kurio kilo ginčas, buvimą (žr. šiuo klausimu 2012 m. kovo 9 d. Sprendimo *Ella Valley Vineyards / VRDT – HFP (ELLA VALLEY VINEYARDS)*, T-32/10, EU:T:2012:118, 27, 28, 45 ir 55–57 punktus; 2014 m. balandžio 9 d. Sprendimo *EI du Pont de Nemours / VRDT – Zueco Ruiz (ZYTeL)*, T-288/12, nepaskelbtas Rink., EU:T:2014:196, 74 ir 75 punktus ir 2015 m. gegužės 19 d. Sprendimo *Swatch / VRDT – Panavision Europe (SWATCHBALL)*, T-71/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:293, 33 punktą).
- 32 Be to, negalima atmesti to, kad dviejų prekių ženklų koegzistavimas konkrečioje rinkoje gali prisidėti kartu su kitais veiksniais prie to, kad sumažėtų galimybė supainioti šiuos du prekių ženklus pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį (2012 m. rugsėjo 26 d. Sprendimo *IG Communications / VRDT – Citigroup et Citibank (CITIGATE)*, T-301/09, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:473, 128 punktas; žr. pagal analogiją 2009 m. rugsėjo 3 d. Sprendimo *Aceites del Sur-Coosur / Koipe*, C-498/07 P, EU:C:2009:503, 82 punktą ir 2005 m. gegužės 11 d. Sprendimo *Grupo Sada / VRDT – Sadia (GRUPO SADA)*, T-31/03, EU:T:2005:169, 86 punktą).
- 33 Į tokią galimybę turėtų būti atsižvelgiama tik jeigu tinkamai įrodyta, kad minėtas koegzistavimas pagrįstas tuo, jog nėra galimybės atitinkamai visuomenei susieti minėtų prekių ženklų, su sąlyga, kad šie ženklai ir prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra tapatūs (2012 m. rugsėjo 26 d. Sprendimo *CITIGATE*, T-301/09, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:473, 128 punktas; žr. pagal analogiją 2005 m. gegužės 11 d. Sprendimo *GRUPO SADA*, T-31/03, EU:T:2005:169, 86 punktą) arba bent jau pakankamai panašūs.
- 34 Galimybės susieti nebuvimas konkrečiai gali išplaukti iš „taikaus“ prekių ženklų koegzistavimo rinkoje (žr. pagal analogiją 2009 m. rugsėjo 3 d. Sprendimo *Aceites del Sur-Coosur / Koipe*, C-498/07 P, EU:C:2009:503, 82 punktą). Tačiau dviejų prekių ženklų koegzistavimas negali būti laikomas taikiu, jei vieno iš šių prekių ženklų naudojimui prieštaravo kito prekių ženklo savininkas administracinėse institucijose arba teismuose (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2009 m. rugsėjo 3 d. Sprendimo *Aceites del Sur-Coosur / Koipe*, C-498/07 P, EU:C:2009:503, 83 punktą ir 2005 m. gruodžio 8 d. Sprendimo *Castellblanch / VRDT – Champagne Roederer (CRISTAL CASTELLBLANCH)*, T-29/04, EU:T:2005:438, 74 punktą).

Kenkimo ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui rūšys

- 35 Ryšio tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, atitinkamos visuomenės sąmonėje buvimas yra būtina sąlyga, tačiau vien jos nepakanka, kad būtų nuspręsta, jog egzistuoja viena iš rūšių žalos, nuo kurios Direktyvos 207/2009 8 straipsnio 5 dalis užtikrina apsaugą gerą vardą turintiems prekių ženkams (pagal analogiją žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 37 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 36 Tokia žala yra, pirma, kenkimas prekių ženklo skiriamajam požymiui, antra, kenkimas šio prekių ženklo geram vardui ir, trečia, nesąžiningas naudojimas minėto prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar jo geru vardu (pagal analogiją žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 38 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 37 Reikia pažymėti, kad išskyrus atvejus, kai prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimas pateisinamas tinkamu pagrindu, vienos iš šių trijų kenkimo rūšių pakanka tam, kad būtų taikoma Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalis. Iš to išplaukia, kad trečiojo asmens naudojimas prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar jo geru vardu gali pasirodyti nesąžiningas, net jeigu tapataus ar panašaus

žymens naudojimas nekenkia prekių ženklo skiriamajam požymiui ir jo geram vardui arba, apskritai, prekių ženklo savininkui (pagal analogiją žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 42 ir 43 punktus).

Įrodinėjimo taisyklės ir sąsaja tarp kenkimo ir tinkamo pagrindo egzistavimo

- 38 Tam, kad galėtų naudotis Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje numatyta apsauga, ankstesnio prekių ženklo savininkas turi pirmiausia pateikti įrodymų, jog naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio Europos Sąjungos prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar geru vardu arba jiems būtų kenkiama (pagal analogiją žr. 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 37 punktą).
- 39 Šiuo klausimu primintina, kad į realų prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimą gali būti atsižvelgiama kaip į rodiklį, kad labai tikėtina, jog bus pakenkta ankstesnio prekių ženklo geram vardui. Taigi jeigu prašomas įregistruoti prekių ženklas jau buvo naudojamas ir jeigu jau buvo pateikta konkrečių įrodymų dėl susiejimo atitinkamos visuomenės sąmonėje ir nurodyto kenkimo egzistavimo, tokie įrodymai turėtų akivaizdžią didelę reikšmę vertinant galimybę pakenti ankstesniam prekių ženklui (šiuo klausimu žr. 2012 m. sausio 25 d. Sprendimo *Viaguara / VRDT – Pfizer (VIAGUARA)*, T-332/10, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:26, 72 punktą; 2014 m. gruodžio 11 d. Sprendimo *Coca-Cola / VRDT – Mitico (Master)*, T-480/12, EU:T:2014:1062, 88 ir 89 punktus ir generalinės advokatės E. Sharpston išvados byloje *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:370, 84 punktą).
- 40 Vis dėlto ankstesnio prekių ženklo savininkas neprivalo įrodyti, kad jo prekių ženklui faktiškai ir realiai kenkiama. Iš tikrųjų, jeigu numatoma, kad tokia žala atsiras dėl to, jog prašomo įregistruoti prekių ženklo savininkas naudosis savo prekių ženklu, ankstesnio prekių ženklo savininkas neturėtų privalėti laukti realaus žalos atsiradimo, kad galėtų uždrausti naudoti prekių ženklą. Bet kuriuo atveju ankstesnio prekių ženklo savininkas privalo įrodyti, kad yra veiksmų, leidžiančių *prima facie* daryti išvadą, jog egzistuoja didelė tikimybė, jog tokia žala atsiras ateityje (2005 m. gegužės 25 d. Sprendimo *Spa Monopole / VRDT – Spa-Finders Travel Arrangements (SPA-FINDERS)*, T-67/04, EU:T:2005:179, 40 punktas; pagal analogiją žr. 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 38 punktą).
- 41 Be to, įmanoma, ypač protesto, kuris grindžiamas ankstesniu prekių ženklu, turinčiu išskirtinai gerą vardą, atveju, kad ne hipotetinė galimybė, jog ateityje bus pakenkta ankstesniam prekių ženklui arba juo bus nesąžiningai pasinaudota, yra tokia akivaizdi, kad nėra būtinybės protestą pareiškusiam asmeniui nurodyti arba įrodyti kitų su tuo susijusių faktinių aplinkybių (2007 m. kovo 22 d. Sprendimo *VIPS*, T-215/03, EU:T:2007:93, 48 punktas).
- 42 Jeigu ankstesnio prekių ženklo savininkui pavyksta įrodyti, kad egzistuoja konkreti ir reali žala jo prekių ženklui pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį arba, to neįrodžius, kad egzistuoja didelė tikimybė, jog tokia žala atsiras ateityje, tada prašomo įregistruoti prekių ženklo savininkas turi įrodyti, jog šis prekių ženklas naudojamas esant tinkamam pagrindui (pagal analogiją žr. 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 39 punktą).

Nesąžiningo naudojimosi ankstesnio prekių ženklo geru vardu arba skiriamuoju požymiu sąvoka

- 43 Primintina, kad pagal Teisingumo Teismo jurisprudenciją nesąžiningo naudojimosi prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar jo geru vardu sąvoka, taip pat apibūdinama žodžiais „parazitavimas“ ir „nemokamas eksploatavimas“, susijusi su nauda, kuri gaunama naudojant tapatų ar panašų prašomą įregistruoti prekių ženklą. Ji apima, be kita ko, atvejus, kai gerą vardą turinčio prekių ženklo įvaizdį ar su juo siejamas savybes perkeliant prašomu įregistruoti prekių ženklu žymimoms prekėms akivaizdžiai naudojamosi gerą vardą turinčio prekių ženklo sėkme (pagal analogiją žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 41 punktą).

- 44 Taigi jeigu tretieji asmenys bandys, naudodami į gerą vardą turintį prekių ženklą panašų prekių ženklą, prisidengti gerą vardą turinčiu prekių ženklu, kad pasinaudotų jo patrauklumu, reputacija ir prestižu ir taip pasinaudotų, be jokios finansinės kompensacijos ir neįdėdami atitinkamų pastangų, ankstesnio prekių ženklo savininko įdėtomis komercinėmis pastangomis kuriant ir puoselėjant šio prekių ženklo įvaizdį, iš minėto naudojimo gaunama nauda turi būti laikoma nesąžiningai gauta iš to prekių ženklo skiriamąjo požymio ar jo gero vardo (šiuo klausimu žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 49 punktą).
- 45 Galimybė, kad bus taip pakenkta, gali būti, be kita ko, pripažįstama tada, kai įrodoma prašomo įregistruoti prekių ženklo sąsaja su teigiamomis tapataus arba panašaus ankstesnio prekių ženklo savybėmis (šiuo klausimu žr. 2012 m. kovo 29 d. Sprendimo *You-Q / VRDT – Apple Corps (BEATLE)*, T-369/10, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:177, 71 ir 72 punktus; 2012 m. rugsėjo 27 d. Sprendimo *El Corte Inglés / VRDT – Pucci International (Emidio Tucci)*, T-373/09, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:500, 66 ir 68 punktus ir 2015 m. spalio 2 d. Sprendimo *The Tea Board / VRDT – Delta Lingerie (Darjeeling)*, T-624/13, EU:T:2015:743, 140–143 ir 146 punktus).
- 46 Vis dėlto, siekiant nustatyti, ar konkrečiu atveju be tinkamo pagrindo naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar geru vardu, reikia atlikti visapusišką vertinimą ir atsižvelgti į visus konkrečiam atvejui būdingus svarbius veiksnius (pagal analogiją žr. 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 68 ir 79 punktus ir 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 44 punktą).
- 47 Prie šių veiksnių priskiriamas, be kita ko, ankstesnio prekių ženklo gero vardo stiprumas ir skiriamąjo požymio laipsnis, prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnis ir atitinkamų prekių ar paslaugų rūšis ir panašumo laipsnis (pagal analogiją žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 44 punktą).
- 48 Kalbant konkrečiai apie ankstesnio prekių ženklo gero vardo stiprumą ir skiriamąjo požymio laipsnį, pažymėtina, kad kuo ryškesnis ankstesnio prekių ženklo skiriamasis požymis ir geresnis jo vardas, tuo lengviau bus pripažintas kenkimas (pagal analogiją žr. 1999 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo *General Motors*, C-375/97, EU:C:1999:408, 30 punktą; 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 69 punktą ir 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 44 punktą).
- 49 Be to, kuo panašesnės prekės arba paslaugos, kurioms skirti prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, tuo didesnė tikimybė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas pasinaudos sąsaja tarp abiejų prekių ženklų, kuri yra atitinkamos visuomenės sąmonėje (pagal analogiją žr. generalinės advokatės E. Sharpston išvados byloje *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:370, 65 punktą).
- 50 Be to, reikia nurodyti, kad, atliekant šio sprendimo 46 punkte minėtą visapusišką vertinimą, prireikus turi būti atsižvelgiama ir į prekių ženklo „atskiedimo“ arba reputacijos suteršimo galimybę, ir į vienos iš kitų dviejų kenkimo rūšių, minėtų šio sprendimo 36 punkte, atsiradimo galimybę (pagal analogiją žr. 2009 m. birželio 18 d. Sprendimo *L'Oréal ir kt.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 45 punktą).
- 51 Kenkimo, kai nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu arba geru vardu, buvimas turi būti vertinamas atsižvelgiant į vidutinį prekių ar paslaugų, žymimų prašomu įregistruoti prekių ženklu, vartotoją (pagal analogiją žr. 2008 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 36 punktą).

