



Teismo praktikos rinkinys

BENDROJO TEISMO (aštuntoji kolegija) SPRENDIMAS

2018 m. spalio 25 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra –
Žodinis Europos Sąjungos prekių ženklas DEVIN – Absoliutus atmetimo pagrindas –
Apibūdinamasis pobūdis – Geografinis pavadinimas – Reglamento (EB) Nr. 207/2009 7 straipsnio
1 dalies c punktas (dabar Reglamento (ES) 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies c punktas)“

Byloje T-122/17

Devin AD, įsteigta Devine (Bulgarija), atstovaujama advokato B. Van Asbroeck,

ieškovė,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą S. Di Natale ir D. Gája,

atsakovę,

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

Haskovo Chamber of Commerce and Industry, įsteigta Haskove (Bulgarija), atstovaujama advokatės
D. Dimitrova,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2016 m. gruodžio 2 d. EUIPO antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla
R 579/2016-2), susijusio su registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra tarp *Devin AD* ir *Haskovo
Chamber of Commerce and Industry*,

BENDRASIS TEISMAS (aštuntoji kolegija),

kurį sudaro kolegijos pirmininkas A. M. Collins, teisėjai M. Kancheva (pranešėja) ir J. Passer,

posėdžio sekretorius I. Dragan, administratorius,

susipažinęs su ieškiniu, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2017 m. vasario 22 d.,

susipažinęs su EUIPO atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2017 m. gegužės 8 d.,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo
2017 m. gegužės 9 d.,

įvykus 2018 m. kovo 14 d. posėdžiui, kuriame įstojusi į bylą šalis nedalyvavo,

* Proceso kalba: anglų.

priima šį

Sprendimą

I. Ginčo aplinkybės

- 1 2011 m. sausio 21 d. ieškovė *Devin AD* pagal 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1), pakeistą 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1), Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyboje (EUIPO) numeriu 9408865 įregistravo žodinį Europos Sąjungos prekių ženklą DEVIN (toliau – ginčijamas prekių ženklas).
- 2 Prekės, kurioms įregistruotas prekių ženklas, priskiriamos prie peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženkluams registruoti 32 klasės ir atitinka šį aprašymą: „nealkoholiniai gėrimai; mineralinis vanduo; selteris; vaisių skonio gėrimai; sultys; sirupai ir kiti preparatai gėrimams gaminti; gaivieji aperityvai; šaltinio vanduo; aromatizuotas vanduo; gaivieji vaisių ekstraktai; vaisių gėrimai (gaivieji); stalo vanduo; vanduo (gėrimai); selteris; daržovių sultys (gėrimai); izotoniniai gėrimai; kokteiliai (gaivieji); vaisių nektarai (gaivieji); sodos vanduo (gazuotas vanduo)“.
- 3 2014 m. liepos 11 d. įstojusi į bylą šalis *Haskovo Chamber of Commerce and Industry* (HCCI, Haskovo prekybos ir pramonės rūmai, Bulgarija) pateikė prašymą pripažinti ginčijamo prekių ženklo registraciją negaliojančia pagal Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punktą (dabar – Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies a punktas), siejamą su to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c, f ir g punktais (dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies c, f ir g punktai).
- 4 2016 m. sausio 29 d. sprendimu EUIPO anuliavimo skyrius atmetė prašymus pripažinti registraciją negaliojančia, paremtus Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies f ir g punktais. Tačiau jis patenkino prašymą pripažinti registraciją negaliojančia, paremtą to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktu, ir pripažino ginčijamo prekių ženklo registraciją negaliojančia. Konkrečiai jis nusprendė, kad geografinis pavadinimas „Devin“ patenka į šios nuostatos taikymo sritį tiek, kiek plačioji visuomenė Bulgarijoje ir dalis kaimyninių šalių visuomenės jį suvokia kaip susijusių prekių geografinės kilmės nuorodą; tikėtina, kad ateityje dėl taikomos rinkodaros ir augančio Bulgarijos turizmo sektoriaus jį taip suvoks dar didesnė Europos visuomenės dalis. Tačiau jis pažymėjo, kad ieškovė nepateikė įrodymų, kad ginčijamas prekių ženklas skiriamąjį požymį įgijo kitose nei Bulgarijos rinkose.
- 5 2016 m. kovo 23 d. ieškovė, remdamasi Reglamento Nr. 207/2009 58–64 straipsniais (dabar – Reglamento 2017/1001 66–71 straipsniai), pateikė EUIPO apeliaciją dėl Anuliavimo skyriaus sprendimo.
- 6 2016 m. gruodžio 2 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) EUIPO antroji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją. Iš esmės ji nusprendė, kad Bulgarijos Devino miestas plačiai visuomenei Bulgarijoje ir didelei vartotojų daliai tokiose kaimyninėse valstybėse, kaip Graikija ir Rumunija, ypač žinomas kaip garsus mineralinio vandens kurortas ir kad šio miesto pavadinimą suinteresuotieji asmenys sieja su 32 klasės prekėmis, kurioms skirtas ginčijamas prekių ženklas, visų pirma su mineraliniu vandeniu. Taigi ji „pitarė (Anuliavimo skyriaus) sprendime pateiktai išvadai, kad didelei daliai ne Bulgarijoje esančios atitinkamos visuomenės Devino miestas siejasi su ginčijamu prekių ženklu žymimomis prekėmis <...> ir, šios visuomenės požiūriu, gali būti skirtas šių prekių geografinei kilmei nurodyti“. Iš