Tinkamo pagrindo sąvoka

- 52 Reikia patikslinti, kad tinkamo pagrindo, leidžiančio naudoti prekių ženklą, kuriuo kenkiama gerą vardą turinčiam prekių ženklui, buvimas turi būti aiškinamas siaurai (2016 m. kovo 16 d. Sprendimo *The Body Shop International / VRDT – Spa Monopole (SPA WISDOM)*, T-201/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:148, 65 punktas).
- 53 Vis dėlto primintina, kad Reglamentu Nr. 207/2009 apskritai siekiama įtvirtinti pusiausvyrą tarp, pirma, prekių ženklo savininko suinteresuotumo išsaugoti prekių ženklo funkcijas ir, antra, kitų ūkio subjektų suinteresuotumo disponuoti žymenimis, kuriais gali būti žymimos jų prekės ir paslaugos (pagal analogiją žr. 2006 m. balandžio 27 d. Sprendimo *Levi Strauss, C-145/05*, EU:C:2006:264, 29 punktą ir 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer ir de Vries, C-65/12*, EU:C:2014:49, 41 punktą).
- 54 Reglamentu Nr. 207/2009 įtvirtintoje prekių ženklų apsaugos sistemoje į trečiųjų asmenų suinteresuotumą naudoti prekybinėje veikloje ankstesniam gerą vardą turinčiam prekių ženklui tapatų arba į jį panašų žymenį arba jį įregistruoti kaip Europos Sąjungos prekių ženklą, be kita ko, atsižvelgiama, kalbant apie minėto reglamento 8 straipsnio 5 dalį, suteikiant galimybę prašomo įregistruoti prekių ženklo naudotojui remtis „tinkamu pagrindu“ (pagal analogiją žr. 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer ir de Vries, C-65/12*, EU:C:2014:49, 43 punktą).
- 55 Iš to matyti, kad sąvoką „tinkamas pagrindas“ reikia aiškinti ne kaip apimančią tik objektyviai būtinas priešzastis, bet kaip siejamą ir su subjektyviais trečiųjų asmenų, jau naudojančių ankstesniam gerą vardą turinčiam prekių ženklui tapatų arba į jį panašų žymenį ir pageidaujančių jį įregistruoti kaip Europos Sąjungos prekių ženklą, interesais (pagal analogiją žr. 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer ir de Vries, C-65/12*, EU:C:2014:49, 45 ir 48 punktus).
- 56 Todėl Teisingumo Teismas nusprendė, kad prekių ženklo savininkas gali būti įpareigotas, esant „tinkamam pagrindu“, leisti tretiesiems asmenims naudoti į tokį prekių ženklą panašų žymenį prekei ar paslaugai, tapaciai prekei ar paslaugai, kuriai įregistruotas minėtas prekių ženklas, jeigu, pirma, patvirtinta, kad šis žymuo buvo naudojamas prieš pateikiant minėto prekių ženklo paraišką ir, antra, minėtas žymuo buvo naudotas sąžiningai (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer ir de Vries, C-65/12*, EU:C:2014:49, 60 punktą).
- 57 Teisingumo Teismas paaiškino, kad vertinant, ar aptariamasis trečiasis asmuo sąžiningai naudojo žymenį, panašų į gerą vardą turintį prekių ženklą, reikia atsižvelgti, be kita ko, pirma, į minėto žymens išitvirtinimą ir reputaciją atitinkamoje visuomenėje, antra, į prekių ir paslaugų, kurioms žymuo iš pradžių buvo naudojamas, ir prekių ir paslaugų, kurioms buvo įregistruotas gerą vardą turintis prekių ženklas, panašumo laipsnį, trečia, į minėto žymens pirmojo panaudojimo prekei, tapaciai minėtu prekių ženklui žymimai prekei, ir paties prekių ženklo gero vardo įgijimo chronologiją, ketvirta, į šį prekių ženklą panašaus žymens naudojimo ekonominę ir komercinę reikšmę (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer ir de Vries, C-65/12*, EU:C:2014:49, 54–60 punktus).
- 58 Todėl trečiojo asmens atliekamas žymens arba prašomo įregistruoti prekių ženklo, tapataus ankstesniam gerą vardą turinčiam prekių ženklui arba į jį panašaus, ankstesnis naudojimas gali būti laikomas „tinkamu pagrindu“, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį, ir leisti šiam trečiajam asmeniui ne tik tęsti naudoti šį žymenį, bet ir jį įregistruoti kaip Europos Sąjungos prekių ženklą, net jeigu naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų naudojamos ankstesnio prekių ženklo geru vardu (šiuo klausimu žr. 2016 m. liepos 5 d. Sprendimo *Future Enterprises / EUIPO – McDonald’s International Property (MACCOFFEE)*, T-518/13, EU:T:2016:389, 113 punktą).
- 59 Tam reikia, kad prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimas atitiktų kelias sąlygas, leidžiančias patvirtinti šio naudojimo realumą ir prašomo įregistruoti prekių ženklo sąžiningumą.

- 60 Konkrečiai, pirma, prašomą įregistruoti prekių ženklą atitinkantis žymuo turi būti naudotas realiai ir efektyviai.
- 61 Antra, iš principo šio žymens naudojimas turi būti prasidėjęs iki ankstesnio gerą vardą turinčio prekių ženklo paraiškos pateikimo arba bent jau iki kol šis prekių ženklas įgijo gerą vardą (šiuo klausimu žr. 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer ir de Vries*, C-65/12, EU:C:2014:49, 56–59 punktus ir 2016 m. liepos 5 d. Sprendimo *MACCOFFEE*, T-518/13, EU:T:2016:389, 114 punktą).
- 62 Trečia, prašomą įregistruoti prekių ženklą atitinkantis žymuo turi būti naudotas visoje teritorijoje, kurioje įregistruotas ankstesnis gerą vardą turintis prekių ženklas. Iš to matyti, kad jeigu ankstesnis gerą vardą turintis prekių ženklas yra Europos Sąjungos prekių ženklas, prašomą įregistruoti prekių ženklą atitinkantis žymuo turi būti naudotas visoje Sąjungos teritorijoje (šiuo klausimu žr. 2008 m. balandžio 16 d. Sprendimo *CITI*, T-181/05, EU:T:2008:112, 85 punktą ir 2016 m. liepos 5 d. Sprendimo *MACCOFFEE*, T-518/13, EU:T:2016:389, 115 punktą).
- 63 Ketvirta, iš principo tokiam naudojimui neturi būti prieštaravęs ankstesnio gerą vardą turinčio prekių ženklo savininkas. Kitaip tariant, prašomas įregistruoti prekių ženklas ir ankstesnis gerą vardą turintis prekių ženklas turi būti taikiai koegzistavę susijusioje teritorijoje (šiuo klausimu žr. 2008 m. balandžio 16 d. Sprendimo *CITI*, T-181/05, EU:T:2008:112, 85 punktą ir 2016 m. liepos 5 d. Sprendimo *MACCOFFEE*, T-518/13, EU:T:2016:389, 114 punktą).
- 64 Atsižvelgiant į šiuos argumentus reikia išnagrinėti ieškovės nurodyto vienintelio pagrindo tris dalis.

Dėl pagrindo pirmos dalies, susijusios su ankstesnio prekių ženklo gero vardo nebuvimu

- 65 Remdamasi pagrindo pirma dalimi ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, kai nusprendė, jog įstojusios į bylą šalies pateiktų įrodymų pakanka tam, kad būtų galima įrodyti, kad ankstesnis prekių ženklas turi gerą vardą Sąjungoje.
- 66 Šiuo klausimu pirmiausia primintina, kad, kaip matyti iš šio sprendimo 23 ir 24 punktų, Europos Sąjungos prekių ženklui, kaip ankstesniam prekių ženklui, pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį suteikiama apsauga gali būti taikoma tik tada, kai jis turi gerą vardą Sąjungoje.
- 67 Šiuo atveju įstojusi į bylą šalis per protesto procedūrą pateikė įvairių dokumentų, skirtų savo ankstesnių prekių ženklų naudojimui iš tikrųjų ir jų geram vardui patvirtinti, kai jais ženklinami sporto drabužiai arba sportbačiai. Tarp šių dokumentų yra, be kita ko, dokumentas, susijęs su kelių vokiškų prekių ženklų naudojimo ir tarptautinės registracijos įrodymu, priesaika patvirtinta deklaracija, susijusi su „prekių ženklo *adidas*“ apyvarta, tyrimai apie įmonei tenkančias rinkos dalis ir jos prekių ženklų gerą vardą, nacionalinių teismų sprendimai, spaudos straipsniai ir reklaminiai skelbimai.
- 68 Tiek Protestų skyrius 2012 m. gegužės 22 d. Sprendime (3 ir 4 puslapiai), tiek ir Apeliacinė taryba pirmiausia 2013 m. lapkričio 28 d. sprendime (66 puslapis), o vėliau – skundžiamame sprendime (33–42 ir 59 punktai) nurodė, kad šie įrodymai, vertinami kartu, patvirtina, jog vaizdinis prekių ženklas, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės ant bato, turi gerą vardą Sąjungoje.
- 69 Bendrasis Teismas mano, kad kai kurie iš įstojusios į bylą šalies pateiktų ir Protestų skyriaus ir Apeliacinės tarybos minėtų įrodymų yra itin svarbūs, nes jie susiję, be kita ko, su ankstesnių įstojusios į bylą šalies prekių ženklų, kuriais žymimi batai, geru vardu.
- 70 Pirma, Protestų skyrius ir Apeliacinė taryba priminė, kad vaizdiniu prekių ženklu, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės, įstojusi į bylą šalis žymėjo batus nuo 1949 metų ir kad šiandien juos galima rasti ant 70 % įstojusios į bylą šalies parduodamų batų. Šios instancijos paminėjo ir 2004 m. atlikto tyrimo rezultatus, iš kurių matyti, jog Vokietijos rinkoje įstojusi į bylą šalis 2000–2004 m. užėmė 23,1–25,7 %

sportbačių rinkos. Be to, įstojudi į bylą šalis pateikė EUIPO priesaika patvirtintą deklaraciją, kurioje nurodomos sumos, 2005–2009 m. gautos už jos parduotus batus, ir sumos, išleistos reklamai trylikoje valstybių narių, t. y. Danijoje, Vokietijoje, Graikijoje, Ispanijoje, Prancūzijoje, Italijoje, Austrijoje, Portugalijoje, Suomijoje, Švedijoje ir kartu trijose Beniliukso valstybėse. Iš šios priesaika patvirtintos deklaracijos, kuri neturi įrodomosios galios, matyti, kad įstojusios į bylą šalies apyvarta ir išlaidos reklamai nurodytose valstybėse narėse yra didelės. Todėl Bendrasis Teismas mano, kad šie įvairūs įrodymai, vertinami kartu, patvirtina, kad įstojusios į bylą šalies batai, žymimi vaizdiniu prekių ženklu, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės, buvo labai paplitę ilgą laikotarpį.

- 71 Antra, minėtos instancijos savo sprendimuose nurodė, kad iš kelių nuomonių apklausų matyti, jog atitinkama visuomenė labai gerai žino prekių ženklą, sudarytą iš trijų lygiagrečių juostelių, ypač kai juo ženklinami batai. Šiuo klausimu Bendrasis Teismas konstatuoja, kad įstojusi į bylą šalis pateikė EUIPO kelis tyrimus, kuriais siekta nustatyti, remiantis apklaustų asmenų grupe, kokia dalis asmenų, pamačiusių batą, pažymėtą prekių ženklu, panašiu į ankstesnį prekių ženklą ir sudarytą iš trijų lygiagrečių juostelių, manys, kad tai yra įstojusios į bylą šalies prekė, arba bent jau susies tokį batą su įstojusia į bylą šalimi. Iš tyrimo, kuris 2008 m. buvo atliktas Ispanijoje, matyti, kad šioje valstybėje narėje 61,3 % apklaustų asmenų atpažįsta minėtus batus kaip įstojusios į bylą šalies prekes arba juos su ja susieja; šis santykis siekia net 83,3 % tarp 15–34 metų amžiaus asmenų, sudarančių visuomenės, kuria suinteresuota įstojusi į bylą šalis, branduolį. Be to, pagal tyrimą, kuris 2005 m. buvo atliktas Italijoje, 42 % apklaustų asmenų ir iki 55 % asmenų, priskiriamų prie visuomenės, kuriai skirta sportinė avalynė, tokius batus spontaniškai susieja su įstojusia į bylą šalimi. Spontaniško susiejimo su įstojusia į bylą šalimi procentas Švedijoje siekia net 71 %, kaip matyti iš 2003 m. šioje valstybėje narėje atlikto tyrimo. Galiausiai kiti tyrimai, atlikti, be kita ko, Vokietijoje 1983 m., Liverpulyje (Jungtinė Karalystė) 1995 m. ir Suomijoje 2005 m., patvirtina, jog pastarosiose valstybėse narėse plačioji visuomenė žino įstojusios į bylą šalies prekių ženklą, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės, kai šiuo prekių ženklu pažymėti batai.
- 72 Trečia, Protestų skyrius ir Apeliacinė taryba paminėjo faktą, kad keliuose nacionalinių teismų sprendimuose buvo pripažintas įstojusios į bylą šalies prekių ženklo, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės, geras vardas. Šiuo klausimu Bendrasis Teismas konstatuoja, kad įstojusi į bylą šalis iš tikrųjų pateikė EUIPO kelis nacionalinių teismų sprendimus, kuriuose patvirtinama, jog šis prekių ženklas turi labai gerą vardą arba yra labai gerai žinomas, kai juo ženklinami batai. Taip yra 1987 m. vasario 12 d. *Korkein oikeus* (Aukščiausiasis Teismas, Suomija) sprendimo, 1998 m. spalio 1 d. *Audiencia Provincial de Valencia* (Valensijos provincijos teismas, Ispanija) sprendimo, 2002 m. gegužės 20 d. *Juzgado de lo Mercantil de Madrid* (Madrido komercinių bylų teismas, Ispanija) sprendimo, 2003 m. sausio 24 d. *Oberlandesgericht Köln* (Kelno aukštesnysis apygardos teismas, Vokietija) sprendimo, kelių sprendimų, kuriuos 2004 m. priėmė *Polymeles Protodikeio Athinon* (Atėnų pirmosios instancijos teismas, Graikija) ir *Polymeles Protodikeio Thessaloniki* (Tesalonikės pirmosios instancijos teismas, Graikija), 2005 m. rugpjūčio 31 d. *Helsingin käräjäoikeus* (Helsinkio pirmosios instancijos teismas, Suomija) sprendimo, 2005 m. spalio 19 d. *Landesgericht Graz* (Graco apygardos teismas, Austrija) sprendimo, 2009 m. liepos 31 d. *Juzgado de lo Mercantil de Zaragoza* (Saragosos komercinių bylų teismas, Ispanija) sprendimo ir 2010 m. spalio 7 d. *Tribunale civile di Roma* (Romos civilinių bylų teismas, Italija) sprendimo atveju. Be to, iš įstojusios į bylą šalies pateiktų dokumentų matyti, kad Ispanijoje ir Jungtinėje Karalystėje nacionalinės administracinės institucijos, kompetentingos prekių ženklų srityje, priėjo prie tos pačios išvados.
- 73 Ketvirta, nurodytos EUIPO instancijos atsižvelgė ir į įstojusios į bylą šalies vykdomą rėmimo veiklą. Konkrečiai ji dalyvavo tokiuose prestižiniuose sporto renginiuose, kaip 1998 m. pasaulio futbolo čempionatas Prancūzijoje, 2000 m. Europos tautų čempionatas Belgijoje ir Nyderlanduose arba 2002 m. pasaulio futbolo čempionatas Pietų Korėjoje ir Japonijoje, ir buvo oficiali kelių futbolo komandų, kaip antai *FC Bayern* arba *Real Madrid*, rėmėja. Taigi dėl tokios rėmimo veiklos daug labai gerai žinomų futbolo ir teniso žaidėjų avėjo batus, paženklintus prekių ženklu, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės.

- 74 Ieškovė ginčija Apeliacinės tarybos ir prieš tai Protestų skyriaus atliktą vertinimą ir pateikia tris prieštaravimų grupes.
- 75 Pirmiausia ji nurodo, kad įstojusios į bylą šalies pateikti dokumentai daugiausia susiję ne su ankstesniu prekių ženklu, bet su kitais įstojusios į bylą šalies prekių ženklais, daugiausia naudotais Vokietijoje ir kai kurių iš jų atvejais skirtais drabužiams. Tačiau šių skirtingų prekių ženklų naudojimo įrodymas Vokietijoje nepatvirtina ankstesnio prekių ženklų gero vardo visoje Sąjungoje.
- 76 Visų pirma, dėl aplinkybės, kad kai kurie įrodymai susiję su kitais įstojusios į bylą šalies prekių ženklais, o ne pačiu ankstesniu prekių ženklu, primintina, jog pagal šio sprendimo 28 punkte minėtą jurisprudenciją registruoto prekių ženklo savininkas gali, siekdamas įrodyti tokio prekių ženklo gerą vardą, remtis įrodymais, patvirtinančiais jo gerą vardą kitokia forma ir, be kita ko, kito įregistruoto prekių ženklo forma, jeigu tik susijusi visuomenė nagrinėjamas prekes ir toliau suvokia kaip pagamintas tos pačios įmonės.
- 77 Šiuo atveju iš skundžiamo sprendimo 42 punkto matyti, kad Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, jog, nors įstojusios į bylą šalies pateikti įrodymai susiję su visais ankstesniais prekių ženklais, itin svarbūs yra tie, kurie susiję su pačiu ankstesniu prekių ženklu ir vokišku prekių ženklu Nr. 39950559.
- 78 Iš tikrųjų, atsižvelgiant į labai didelį vizualų šių dviejų prekių ženklų, kurie abu sudaryti iš trijų lygiagrečių juostelių ir yra toje pačioje batų vietoje, panašumą, nėra abejonių, kad, susidūrusi su vienu arba kitu iš minėtų prekių ženklų, atitinkama visuomenė suvoks nagrinėjamas prekes kaip pagamintas tos pačios įmonės. Todėl įrodymai, susiję su vokišku prekių ženklu Nr. 39950559, svarbūs nustatant ankstesnio prekių ženklo gerą vardą. Tas pats pasakytina apie įrodymus, susijusius su kitais prekių ženklais, sudarytais iš trijų lygiagrečių juostelių ir esančių toje pačioje batų vietoje, pavyzdžiui, vokiškais prekių ženklais Nr. 944623 ir 944624.
- 79 Dėl aplinkybės, kad kai kurie įrodymai susiję su prekių ženklais, kuriais žymimi drabužiai, pažymėtina, jog šiuo atveju tokius įrodymus reikia atmesti kaip nesvarbius. Primintina, jog iš šio sprendimo 77 punkto matyti, kad Apeliacinė taryba iš principo nesirėmė tokiais įrodymais ir kad, priešingai, svarbiausi įstojusios į bylą šalies pateikti įrodymai, išvardyti šio sprendimo 70–73 punktuose, yra susiję su prekių ženklais, kuriais žymimi batai, o ne drabužiai.
- 80 Galiausiai dėl fakto, kad kai kurie įstojusios į bylą šalies prekių ženklai iš principo naudoti Vokietijoje, reikia priminti, jog, remiantis šio sprendimo 25–27 punktuose minėta jurisprudencija, tam, kad būtų suteikta Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje numatyta apsauga, ankstesnis prekių ženklas, kuris yra Europos Sąjungos prekių ženklas, turi būti žinomas didelei daliai visuomenės, kuriai skirtos tokiu prekių ženklu žymimo prekės ar paslaugos, didelėje Sąjungos teritorijos dalyje, kurią tam tikrais atvejais gali sudaryti vienos valstybės narės teritorija.
- 81 Taigi šios bylos aplinkybėmis Vokietijos teritorija gali būti laikoma sudarančia didelę Sąjungos teritorijos dalį.
- 82 Reikia nurodyti, kad kai kurie pateikti įrodymai, be kita ko, minėti šio sprendimo 71 ir 72 punktuose, patvirtina ankstesnio prekių ženklo gerą vardą keliose kitose valstybėse narėse, kaip antai Ispanijoje, Suomijoje, Italijoje ir Švedijoje. Akivaizdu, kad šios valstybės narės, vertinamos kartu, sudaro didelę Sąjungos teritorijos dalį *a fortiori*, jei prie jų prijungtume Vokietiją, t. y. valstybę narę, iš kurios įstojusi į bylą šalis vystė savo veiklą.
- 83 Antra, ieškovė tvirtina, kad įrodymai, susiję su įstojusios į bylą šalies veikla ir jos pavadinimo žinomumu, yra nesvarbūs nustatant ankstesnio prekių ženklo ir vokiško prekių ženklo Nr. 39950559 naudojimą ir gerą vardą.

- 84 Šiuo klausimu reikia nurodyti, kad šio sprendimo 70–73 punktuose Bendrasis Teismas išvardijo svarbiausius įstojusios į bylą šalies pateiktus įrodymus, į kuriuos atsižvelgė Apeliacinė taryba. Reikia konstatuoti, kad šie įrodymai nesusiję su įstojusios į bylą šalies veikla bendrai ir su pavadinimo „adidas“ žinomumu ir kad kai kurie iš jų daugių daugiausia susiję su jos vykdoma sportinių kojinių gamybos veikla ir tokių prekių, paženklintų vaizdiniu prekių ženklu, kurį sudaro trys lygiagrečios juostelės, paplitimu. Kadangi vien minėtų elementų, vertinamų bendrai, pakanka, kad būtų nustatytas kai kurių ankstesnių įstojusios į bylą šalies prekių ženklų, kuriais ženklinamos kojinės, ir, visų pirma, paties ankstesnio prekių ženklo ir vokiško prekių ženklo Nr. 39950559 naudojimas ir geras vardas, ieškovė negali veiksmingai remtis faktu, kad kai kurie iš įstojusios į bylą šalies pateiktų įrodymų yra bendresnio pobūdžio ir yra susiję su jos veikla ir pavadinimo žinomumu.
- 85 Trečia, ieškovė nurodo, kad dokumentų, kuriuose konkrečiai nurodomas ankstesnis prekių ženklas, yra mažiau ir juos sudaro tyrimai, susiję su nedideliu dalyviu skaičiumi nedidelėse geografinėse zonose, arba teismų sprendimai, nepagrįsti šio prekių ženklo gero vardo įrodymais.
- 86 Šiuo klausimu reikia nurodyti, kad, pirma, šio sprendimo 71 punkte minėti tyrimai buvo atlikti keliose valstybėse narėse apklausiant didelį skaičių asmenų, t. y. 319 asmenų buvo apklausta atliekant tyrimą Suomijoje, 330 asmenų – atliekant tyrimą Ispanijoje, o ne tik Saragosos mieste, 500 asmenų – atliekant tyrimą Italijoje, 675 asmenys – atliekant tyrimą Vokietijoje ir 18 000 asmenų buvo apklausta atliekant tyrimą Švedijoje. Vien 82 asmenų, kurie buvo apklausti atliekant tyrimą Liverpulyje, nepakanka, kad būtų aiškiai patvirtintas ankstesnio prekių ženklo geras vardas visoje Jungtinėje Karalystėje, net jei jis ir galėtų patvirtinti tam tikrą šio prekių ženklo gerą vardą pagrindiniuose šios valstybės narės miestuose.
- 87 Kita vertus, ieškovė neginčija nacionalinių teismų sprendimų, kuriuose minimas ankstesnio prekių ženklo geras vardas, įrodomosios galios ir tik nurodo, kad jie nepagrįsti gero vardo įrodymais.
- 88 Šiomis aplinkybėmis reikia atmesti ieškovės pateiktus prieštaravimus, o šio sprendimo 70–73 punktuose minėtų elementų nepakanka, kad būtų patvirtinta, jog ankstesnis prekių ženklas buvo žinomas didelei atitinkamos visuomenės daliai didelėje Sąjungos teritorijos dalyje.
- 89 Todėl reikia pritarti Protestų skyriaus, o vėliau ir Apeliacinės tarybos atliktam vertinimui, kad ankstesnis prekių ženklas turi gerą vardą.
- 90 Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad reikia atmesti ieškinio pagrindo pirmą dalį.

Dėl antros dalies, susijusios su pakenkimo ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui nebuvimu

- 91 Remdamasi pagrindo antra dalimi ieškovė iš esmės tvirtina, kad, priešingai, nei nurodė Apeliacinė taryba, naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą nesąžiningai nesinaudojama ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu arba geru vardu ir jiems nekenkiama.
- 92 Šią dalį sudaro keturios argumentų grupės: ieškovė tvirtina, jog Apeliacinės tarybos argumentams būdingos kelios vertinimo klaidos, kurias sudaro, pirma, klaidingas „vidutinio vartotojo testo“ taikymas, antra, prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnio visapusiško vertinimo neatlikimas, trečia, neatsižvelgimas į ankstesniam prekių ženklui būdingą labai silpną skiriamąjį požymį, ketvirta, nepriklausomo vertinimo neatlikimas ir bet kuriuo atveju klaidingas galimybės pakenkti ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui arba geram vardui vertinimas.

Dėl pirmos argumentų grupės, susijusios su klaidingu „vidutinio vartotojo testo“ taikymu

- 93 Ieškovė mano, kad Apeliacinė taryba netinkamai taikė „vidutinio vartotojo testą“ ir kad šiuo klausimu savo sprendime padarė analizės klaidų, kurių didžiąją dalį Bendrasis Teismas jau buvo padaręs sprendime dėl panaikinimo.
- 94 Pirmiausia ji priekaištauja Apeliacinei tarybai klaidingai nusprendus, kad sporto drabužiai ir batai yra plataus vartojimo prekės, nors iš tikrųjų tai yra specializuotos prekės. Toliau ji nurodo, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į tai, jog tam tikros sporto drabužių ir batų dalys atliko reklamos arba skelbimo funkciją, ir kad labai dažnai šios prekės žymimos vaizdiniais prekių ženklais arba žymenimis, kuriuos sudaro juostelės. Ji paaiškina, kad vidutinis sportbačių vartotojas įpratęs pasitikėti šiais žymenimis prekių, kurias jis perka, pasirinkimo momentu ir kad dėl šios priežasties jis paprastai atskiria net ir panašumų turinčius skirtingus sportbačių prekių ženklus. Pagaliau ji tvirtina, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į tai, jog vidutinis vartotojas ypač daug dėmesio skiria šoninei sportbačių pusei ir joje esantiems vaizdiniais prekių ženklams. Toliau Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, kai nurodė, jog vidutinis sportbačių vartotojas įrodo ne aukštą, o tik žemą pastabumo lygį.
- 95 Atsižvelgiant į šiuos argumentus matyti, jog, remdamasi pirmąja argumentų grupe, ieškovė iš esmės siekia paneigti Apeliacinės tarybos vertinimą dėl atitinkamos visuomenės pastabumo laipsnio ir reikalauja atsižvelgti į didelį pastabumą.
- 96 Šiuo klausimu reikia nurodyti, jog Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime aiškiai neapibrėžė atitinkamos visuomenės pastabumo laipsnio.
- 97 Skundžiamo sprendimo 10 punkte Apeliacinė taryba nurodė, jog pirmesnio 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimo 51 punkte ji nusprendė, kad vidutinio vartotojo pastabumo laipsnis nagrinėjamų prekių atveju nėra didesnis už vidutinį. Pirma, skundžiamo sprendimo 57 punkte ji nurodė, kad sprendimo dėl panaikinimo 40 punkte Bendrasis Teismas taip pat manė, jog minėtų prekių vidutinis vartotojas yra vidutiniškai pastabus. Tokiomis aplinkybėmis turi būti laikoma, kad Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime pripažino vidutinį pastabumo laipsnį pagal sprendimą dėl panaikinimo.
- 98 Todėl reikia išnagrinėti, ar ieškovė gali ir, jei taip, ar ji gali pagrįstai ginčyti Apeliacinės tarybos vertinimą, susijusį su atitinkamos visuomenės pastabumo laipsniu.
- 99 Iš tikrųjų EUIPO ir įstojusi į bylą šalis nurodo, jog atitinkamos visuomenės pastabumo laipsnio klausimą Bendrasis Teismas ir Teisingumo Teismas išsprendė atitinkamai sprendime dėl panaikinimo ir nutartyje dėl apeliacinio skundo. EUIPO patikslina, jog šie teismų sprendimai įgijo galutinio sprendimo galią.
- 100 Šiuo klausimu reikia nurodyti, jog nusprenddamas, kad Apeliacinė taryba padarė klaidą vertindama žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumą, ir panaikindamas 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimą Bendrasis Teismas sprendimo dėl panaikinimo 33 ir 40 punktuose rėmėsi dvejopa aplinkybe: pirma, kad „sportbačiai“ yra plataus vartojimo prekės ir, antra, kad atitinkama visuomenė, kurią sudaro pakankamai informuoti ir protingai pastabūs ir nuovokūs vartotojai, yra vidutiniškai pastabi išgydama minėtus „sportbačius“. Ieškovė bandė užginčyti šiuos faktinius vertinimus Teisingumo Teisme, tačiau šis teismas atmetė jos argumentus kaip iš dalies nepriimtinius ir iš dalies akivaizdžiai nepagrįstus (nutarties dėl apeliacinio skundo 11–18 punktai). Iš to išplaukia, kad sprendimas panaikinti 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimą tapo galutinis.
- 101 Iš suformuotos jurisprudencijos matyti, jog tapęs galutinis sprendimas dėl panaikinimo įgyja absoliučią *res judicata* galią (2004 m. balandžio 29 d. Sprendimo *Italija / Komisija*, C-372/97, EU:C:2004:234, 36 punktas ir jame nurodyta jurisprudencija). Ši galia būdinga tiek sprendimo rezoliucinei daliai, tiek ir

motyvams, kurie būtini rezoliucinei daliai pagrįsti ir todėl yra nuo jos neatsiejami (2006 m. birželio 1 d. Sprendimo *P & O European Ferries (Vizcaya) ir Diputación Foral de Vizcaya / Komisija*, C-442/03 P ir C-471/03 P, EU:C:2006:356, 44 punktą ir jame nurodyta jurisprudencija).

- 102 Pagal Reglamento Nr. 207/2009 65 straipsnio 6 dalį (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 72 straipsnio 6 dalis) reikalaujama, kad EUIPO imtųsi Europos Sąjungos Teismo sprendimams vykdyti būtinų priemonių. Šiuo klausimu pažymėtina, kad iš nusistovėjusios šio teismo praktikos matyti, jog tam, kad laikytųsi teismo sprendimo dėl panaikinimo ir jį visiškai įvykdytų, institucija, kuri buvo priėmusi aktą, kuris dabar jau panaikintas, privalo atsižvelgti ne tik į teismo sprendimo rezoliucinę dalį, bet ir į ją lėmusius motyvus, kurie yra būtinas teismo sprendimo pagrindas. Būtent šioje motyvuojamojoje dalyje tiksliai nurodoma nuostata, kurios neteisėtumas nagrinėjamas, ir tiksliai atskleidžiamos priežastys, dėl kurių rezoliucinėje dalyje konstatuojamas jos neteisėtumas ir į kurias turi atsižvelgti atitinkama institucija, keisdama panaikintą aktą kitu (2009 m. kovo 25 d. Sprendimo *Kaul / VRDT – Bayer (ARCOL)*, T-402/07, EU:T:2009:85, 22 punktą ir jame nurodyta jurisprudencija ir 2011 m. balandžio 13 d. Sprendimo *Safariland / VRDT – DEF-TEC Defense Technology (FIRST DEFENSE AEROSOL PEPPER PROJECTOR)*, T-262/09, EU:T:2011:171, 41 punktą).
- 103 Šiuo atveju konstatuotina, kad šio sprendimo 100 punkte priminti sprendimo dėl panaikinimo motyvai, susiję su atitinkamos visuomenės pastabumo laipsniu, yra būtinas minėto sprendimo rezoliucinės dalies pagrindas. Todėl šie motyvai turi absoliučią *res judicata* galią ir Apeliacinė taryba turėjo į juos atsižvelgti.
- 104 Konstatuotina, jog nusprendama, kaip minėta šio sprendimo 97 punkte, kad pastabumo laipsnis yra vidutinis, Apeliacinė taryba iš tikrųjų visiškai atsižvelgė į minėtus sprendimo dėl panaikinimo motyvus.
- 105 Iš to matyti, jog ieškovė negali ginčyti Apeliacinės tarybos vertinimo, susijusio su atitinkamos visuomenės pastabumo laipsniu, pagrįstumo.
- 106 Pažymėtina, jog, priešingai, nei tvirtina ieškovė, Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime nepripažino, kad atitinkamos visuomenės pastabumas yra silpnas. Iš tikrųjų, iš šio sprendimo 97 ir 104 punktų matyti, kad Apeliacinė taryba manė, jog pastabumas yra vidutinis.
- 107 Be to, joks bylos dokumentas nepaneigia šio vertinimo ir nepagrindžia to, kad nagrinėjamų prekių vidutinio vartotojo pastabumas būtų laikomas dideliu. Šiuo klausimu pažymėtina, kad pirmesniame 2013 m. lapkričio 28 d. sprendime Apeliacinė taryba jau buvo teisingai nusprendusi, kad šis vartotojas neįrodo aukštesnio nei vidutinis pastabumo dėl to, kad nagrinėjamos prekės, priskiriamos prie 25 klasės (batai ir drabužiai), yra plataus vartojimo prekės, dažnai perkamos ir naudojamos Sąjungos vartotojo, kad jos nėra nei brangios, nei retos, kad joms įsigyti ir vartoti nereikia specialių žinių ir kad jos nedaro didelės įtakos vartotojo sveikatai, biudžetui ar gyvybei. Be to, Bendrasis Teismas jau yra kelis kartus nusprendęs, kad 25 klasės prekės, konkrečiai „avalynė“, „sportbačiai“ arba „batai“, yra plataus vartojimo prekės, kurių atveju atitinkamos visuomenės pastabumas yra vidutinis (žr. šiuo klausimu 2013 m. spalio 16 d. Sprendimo *Zoo Sport / VRDT – K-2 (zoo sport)*, T-455/12, nepaskelbtas Rink., EU:T:2013:531, 28, 30, 36, 39 ir 42 punktus ir 2016 m. vasario 25 d. Sprendimo *Puma / VRDT – Sinda Poland (Gyvūno vaizdas)*, T-692/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:99, 25 punktą). Iš to matyti, kad reikia pritarti Apeliacinės tarybos vertinimui, pagal kurį vidutinis prekių, žymimų prašomu įregistruoti prekių ženklu, t. y. batų, priskiriamų prie 25 klasės, vartotojas yra vidutiniškai pastabus.
- 108 Todėl pagrindo antros dalies pirmoji argumentų grupė yra nepriimtina ir bet kuriuo atveju nepagrįsta, todėl turi būti atmesta.

Dėl antrosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atliktas visapusiškas prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnio vertinimas

- 109 Ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime neteisingai įvertino prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnį. Ji tik perėmė sprendime dėl panaikinimo pateiktą Bendrojo Teismo išvadą, kad prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, tam tikru mastu panašūs, tačiau pati neatliko minėtų prekių ženklų panašumų ir skirtumų analizės. Ieškovė paaiškina, kad Apeliacinė taryba turėjo atsižvelgti į tam tikrus skirtumus, susijusius su juostelių ilgiu ir spalvomis, nepaminėtus 2013 m. lapkričio 28 d. sprendime ir todėl Bendrojo Teismo nepatikrintus 2015 m. gegužės 21 d. Sprendime. Be to, ji nurodo, kad Protestų skyrius atliko išsamų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, palyginimą remdamasis, be kita ko, aplinkybe, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas yra „pozicinis prekių ženklas“, o ankstesnis prekių ženklas yra vaizdinis prekių ženklas.
- 110 Šiuo klausimu pirmiausia konstatuotina, kad Apeliacinė taryba skundžiamo sprendimo 58, 60 ir 62 punktuose iš tikrųjų nusprendė, jog prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, tam tikru mastu panašūs vizualiai.
- 111 Iš skundžiamo sprendimo teksto, ypač iš jo 18, 20 ir 57 punktų, matyti, jog tam, kad prieitų prie tokios išvados, Apeliacinė taryba rėmėsi aplinkybe, kad sprendime dėl panaikinimo Bendrasis Teismas analizavo prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumus ir skirtumus (skundžiamo sprendimo 34, 35, 39 ir 40 punktai) ir padarė išvadą, kad šie prekių ženklai tam tikru mastu panašūs vizualiai (sprendimo dėl panaikinimo 43 punktas).
- 112 Taigi EUIPO teisingai nurodo, kad prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo klausimas buvo galutinai išspręstas galutinio sprendimo dėl panaikinimo motyvuose.
- 113 Iš tikrųjų šio sprendimo motyvuose padaryta išvada, kad egzistuoja tam tikras prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumas, yra būtinas šio sprendimo, kuriuo panaikinamas 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimas, rezoliucinės dalies pagrindas. Šiuo klausimu reikia nurodyti, kad minėtu sprendimu paskelbtas panaikinimas pagrįstas tuo, jog klaidingas prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, vertinimas, kurį atliko Apeliacinė taryba, padarė įtaką Apeliacinei tarybos atliktam galimybei, kad visuomenė susies šiuos prekių ženklus ir kad įvyks vienas iš Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje nurodytų pakenkimų, vertinimui (sprendimo dėl panaikinimo 51–54 punktai).
- 114 Iš to matyti, kad pagal šio sprendimo 101 ir 102 punktuose minėtą jurisprudenciją Apeliacinė taryba negalėjo, tikrindama protesto pagrįstumą pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį, nutolti nuo prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo vertinimo, kurį Bendrasis Teismas atliko sprendime dėl panaikinimo.
- 115 Todėl ieškovė negali ginčyti skundžiamo sprendimo, kuriame perimta Bendrojo Teismo išvada dėl prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo, motyvų. Be to, ji negali veiksmingai priekaištauti Apeliacinei tarybai dėl to, kad ši apsiribojo minėta išvada ir pati neatliko prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnio analizės.
- 116 Ši išvada kaip ir Bendrojo Teismo, o vėliau Apeliacinės tarybos atliktas vertinimas bet kuriuo atveju negali būti paneigtas kitais ieškovės argumentais, nurodytais šio sprendimo 109 punkte.
- 117 Iš tikrųjų, pirma, neginčijama, kad, kaip nurodo ieškovė, sprendimo dėl panaikinimo 44 punkte Bendrasis Teismas nusprendė, kad kai kurios aplinkybės, kurias jam nurodė EUIPO ir ieškovė, siekdamas įrodyti, jog prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, skiriasi dėl skirtingo ilgio ir skirtingų spalvų juostelių, esančių ant ieškovės ir įstojusios į bylą šalies prekių, „nėra svarbios, nes Apeliacinė taryba jų nepaminėjo 2013 m. lapkričio 28 d. sprendime“. Be to, minėto sprendimo 44 punkte Bendrasis Teismas taip pat nurodė, kad „šios naujos aplinkybės nepapildė 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimo motyvų ir nedaro įtakos šio sprendimo galiojimo vertinimui“.

- 118 Vis dėlto reikia nurodyti, pirma, kad Bendrasis Teismas sprendimo dėl panaikinimo 44 punkte taip pat nusprendė, kad, kalbant apie argumentą, susijusį su skirtingu juostelių ilgiu, kuri lemia skirtingas jų pasvirimas, šis nedidelis prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, skirtumas nebūtų pastebėtas vidutinio vartotojo, ir kad jis nedaro įtakos bendram prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, sukuriama išpūdžiui, išplaukiančiam iš šoninėje bato pusėje esančių plačių pasvirusių juostelių. Taigi atrodo, kad, priešingai, nei tvirtina ieškovė, Bendrasis Teismas atsižvelgė į tai, kad juostelės, sudarančios prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, gali būti skirtingo ilgio.
- 119 Antra, nors iš tiesų Bendrasis Teismas aiškiai neatsižvelgė į juostelių spalvą, pirmiausia reikia patikslinti, jog ieškovė turėjo, jei manė, kad tai pagrįsta, apeliaciniame skunde, kuri ji pateikė dėl sprendimo dėl panaikinimo, ginčyti tokį neatsižvelgimą. Toliau nutarties dėl apeliacinio skundo 59 punkte Teisingumo Teismas nusprendė, kad, atsižvelgiant į faktą, jog jis nusprendė dėl skirtingo juostelių ilgio, sprendime dėl panaikinimo Bendrasis Teismas tinkamai atliko visapusišką prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumų ir skirtumų vertinimą. Pagaliau iš bylos medžiagos nematyti, kad ieškovė ir įstojusi į bylą šalis prašė įregistruoti atitinkamai prašomą įregistruoti prekių ženklą ir ankstesnį prekių ženklą nurodydamos spalvą pagal 1995 m. gruodžio 13 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 2868/95, skirto įgyvendinti Tarybos reglamentą Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 303, 1995, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 189), 3 taisyklės 5 dalį (dabar – 2017 m. gegužės 18 d. Komisijos įgyvendinimo reglamento (ES) 2017/1431, kuriuo nustatomos išsamios tam tikrų Tarybos reglamento Nr. 207/2009 nuostatų įgyvendinimo taisyklės (OL L 205, 2017, p. 39), 3 straipsnio 3 dalies b ir f punktai). Nors prašomo įregistruoti prekių ženklo juostelės yra pilkos, o ankstesnio prekių ženklo juostelės – juodos, abu prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, sudaryti iš tamsios spalvos juostelių, todėl nedidelis šių prekių ženklų spalvų skirtumas negali paneigti Bendrojo Teismo, o vėliau ir Apeliacinės tarybos atlikto vertinimo dėl tam tikro prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo buvimo.
- 120 Antra, vien aplinkybė, kad Protestų skyrius atliko išsamų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, palyginimą, nedaro įtakos Bendrojo Teismo, o vėliau ir Apeliacinės tarybos atlikto prekių ženklų panašumo vertinimo pagrįstumui. Be to, reikia pažymėti, kad 2012 m. gegužės 22 d. sprendimo 5 puslapyje Protestų skyrius nusprendė, jog prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, vizualūs skirtumai atsveria jų panašumus, o minėto sprendimo 2, 5, 7 ir 8 puslapiuose nurodė, kad prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, turi panašumų ir todėl jiems būdingas tam tikro laipsnio panašumas.
- 121 Be to, dėl argumento, susijusio su tuo, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas yra „pozicinis prekių ženklas“, o ankstesnis prekių ženklas yra vaizdinis prekių ženklas, pažymėtina, jog, kaip per posėdį nurodė EUIPO, šio sprendimo 7 punkte pateiktas ankstesnis prekių ženklas taip pat gali būti laikomas „poziciniu prekių ženklu“. Iš tikrųjų, kaip ir prašomas įregistruoti prekių ženklas, ankstesnis prekių ženklas sudarytas tik iš trijų lygiagrečių juostelių, esančių ant bato, kurio kontūras pavaizduotas brūkšnine linija, o tai rodo, kad jis nėra prekių ženklo dalis.
- 122 Bet kuriuo atveju ieškovė nepatikslina, o Bendrasis Teismas nepastebi, kaip nurodytas prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, skirtumas gali sumažinti šių prekių ženklų panašumo laipsnį.
- 123 Šiuo klausimu pažymėtina, kad, priešingai nei Reglamente 2017/1431, reglamentuose Nr. 207/2009 ir 2868/95 „poziciniai prekių ženklai“ nenurodyti kaip atskira prekių ženklų kategorija. Be to, poziciniai prekių ženklai panašūs į vaizdinių ir erdvinių prekių ženklų kategorijas, nes jais siekiama prekės paviršių paženklinėti vaizdiniais arba erdviniais elementais (2010 m. birželio 15 d. Sprendimo *X Technology Swiss / VRDT (Oranžinė kojinių pirštų galų spalva)*, T-547/08, EU:T:2010:235, 20 punktas; taip pat žr. šiuo klausimu 2014 m. vasario 26 d. Sprendimo *Sartorius Lab Instruments / VRDT (Geltonas apskritimo lankas ekrano apačioje)*, T-331/12, EU:T:2014:87, 14 punktą).
- 124 Be to, pati ieškovė nurodo, remdamasi EUIPO gairėmis, kad šių dviejų prekių ženklų rūšių skirtumas yra tai, jog vaizdinis prekių ženklas suteikia bendrą apsaugą visam prekių ženklui, o pozicinis prekių ženklas suteikia apsaugą tik formai, kuria prekių ženklas yra pavaizduotas.

- 125 Taigi darant prielaidą, kad nurodytas prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, sudarytų iš lygiagrečių juostelių ant bato, skirtumas įrodytas, šiuo atveju jis gali daryti įtaką tik šių prekių ženklų saugomų elementų apimčiai ir todėl neatrodo, kad jis galėtų daryti įtaką minėtų prekių ženklų panašumo laipsniui arba suvokimui, kurį atitinkama visuomenė gali turėti apie minėtus prekių ženklus.
- 126 Be to, reikia pažymėti, kad iš Protestų skyriaus sprendimo nematyti, jog šis skyrius padarė tam tikrą išvadą dėl skirtingo prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, kvalifikavimo, kai vertino minėtų prekių ženklų panašumo laipsnį.
- 127 Tokiomis aplinkybėmis ieškovė neturėtų veiksmingai priekaištauti Apeliacinei tarybai dėl to, kad ji neatsižvelgė į šį prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, skirtumą.
- 128 Todėl reikia atmesti kaip nepriimtina ir bet kuriuo atveju kaip nepagrįstą pagrindo antros dalies antrąją argumentų grupę.

Dėl trečiosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atsižvelgta į ankstesniam prekių ženklui būdingą labai silpną skiriamąjį požymį

- 129 Ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, kai skundžiamame sprendime nenusprendė dėl ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnio ir kai neatsižvelgė į faktą, jog šiam prekių ženklui būdingas labai silpnas skiriamasis požymis. Iš tikrųjų ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio, ypač būdingo skiriamąjo požymio, laipsnis yra labai svarbus veiksnys vertinat, pirma, galimybę, ar atitinkama visuomenė supainios, susies arba sugretins prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, ir, antra, tikimybę, ar įvyks vienas iš Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje nurodytų kenkimo atvejų. Be to, net jei prekių ženklas turi gerą vardą, prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnis priklausytų nuo šiam prekių ženklui būdingo skiriamąjo požymio. Be to, faktas, kad prašomu įregistruoti prekių ženklą, kaip ir ankstesniu prekių ženklą, atsižvelgiant į dažną praktiką, ženklinami batai ir kad prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, naudojami ant tapačių prekių, padaro ankstesnį prekių ženklą dar mažiau unikalų, nei būtų tuo atveju, jei prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, būtų naudoti skirtingoms prekėms.
- 130 Iš šių argumentų matyti, kad ieškovė, pirma, priekaištuoja Apeliacinei tarybai dėl to, kad nebuvo išnagrinėtas ir apibrėžtas ankstesnio prekių ženklo skiriamasis požymis, be kita ko, dėl būdingo skiriamąjo požymio laipsnio, ir, antra, nurodo, jog šio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnis yra nedidelis, be kita ko, dėl labai silpno minėtam prekių ženklui būdingo skiriamąjo požymio.
- 131 Pirmiausia reikia nurodyti, kad iš tikrųjų skundžiamame sprendime Apeliacinė taryba nenusprendė dėl ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio – būdingo arba įgyto dėl naudojimo – laipsnio.
- 132 Vis dėlto ankstesnio 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimo 65, 67 ir 83 punktuose Apeliacinė taryba paaiškino, kad nors įstojusios į bylą šalies ankstesniems prekių ženkams ir, visų pirma, ankstesniam prekių ženklui ir vokiškam prekių ženklui Nr. 39950559 būdingas silpnas skiriamasis požymis, šį silpnumą kompensuoja šių prekių ženklų nuolatinis naudojimas dideliu mastu, dėl kurio jie įgijo bent jau normalų skiriamąjį požymį. Šio ankstesnių prekių ženklų skiriamąjo požymio laipsnio vertinimo Bendrasis Teismas nepaneigė sprendime dėl panaikinimo. Be to, skundžiamo sprendimo 10 punkte, kuriame glaustai pateikiami argumentai, pateikti 2013 m. lapkričio 28 d. Apeliacinės tarybos sprendime, patvirtina minėtą vertinimą. Tokiomis aplinkybėmis turi būti laikoma, kad Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime išlaikė savo pirmesnį ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnio vertinimą.
- 133 Taigi ieškovė nepagrįstai tvirtina, kad Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime visiškai neatsižvelgė į ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnį.

- 134 Antra, primintina, kad iš ieškinio pagrindo pirmos dalies analizės (žr. šio sprendimo 65–90 punktus) matyti, jog ankstesnis prekių ženklas turi gerą vardą Sąjungoje. Be to, šio sprendimo 162 punkte bus nurodyta, kad šis geras vardas gali būti laikomas labai geru vardu.
- 135 Kadangi nustatytas prekių ženklo geras vardas, nesvarbu nustatyti šiam prekių ženklui būdingą skiriamąjį požymį tam, kad jis būtų laikomas turinčiu skiriamąjį požymį (nutarties dėl apeliacinio skundo 75 ir 76 punktai). Ankstesnis prekių ženklas gali turėti ypatingą skiriamąjį požymį ne tik dėl to, kad jis jam būdingas, bet ir dėl prekių ženklo žinomumo visuomenėje (žr. pagal analogiją 1997 m. lapkričio 11 d. Sprendimo *SABEL*, C-251/95, EU:C:1997:528, 24 punktą), nes jeigu prekių ženklas ypatingą skiriamąjį požymį įgijo dėl savo žinomumo, argumentas, susijęs su tuo, kad jam būdingas tik labai silpnas skiriamasis požymis, yra nesvarbus vertinant, ar yra ryšys tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, ir todėl kenkiama pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį (pagal analogiją žr. 2008 m. liepos 17 d. Sprendimo *L & D / VRDT*, C-488/06 P, EU:C:2008:420, 67 ir 68 punktus).
- 136 Šiomis aplinkybėmis reikia pritarti Apeliacinės tarybos vertinimui, kad dėl plataus naudojimo ankstesnis prekių ženklas turi vidutinį skiriamąjį požymį.
- 137 Taigi ieškovė nepagrįstai tvirtino, pirma, kad Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime turėjo atsižvelgti į ankstesniam prekių ženklui būdingo skiriamąjo požymio laipsnį ir, antra, kad dėl šio būdingo skiriamąjo požymio silpnumo ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnis turi būti laikomas žemesniu.
- 138 Todėl reikia atmesti pagrindo antros dalies trečiąją argumentų grupę.

Dėl ketvirtosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atliktas nepriklausomas vertinimas ir kad buvo atliktas klaidingas pakenkimo ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui arba geram vardui vertinimas

- 139 Ieškovė iš esmės tvirtina, kad naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą nebūtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar jo geru vardu ir jiems nebūtų kenkiama.
- 140 Konkrečiai ieškovė pateikia dvi papildomas argumentų grupes dėl skundžiamo sprendimo. Pirma, Apeliacinė taryba „nepriklausomai“ neįvertino, ar naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu arba geru vardu ir ar jiems būtų kenkiama. Antra, Apeliacinė taryba neatsižvelgė į tai, kad įstojusi į bylą šalis per protesto, o vėliau ir per apeliacinę procedūrą neįrodė, kad egzistuoja nesąžininga nauda arba kenkimas; prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, taikiai koegzistavo rinkoje daugelį metų, todėl, esant tokioms aplinkybėms, nurodytas kenkimas rinkoje turėtų būti akivaizdus.
- 141 Todėl reikia išnagrinėti, ar šios dvi papildomos argumentų grupės yra pagrįstos, atsižvelgiant į skundžiamo sprendimo motyvus ir visus byloje esančius svarbius įrodymus.

Dėl papildomos pirmosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atliktas nepriklausomas tyrimas, siekiant nustatyti ar kenkiama ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui

- 142 Pirmiausia reikia trumpai išdėstyti skundžiamame sprendime pateiktus Apeliacinės tarybos argumentus.
- 143 Šiuo atveju skundžiamo sprendimo 61 punkte Apeliacinė taryba iš esmės pirmiausia pripažino, kad jeigu prašomas įregistruoti prekių ženklas būtų įregistruotas, susiejimo laipsnis tarp, pirma, ankstesnio prekių ženklo, kuris asocijuojasi su „goodwill“ (klientų pritraukimo galia), prestižiniu įvaizdžiu ir gera reputacija, ir, antra, įstojusios į bylą šalies susilpnėtų, nes ankstesnio prekių ženklo išskirtinumas būtų

„atskiestas“. Šiuo klausimu skundžiamame sprendime patvirtinama esminė „goodwill“ (klientų pritraukimo galia), išplaukianti iš kelis dešimtmečius trukusio šio prekių ženklo populiarinimo, intensyvios reklamos ir didelės apimties buvimo rinkoje išsaugojimo.

- 144 Skundžiamo sprendimo 60, 62 ir 63 punktuose Apeliacinė taryba nurodė, kad ankstesnis prekių ženklas turi labai gerą vardą visame pasaulyje, kad prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra panašūs, kad nagrinėjamos prekės yra tapačios ir kad todėl atitinkamos visuomenės taip pat sutampa. Skundžiamo sprendimo 63 punkte ji pridūrė, kad tokiomis aplinkybėmis neišvengiama, kad ieškovės klientai žinos ankstesnį prekių ženklą ir jį „susies“ su prašomu įregistruoti prekių ženklu.
- 145 Pagaliau, atsižvelgusi į visas šias aplinkybes, skundžiamo sprendimo 65 punkte Apeliacinė taryba nusprendė, kad šiuo atveju labai tikėtina, jog naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų tyčia arba netyčia nesąžiningai naudojamosi įrodytu ankstesnio prekių ženklo geru vardu ir didelėmis investicijomis, kurias įstojusti į bylą šalis skyrė tam, kad pasiektų tokį gerą vardą.
- 146 Iš nurodyto skundžiamo sprendimo teksto matyti, kad, priešingai, nei tvirtina ieškovė, Apeliacinė taryba pati gerai įvertino, ar šiuo atveju naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo geru vardu. Skundžiamo sprendimo 61 punkte Apeliacinė taryba papildomai atsižvelgė pagal šio sprendimo 50 punkte minėtą jurisprudenciją į galimybę, kad toks naudojimas gali pakenkti ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui dėl to, kad būtų „atskiestas“ ankstesnio prekių ženklo išskirtinumas.
- 147 Vis dėlto Apeliacinė taryba, pirma, nenusprendė dėl žalos ankstesnio prekių ženklo geram vardui buvimo ir, antra, tik netiesiogiai nusprendė dėl žalos ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui buvimo. Iš tikrųjų, kad patenkintų protestą pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį, Apeliacinė taryba pirmiausia rėmėsi pagrindu, susijusiu su tuo, kad naudojantis prašomu įregistruoti prekių ženklu būtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo geru vardu; pats šis pagrindas tik iš dalies ir netiesiogiai pagrįstas galimybe susilpninti arba „atskiesti“ šio prekių ženklo skiriamąjį požymį.
- 148 Atsižvelgiant į šio sprendimo 37 punkte primintą alternatyvų trijų kenkimo rūšių, numatytų Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje, pobūdį, pagrindo, susijusio su tuo, kad naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo geru vardu, jei jis realiai pagrįstas, pakaktų tam, kad būtų atsisakyta registruoti, su sąlyga, kad nėra tinkamo pagrindo naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą. Iš to matyti, kad ieškovė negali veiksmingai priekaištauti Apeliacinei tarybai dėl to, kad ji nenusprendė dėl to, ar egzistuoja kitos rūšies kenkimas, nei jos nurodytas. Todėl ieškovės argumentai, susiję su tuo, kad Apeliacinė taryba neišnagrinėjo, ar egzistuoja žala ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui, yra neveiksmingi.
- 149 Todėl reikia atmesti pagrindo pirmos dalies ketvirtosios argumentų grupės papildomą pirmąją argumentų grupę.

Dėl papildomos antrosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo įrodytas kenkimo ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui buvimas

- 150 Kaip nurodyta šio sprendimo 140 punkte, ieškovė iš esmės tvirtina, kad įstojusti į bylą šalis neįrodė, jog naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą ateityje būtų pakenkta ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui. Iš tikrųjų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo nepakanka, kad atitinkama visuomenė nustatytų ryšį tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas. Be to, prašomas įregistruoti prekių ženklas anksčiau daugelį metų buvo naudojamas šalia ankstesnio prekių ženklo ir, nepaisant to, jokio nesąžiningo naudojimosi ankstesnio prekių ženklo geru vardu arba skiriamuoju požymiu, kaip ir jokio kenkimo šiam prekių ženklui, iki šiol rinkoje nebuvo.

- 151 Reikia priminti, kad, kaip nurodyta šio sprendimo 147 ir 148 punktuose, pirma, skundžiamas sprendimas pirmiausia grindžiamas pagrindu, susijusiu su tuo, kad naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų nesąžiningai naudojamos ankstesnio prekių ženklo geru vardu ir, antra, kad pačios tikimybės, jog bus pakenkta, pakanka pagrįsti atsisakymą įregistruoti, su sąlyga, kad nėra tinkamo pagrindo naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą. Todėl argumentų grupė, susijusi su tuo, kad įstojusi į bylą šalis neįrodė Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje nurodyto kenkimo buvimo, veiksminga tik tiek, kiek ja siekiama užginčyti tai, jog egzistuoja galimybė nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu. Iš to matyti, kad nebūtina tikrinti, ar naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų pakenkta ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui.
- 152 Kaip nurodyta šio sprendimo 30 ir 46 punktuose, tai, ar yra ryšys tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, ir galimybė, jog bus nesąžiningai pasinaudota ankstesnio prekių ženklo geru vardu, turi būti vertinama visapusiškai, atsižvelgiant į visus konkrečiam atvejui svarbius veiksnius.
- 153 Reikia, kad kompetentingos EUIPO instancijos, t. y. Protestų skyrius ir tam tikrais atvejais Apeliacinė taryba, atliktų kai kurių iš šių veiksmų, ir, be kita ko, minėtų šio sprendimo 30, 31 ir 47 punktuose, išankstinę analizę. Kalbama, be kita ko, apie susijusios visuomenės pastabumo laipsnį, nagrinėjamų prekių panašumo laipsnį, prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnį, ankstesnio prekių ženklo gero vardo stiprumą ir šio prekių ženklo skiriamąjį požymio laipsnį.
- 154 Be to, ankstesnio prekių ženklo savininkas gali pateikti, o kompetentingos EUIPO instancijos gali atsižvelgti į kitus svarbius įrodymus, kad konkrečiai nustatytų, ar yra galimybė nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu.
- 155 Šiomis aplinkybėmis, pirma, reikia priminti ir prireikus patikrinti Apeliacinės tarybos pateiktus svarbių veiksmų, minėtų šio sprendimo 153 punkte, vertinimus. Tada, antra ir trečia, reikia, atsižvelgiant į minėtus veiksmus, kitus įrodymus, kuriuos įstojusi į bylą šalis pateikė Apeliacinei tarybai ar į kuriuos ši atsižvelgė skundžiamame sprendime, ir į galimas ieškovės nurodyto prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimo pasekmes, patikrinti, ar Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, kai šioje byloje nusprendė, kad egzistuoja ryšys tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, ir galimybė, jog bus nesąžiningai pasinaudota ankstesnio prekių ženklo geru vardu.

Išankstiniai svarbių veiksmų vertinimai

Atitinkamos visuomenės pastabumo laipsnis

- 156 Iš pagrindo antros dalies pirmosios argumentų grupės analizės matyti (žr. šio sprendimo 93–108 punktus), kad Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime teisingai nusprendė, jog atitinkama visuomenė, t. y. vidutinis prekių, žymimų prašomu įregistruoti prekių ženklu, vartotojas yra vidutiniškai pastabus.

Nagrinėjamų prekių panašumo laipsnis

- 157 Skundžiamo sprendimo 53 punkte Apeliacinė taryba konstatavo, kad ankstesnis prekių ženklas ir prašomas įregistruoti prekių ženklas skirti „avalynėi“ žymėti, todėl nagrinėjamos prekės yra tapačios.
- 158 Ieškovė visiškai neginčija akivaizdaus nagrinėjamų prekių tapatumo, kuris buvo iš naujo patvirtintas skundžiamo sprendimo 60, 62–64 punktuose. Todėl reikia pritarti šiuo klausimu atliktam Apeliacinės tarybos vertinimui.

Prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnis

159 Iš pagrindo antros dalies antrosios argumentų grupės analizės matyti (žr. šio sprendimo 109–128 punktus), kad skundžiamame sprendime Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, jog prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, turi tam tikro panašumo.

Ankstesnio prekių ženklo gero vardo stiprumas

160 Pirmiausia reikia priminti, jog iš pagrindo pirmos dalies analizės matyti (žr. šio sprendimo 65–90 punktus), kad skundžiamame sprendime Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, jog ankstesnis prekių ženklas turi gerą vardą Sąjungoje.

161 Dėl šio gero vardo stiprumo pažymėtina, kad iš skundžiamo sprendimo 33, 36–38 punktų matyti, jog Apeliacinė taryba manė, kad ankstesnis prekių ženklas turi labai gerą vardą. Be to, skundžiamo sprendimo 41 ir 62 punktuose ji patikslino, kad šis geras vardas yra senas, nuolatinis, reikšmingas ir pasaulinio lygio. Tačiau ji neperėmė įstojusios į bylą šalies, kuri protesto 11 puslapyje tvirtino, kad jos prekių ženklas turi išskirtinai gerą vardą, argumentų.

162 Ieškovė, kuri ginčija ankstesnio prekių ženklo gerą vardą, nepateikia jokios konkrečios kritikos dėl Apeliacinės tarybos atlikto šio gero vardo stiprumo vertinimo. Tačiau įrodymų, nagrinėtų analizuojant pagrindo pirmą dalį, pakanka, kad būtų įrodytas ne tik šio gero vardo buvimas, bet ir tai, kad geras vardas yra labai stiprus. Be to, sprendimo dėl panaikinimo 47 punkte Bendrasis Teismas patvirtino išvadą, kurią Apeliacinė taryba pateikė 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimo 66 punkte, kad ankstesnis prekių ženklas turi labai gerą vardą („svarbų“, kaip nurodė Bendrasis Teismas).

163 Tokiomis aplinkybėmis reikia pritarti Apeliacinės tarybos vertinimui, susijusiam su ankstesnio prekių ženklo gero vardo stiprumu.

Ankstesnio prekių ženklo skiriamąjo požymio laipsnis

164 Iš pagrindo antros dalies trečiosios argumentų grupės analizės matyti (žr. šio sprendimo 129–138 punktus), kad Apeliacinė taryba skundžiamame sprendime teisingai nusprendė, jog dėl plataus naudojimo ankstesnis prekių ženklas turi vidutinį skiriamąjį požymį.

Ryšio tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, buvimo bendras vertinimas

165 Kaip nurodyta šio sprendimo 144 punkte, Apeliacinė taryba, remdamasi, be kita ko, prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, net ir „nedideliu“ panašumu, nagrinėjamų prekių panašumu ir ankstesnio prekių ženklo gero vardo stiprumu, skundžiamo sprendimo 63 punkte nusprendė, kad atitinkamos visuomenės sąmonėje egzistuoja ryšys tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas.

166 Ieškovė ginčija šią išvadą remdamasi tuo, kad Apeliacinė taryba klaidingai įvertino atitinkamos visuomenės pastabumo laipsnį, prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnį ir ankstesnio prekių ženklo skiriamąjį požymį.

167 Reikia nurodyti, pirma, kad ieškovės argumentai, susiję su tariamomis Apeliacinės tarybos klaidomis vertinant šiuos veiksnius, jau buvo atmesti nagrinėjant pagrindo pirmą dalį ir minėto pagrindo antros dalies tris pirmąsias argumentų grupes.

168 Antra, veiksniai, į kuriuos atsižvelgė Apeliacinė taryba, yra vieni iš tų, kurie laikomi svarbiais nustatant tokio ryšio buvimą (žr. šio sprendimo 30 ir 31 punktuose minėtą jurisprudenciją). Konkrečiai skundžiamo sprendimo 63 punkte Apeliacinė taryba teisingai nurodė, kad, taikant Reglamento

Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį, „nedidelio“ prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnio gali pakakti, kad atitinkama visuomenė nustatytų ryšį tarp jų (žr. šio sprendimo 29 punkte minėtą jurisprudenciją).

- 169 Ieškovė nepateikia kitų argumentų, skirtų Apeliacinės tarybos išvadai paneigti, kad atitinkama visuomenė gali nustatyti ryšį tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas.
- 170 Kad užginčytų galimybės nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu buvimą, ieškovė nurodo taikų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimą rinkoje daugelį metų ir tai, kad visuomenė neklaidinama dėl jos prekių kilmės. Kad patvirtintų, jog turi tinkamą pagrindą naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą, ji paaiškina, jog tikėtina, kad toks koegzistavimas sumažina galimybę vartotojams nustatyti ryšį tarp abiejų prekių ženklų.
- 171 Pagal šio sprendimo 32–34 punktuose nurodytą jurisprudenciją ankstesnis prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimas rinkoje gali sumažinti šių prekių ženklų susiejimo riziką ateityje ir tikimybę, kad atitinkama visuomenė nustatys ryšį tarp jų, tačiau su sąlyga, kad toks koegzistavimas yra taikus ir grindžiamas susiejimo galimybės nebuvimu.
- 172 Tokiomis aplinkybėmis reikia įvertinti, ar ši sąlyga yra įvykdyta.
- 173 Šiuo atveju tam, kad pateisintų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimą, ieškovė nurodo prašomo įregistruoti prekių ženklo ir kelių kitų prekių ženklų arba panašių žymenų, kuriuos sudaro dvi lygiagrečios juostelės ant bato, naudojimą.
- 174 Šiame etape nebūtina išnagrinėti visų argumentų, kuriuos šalys pateikė daugiausia nagrinėjant pagrindo trečią dalį, dėl šio koegzistavimo. Nereikia įvertinti, ar ir, jei taip, koku mastu ieškovė įrodo prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimo realumą ir apimtį; tai ginčija ir įstojusi į bylą šalis.
- 175 Nekyla ginčų, pirma, kad Vokietijos teisme – *Landgericht München* (Miuncheno apygardos teismas, Vokietija) – įstojusi į bylą šalis ginčijo tai, kad bendrovė *Patrick International SA*, nurodoma kaip ieškovės pirmtakė, naudojo prekių ženklą, kurį sudaro dvi lygiagrečios juostelės ant bato, ir kad 1990 m. lapkričio 12 d. sprendime minėtas teismas uždraudė šiai bendrovei prekiauti prekėmis, pažymėtomis šiuo prekių ženklu dėl to, kad yra galimybė supainioti su tam tikrais nacionaliniais įstojusios į bylą šalies prekių ženklais. Ginčytas prekių ženklas atrodė taip:



- 176 Tuomet bendrovės *Patrick International* naudotas prekių ženklas nebuvo tapatus prašomam įregistruoti prekių ženklui ir jo sprendžiamoje byloje minėtas Vokietijos teismas nusprendė, kad nagrinėjamas prekių ženklas sukuria tokį išpūdį, kokį sukuria prekių ženklas iš trijų juostelių. Nepaisant minėto teismo atlikto vertinimo, nagrinėjamas prekių ženklas yra pakankamai panašus į prašomą įregistruoti prekių ženklą, kad būtų atsižvelgta į įstojusios į bylą šalies ginčijamą jo naudojimą siekiant įvertinti nurodyto ieškovės prekių ženklų, sudarytų iš dviejų juostelių, ir įstojusios į bylą šalies prekių ženklų, sudarytų iš trijų juostelių, koegzistavimo taikų arba konfliktinį pobūdį, kai šiais skirtingais prekių ženklais žymimi batai.

- 177 Antra, reikia nurodyti, kad šis ginčas nėra pirmasis, kilęs tarp ieškovės ir įstojusios į bylą šalies dėl to, kad ieškovė įregistravo Europos Sąjungos prekių ženklą, kurį sudaro dvi lygiagrečios juostelės ant bato.
- 178 Iš tikrųjų, kai 2009 m. liepos 1 d. ieškovė pateikė paraišką įregistruoti prekių ženklą, įstojusi į bylą šalis jau buvo padavusi protestą dėl ieškovės prekių ženklo, kuriam būdingos tokios pačios savybės kaip ir prašomam įregistruoti prekių ženklui, registracijos, nes 2004 m. liepos 30 d. ji pateikė protestą dėl prekių ženklo, kurį sudaro dvi juostelės ir kuris panašus į prašomą įregistruoti prekių ženklą, registracijos 18, 25 ir 28 klasių prekėms.
- 179 Todėl, atsižvelgiant į 1990 m. Vokietijoje kilusį ginčą ir ankstesnį 2004 m. pateiktą protestą, nurodytas prašomo įregistruoti prekių ženklo arba kitų panašių ieškovės prekių ženklų ir ankstesnio prekių ženklo arba kitų panašių įstojusios į bylą šalies prekių ženklų koegzistavimas rinkoje negali būti laikomas taikium. Šis koegzistavimas nepagrįstas tuo, kad nėra galimybės susieti prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas.
- 180 Tokiomis aplinkybėmis reikia pritarti Apeliacinės tarybos vertinimui dėl ryšio tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, buvimo.

Galimybės nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu bendras vertinimas

- 181 Pirma, iš skundžiamo sprendimo 60–65 punktų matyti, kad šioje byloje išvadą, jog yra galimybė nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu, Apeliacinė taryba padarė remdamasi konkrečiai, pirma, dideliu ankstesnio prekių ženklo gero vardo žinomumu ir, antra, nagrinėjamų prekių tapatumu.
- 182 Iš tiesų tai, kad, kaip nurodyta šio sprendimo 161 punkte, Apeliacinė taryba nemanė, jog ankstesnio prekių ženklo geras vardas yra išskirtinis, todėl vien dėl to pakenkimo buvimas negali būti preziumuojamas taikant šio sprendimo 41 punkte minėtą jurisprudenciją. Vis dėlto Apeliacinė taryba teisingai manė, kad ankstesniam prekių ženklui būdingas labai geras, senas ir nuolatinis vardas.
- 183 Primintina, kad kuo geresnis ankstesnio prekių ženklo vardas, tuo labiau tikėtina, kad naudojant prekių ženklą, panašų į šį prekių ženklą, bus naudojamas ankstesnio prekių ženklo geru vardu (žr. šio sprendimo 48 punkte minėtą jurisprudenciją).
- 184 Ir kuo panašesnės prekės arba paslaugos, kurioms skirti prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, tuo didesnė tokio naudojimosi tikimybė (žr. šio sprendimo 49 punktą). Taigi skundžiamo sprendimo 64 punkte Apeliacinė taryba teisingai nurodė, jog, kadangi šiuo atveju nagrinėjamos prekės yra tapačios, logiška, kad nesąžiningas naudojimas labiau tikėtinas nei tuo atveju, jei nagrinėjamos prekės būtų skirtingos.
- 185 Iš to matyti, kad Apeliacinės tarybos nurodyta dviguba aplinkybė, susijusi, pirma, su tuo, kad ankstesnis prekių ženklas turi labai gerą, seną ir nuolatinį vardą, ir, antra, su tuo, kad prekės, žymimos prekių ženklais, dėl kurių kilo ginčas, yra tapačios, gali labai padidinti nesąžiningo naudojimosi tikimybę.
- 186 Antra, kaip jau buvo nurodyta šio sprendimo 143 punkte, skundžiamo sprendimo 61 punkte Apeliacinė taryba pripažino, kad ankstesnis prekių ženklas asocijuojasi su esmine „goodwill“ (klientų pritraukimo galia), prestižiniu įvaizdžiu ir gera reputacija ir kad ši „goodwill“ (klientų pritraukimo galia) buvo įgyta dėl kelis dešimtmečius trukusio šio prekių ženklo populiarinimo, intensyvios reklamos ir plataus naudojimo rinkoje išlaikymo. Skundžiamo sprendimo 65 punkte ji taip pat nurodė, jog tam, kad pasiektų gerą ankstesnio prekių ženklo vardą, įstojusi į bylą šalis daug investavo.

- 187 Šiuo klausimu iš protesto 12–14 puslapių matyti, kad įstojusi į bylą šalis Protestų skyriui nurodė ne tik savo ankstesnio prekių ženklo gerą vardą, prekių ženklą, dėl kurių kilo ginčas, panašumą ir nagrinėjamų prekių panašumą, bet ir tai, kad ankstesniam prekių ženklui būdingas patrauklumas, susijęs su kokybe ir prestižu pagrįstu įvaizdžiu, kuris buvo įgytas dėl kelis dešimtmečius trukusių investicijų, inovacijų ir reklamos. Šia proga įstojusi į bylą šalis paaikšino, kad, naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą, teigiamos savybės, siejamos su ankstesniu prekių ženklu žymimomis prekėmis, būtų perkeliamos ieškovės prekėms.
- 188 Taigi klaidinga tvirtinti, kaip kad daro ieškovė, jog įstojusi į bylą šalis nepateikė jokių tinkamų įrodymų, kad būtų patvirtintas nesąžiningas naudojimas ankstesnio prekių ženklo geru vardu.
- 189 Be to, ieškovė neginčija kelis dešimtmečius trukusių įstojusios į bylą šalies komercinių pastangų, skirtų savo prekių ženklo įvaizdžiui sukurti ir puoselėti, „goodwill“ (klientų pritraukimo galia) kaupiti, taip suteikiant šiam prekių ženklui ekonominę vertę, realumo ir dydžio.
- 190 Dėl ankstesnio gerą vardą turinčio prekių ženklo savininko pastangų dydžio dar labiau tikėtina, kad tretieji asmenys bandys, naudodami į minėtą prekių ženklą panašų prekių ženklą, prisidengti ankstesniu gerą vardą turinčiu prekių ženklu, kad pasinaudotų jo patrauklumu, reputacija ir prestižu ir gautų naudos, be jokios finansinės kompensacijos ir neįdėdami savo pastangų, iš ankstesnio prekių ženklo savininko įdėtų komercinių pastangų.
- 191 Trečia, EUIPO ir įstojusi į bylą šalis nurodo, kad ieškovė arba bent jos pirmtakė sukūrė aiškią aliuziją į ankstesnį prekių ženklą, kurį sudaro trys juostelės, kai naudojo šūkį „two stripes are enough“ („pakanka dviejų juostelių“) per 2007 m. Ispanijoje ir Portugalijoje vykdytą reklamos kompaniją, skirtą tam, kad būtų populiarinamos jos pačios prekės, parduodamos pažymėtos prekių ženklu, kurį sudaro dvi juostelės.
- 192 Ieškovė neginčija, kad šūkį „pakanka dviejų juostelių“ iš tikrųjų buvo naudojamas siekiant reklamuoti tam tikras jos prekes. Tačiau akivaizdu, kad naudojant tokį šūkį siekiama sukurti aliuziją į ankstesnį prekių ženklą, kurį vartotojas žino dėl jo gero vardo, ir sudaryti išpūdį, jog ieškovės prekių, parduodamų pažymėtų prekių ženklu iš dviejų juostelių, savybės atitinka savybes prekių, kurias įstojusi į bylą šalis pardavinėja pažymėtas prekių ženklu, sudarytu iš trijų juostelių. Tokiomis aplinkybėmis 2007 m. reklamos kampanija Ispanijoje ir Portugalijoje turi būti analizuojama kaip bandymas naudotis ankstesnio prekių ženklo geru vardu. Toks elgesys, konstatuotas realiai naudojant prekių ženklą, panašų į prašomą įregistruoti prekių ženklą, yra konkretus įrodymas, ypač svarbus nustatant galimybes nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu buvimą (žr. šio sprendimo 39 punkte minėtą jurisprudenciją).
- 193 Ketvirta, kad paneigtų tai, jog naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą gali būti nesąžiningai pasinaudota ankstesnio prekių ženklo geru vardu, ieškovė tik tvirtina, jog šios galimybės nebuvo anksčiau, nors prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavo rinkoje.
- 194 Iš šio sprendimo 174–179 punktų matyti, kad nurodytas prekių ženklą, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimas negali būti laikomas taikiu. Be to, šio sprendimo 192 punkte buvo nurodyta, kad naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą bent vieną kartą buvo bandyta nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu.
- 195 Iš to matyti, kad nurodytas prekių ženklą, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimas rinkoje anksčiau neleidžia atmesti, kad ateityje gali būti pakenkta ankstesnio prekių ženklo geram vardui, kaip nurodė Apeliacinė taryba.

- 196 Tokiomis aplinkybėmis ir atsižvelgiant į visas svarbias bylos aplinkybes, įrodymų, kuriuos įstojusi į bylą šalis pateikė Apeliacinei tarybai ir į kuriuos ši atsižvelgė, pakanka, kad būtų įrodyta didelė parazitavimo rizika. Todėl Apeliacinė taryba nepadarė vertinimo klaidos, kai nusprendė, kad tikėtina, jog naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą būtų nesąžiningai naudojamosi ankstesnio prekių ženklo geru vardu.
- 197 Todėl reikia atmesti pagrindo antros dalies ketvirtosios argumentų grupės papildomą antrąją argumentų grupę, todėl visą šią argumentų grupę ir visą šią pagrindo dalį.

Dėl pagrindo trečios dalies, susijusios su tinkamo pagrindo naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą buvimu

- 198 Remdamasi pagrindo trečia dalimi ieškovė tvirtina, kad, priešingai, nei nusprendė Apeliacinė taryba, ji įrodė tinkamo pagrindo buvimą, kai per protesto procedūrą pateikė įrodymus, patvirtinančius prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimą ilgą laikotarpį.
- 199 Šią dalį galima skirstyti į dvi argumentų grupes; atrodo, kad ieškovė priekaištauja Apeliacinei tarybai dėl to, kad, pirma, ši neišnagrinėjo jos įrodymų, susijusių su prašomu įregistruoti prekių ženklu, ir, antra, nenusprendė, jog jie įrodo tinkamo pagrindo buvimą.

Dėl pirmosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo išnagrinėti prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimo įrodymai

- 200 Primintina, kaip nurodyta šio sprendimo 58 punkte, kad trečiųjų asmenų atliekamas prašomo įregistruoti prekių ženklo, panašaus į gerą vardą turintį prekių ženklą, naudojimas tam tikromis aplinkybėmis gali būti laikomas naudojimu turint tinkamą pagrindą pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį.
- 201 Taigi ieškovė gali veiksmingai remtis prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimu, o Apeliacinė taryba turėjo išnagrinėti įrodymus, kuriuos šiuo klausimu ieškovė pateikė EUIPO.
- 202 Šiuo klausimu, remdamasi skundžiamo sprendimo 65 punktu, ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba neišnagrinėjo jos įrodymų, susijusių su tinkamo pagrindo buvimu.
- 203 Šiuo atveju Apeliacinė taryba skundžiamo sprendimo 65 punkte ne tik nurodė, kad ieškovė nenurodė priežasčių, įrodančių tinkamo pagrindo buvimą, bet ir dar paaiškino to paties sprendimo 66 punkte, kad nurodytas prekių ženklą, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimas nelaikytinas taikiu. Taip Apeliacinė taryba, kaip atsakyme į ieškinį nurodė EUIPO, atsakė į pagrindinį ieškovės argumentą, pateiktą siekiant įrodyti tinkamo pagrindo buvimą. Tokiomis aplinkybėmis ieškovė neturi tvirtinti, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į jos įrodymus.
- 204 Todėl reikia atmesti pagrindo trečios dalies pirmąją argumentų grupę.

Dėl antrosios argumentų grupės, susijusios su vertinimo, ar egzistuoja tinkamas pagrindas, klaida

- 205 Ieškovė pažymi tai, kad prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavo kelis dešimtmečius įstojusios į bylą šalies sutikimu. Be to, ji priekaištauja Apeliacinei tarybai dėl to, kad ši neatsižvelgė į galimo draudimo naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą pasekmes.
- 206 Šiuo klausimu pažymėtina, jog tam, kad sudarytų tinkamą pagrindą, prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimas turi atitikti kelias sąlygas, nurodytas šio sprendimo 59–63 punktuose.

- 207 Konkrečiai reikia priminti, pirma, kad jeigu ankstesnis gerą vardą turintis prekių ženklas yra Europos Sąjungos prekių ženklas, prašomas įregistruoti prekių ženklas turi būti naudotas visoje Sąjungos teritorijoje (žr. šio sprendimo 62 punkte minėtą jurisprudenciją).
- 208 Šiuo atveju, kaip nurodė EUIPO ir įstojusi į bylą šalis, ieškovė neįrodo ir net nenurodo, kad prašomą įregistruoti prekių ženklą naudojo visoje Sąjungos teritorijoje. Taigi 2011 m. birželio 14 d. Protestų skyriui pateiktose pastabose ji nurodė prekių ženklą, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimą tik Vokietijos rinkoje ir nenurodė, kad iš tikrųjų naudojo kitose valstybėse narėse registruotus savo prekių ženklus, kuriuos sudaro dvi lygiagrečios juostelės ant bato. Be to, įrodymai, kuriuos įstojusi į bylą šalis pateikė EUIPO, iš esmės susiję su prašomo įregistruoti prekių ženklo arba kitų panašių prekių ženklų naudojimu Vokietijoje arba Prancūzijoje.
- 209 Antra, primintina, jog tam, kad prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimas sudarytų tinkamą pagrindą, reikia, kad ankstesnio gerą vardą turinčio prekių ženklo savininkas nebūtų jam prieštaravęs. Taigi nurodytas prekių ženklą, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimas turi būti taikus (žr. šio sprendimo 63 punkte nurodytą jurisprudenciją).
- 210 Šio sprendimo 179 ir 194 punktuose jau buvo nurodyta, kad, kaip tvirtina EUIPO ir įstojusi į bylą šalis, nurodytas prekių ženklą, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimas nebuvo taikus. Be to, ieškovė neįrodė, kad įstojusi į bylą šalis toleravo prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimą arba jam pritarė.
- 211 Trečia, apskritai ir kaip nurodyta šio sprendimo 56 ir 59 punktuose, prašomo įregistruoti prekių ženklo savininkas arba jo pirmtakas turėjo būti sąžiningas naudodamas prašomą įregistruoti prekių ženklą.
- 212 Šiuo atveju šūkio „pakanka dviejų juostelių“ koncepcija ir naudojimas rodo, kaip minėta šio sprendimo 192 ir 194 punktuose, kad naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą bent vieną kartą buvo bandyta pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu. Todėl, kaip nurodo įstojusi į bylą šalis, negalima laikyti, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas visada buvo naudojamas sąžiningai.
- 213 Tokiomis aplinkybėmis ieškovės nurodytas prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimas negali būti laikomas pagrindu, leidžiančiu ieškovei įregistruoti šį prekių ženklą kaip Europos Sąjungos prekių ženklą rizikuojant, kad bus nesąžiningai pasinaudota ankstesnio prekių ženklo geru vardu.
- 214 Šios išvados nepaneigia ieškovės argumentas, susijęs su tuo, kokį poveikį jai sukeltų galimas uždraudimas naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą. Iš tikrųjų, pirma, ieškovė nepaaiškina tokio poveikio pobūdžio ir svarbos. Antra, bet kuriuo atveju skundžiamu sprendimu siekiama tik atsisakyti įregistruoti prašomą prekių ženklą kaip Europos Sąjungos prekių ženklą, o ne uždrausti ieškovei naudoti šį prekių ženklą vienos ar kelių valstybių narių, kuriose šis prekių ženklas įregistruotas arba paprasčiausiai naudojamas, turint tinkamą pagrindą pagal 2008 m. spalio 22 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2008/95/EB valstybių narių teisės aktams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 299, 2008, p. 25) 5 straipsnio 2 dalį, teritorijoje.
- 215 Iš to matyti, kad Apeliacinė taryba nepadarė vertinimo klaidos, kai nusprendė, kad ieškovė neįrodė, jog nėra tinkamo pagrindo naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą.
- 216 Todėl reikia atmesti vienintelio pagrindo trečios dalies antrąją argumentų grupę, todėl visą šią trečią dalį ir visą pagrindą.
- 217 Atsižvelgiant į išdėstytus motyvus, ieškinį reikia atmesti.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

- 218 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį iš pralaimėjusios šalies priteisiamos bylinėjimosi išlaidos, jei laimėjusi šalis to reikalavo.
- 219 Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, iš jos priteisiamos bylinėjimosi išlaidos pagal EUIPO ir įstojusios į bylą šalies pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji kolegija)

nusprendžia:

1. Atmesti ieškinį.

2. *Shoe Branding Europe BVBA* padengia bylinėjimosi išlaidas.

Gervasoni

Madise

Kowalik-Bańczyk

Paskelbtas 2018 m. kovo 1 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.

Turinys

Ginčo aplinkybės	2
Šalių reikalavimai	4
Dėl teisės	4
Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalies bendras vertinimas	4
Ankstesnio prekių ženklo gero vardo sąvoka	5
Ryšio tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, arba jų sugretinimo būtinybė	5
Kenkimo ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui rūšys	6
Įrodinėjimo taisyklės ir sąsaja tarp kenkimo ir tinkamo pagrindo egzistavimo	7
Nesąžiningo naudojimosi ankstesnio prekių ženklo geru vardu arba skiriamuoju požymiu sąvoka	7
Tinkamo pagrindo sąvoka	9
Dėl pagrindo pirmos dalies, susijusios su ankstesnio prekių ženklo gero vardo nebuvimu	10
Dėl antros dalies, susijusios su pakenkimo ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui nebuvimu	13
Dėl pirmos argumentų grupės, susijusios su klaidingu „vidutinio vartotojo testo“ taikymu	14
Dėl antrosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atliktas visapusiškas prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnio vertinimas	16
Dėl trečiosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atsižvelgta į ankstesniam prekių ženklui būdingą labai silpną skiriamąjį požymį	18
Dėl ketvirtosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atliktas nepriklausomas vertinimas ir kad buvo atliktas klaidingas pakenkimo ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui arba geram vardui vertinimas	19
Dėl papildomos pirmosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo atliktas nepriklausomas tyrimas, siekiant nustatyti ar kenkiama ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui	19
Dėl papildomos antrosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo įrodytas kenkimo ankstesnio prekių ženklo geram vardui arba skiriamajam požymiui buvimas	20
Išankstiniai svarbių veiksmų vertinimai	21
Atitinkamos visuomenės pastabumo laipsnis	21
Nagrinėjamų prekių panašumo laipsnis	21
Prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo laipsnis	22
Ankstesnio prekių ženklo gero vardo stiprumas	22

Ankstesnio prekių ženklo skiriamojo požymio laipsnis	22
Ryšio tarp prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, buvimo bendras vertinimas	22
Galimybės nesąžiningai pasinaudoti ankstesnio prekių ženklo geru vardu bendras vertinimas	24
Dėl pagrindo trečios dalies, susijusios su tinkamo pagrindo naudoti prašomą įregistruoti prekių ženklą buvimu	26
Dėl pirmosios argumentų grupės, susijusios su tuo, kad nebuvo išnagrinėti prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimo įrodymai	26
Dėl antrosios argumentų grupės, susijusios su vertinimo, ar egzistuoja tinkamas pagrindas, klaida	26
Dėl bylinėjimosi išlaidų	28