to ji padarė išvadą, kad didelei atitinkamos visuomenės daliai Bulgarijoje ir ne Bulgarijoje, visų pirma minėtų kaimyninių valstybių visuomenėms, atrodo, kad ginčijamas prekių ženklas apibūdina juo žymimų prekių geografinę kilmę.

II. Šalių reikalavimai

- 7 Ieškovė Bendrojo Teismo prašo:
 - panaikinti ginčijamą sprendimą,
 - panaikinti 2016 m. sausio 29 d. Anuliavimo skyriaus sprendimą,
 - bent iš dalies atmesti prašymą pripažinti ginčijamo prekių ženklo registraciją negaliojančia,
 - priteisti iš EUIPO jos pačios ir ieškovės bylinėjimosi išlaidas.
- 8 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis Bendrojo Teismo prašo:
 - atmesti ieškinį,
 - priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

III. Dėl teisės

- 9 Grįsdama ieškinį ieškovė nurodo du ieškinio pagrindus. Pirma, ji nurodo, kad Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punktą, siejamą su to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktu, kai nusprendė, kad, atitinkamos visuomenės suvokimu, ginčijamas prekių ženklas apibūdina juo žymimų 32 klasės prekių geografinę kilmę. Antra, ji nurodo, kad nors Apeliacinė taryba nepažeidė minėto reglamento 7 straipsnio 1 dalies, ji pažeidė to paties reglamento 7 straipsnio 3 dalį (dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 3 dalis), kai nusprendė, kad ginčijamas prekių ženklas neįgijo skiriamą poįžymio dėl naudojimo tose Europos Sąjungos dalyse, kuriose jis laikomas apibūdinamuoju.
- 10 Reikia nurodyti, kad ieškovės antruoju ir trečiuoju reikalavimais, kuriais Bendrojo Teismo prašoma panaikinti Anuliavimo skyriaus sprendimą ir bent iš dalies atmesti prašymą panaikinti ginčijamo prekių ženklo registraciją, iš esmės siekiama to, kad Bendrasis Teismas priimtų sprendimą, kurį, ieškovės nuomone, gavusi apeliaciją turėjo priimti Apeliacinė taryba. Per posėdį ieškovė patvirtino, kad šie reikalavimai turi būti nagrinėjami kaip prašymas pakeisti sprendimą.
- 11 Iš Reglamento Nr. 207/2009 64 straipsnio 1 dalies antro sakinio (dabar – Reglamento 2017/1001 71 straipsnio 1 dalies antras sakinys) matyti, kad Apeliacinė taryba gali panaikinti EUIPO skyriaus priimtą ginčijamą sprendimą ir pasinaudoti šio skyriaus kompetencijai priklausančiais įgaliojimais – šiuo atveju priimti sprendimą dėl prašymo pripažinti registraciją negaliojančia ir jį atmesti. Todėl ši priemonė yra viena iš priemonių, kurių Bendrasis Teismas gali imtis įgyvendinimas teisę pakeisti sprendimus, įtvirtintą Reglamento 207/2009 65 straipsnio 3 dalyje (dabar – Reglamento 2017/1001 72 straipsnio 3 dalis) (šiuo klausimu žr. 2011 m. gruodžio 14 d. Sprendimo *Vökl / VRDT – Marker Vökl (VÖLKL)*, T-504/09, EU:T:2011:739, 40 punktą; 2015 m. gegužės 13 d. Sprendimo *easyGroup IP Licensing / VRDT – Tui (easyAir-tours)*, T-608/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:282, 20 punktą ir 2017 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Kasztantowicz / EUIPO – Gbb Group (GEOTEK)*, T-97/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:298, 17 punktą).

- 12 Pirmiausia reikia išnagrinėti prašymą panaikinti ginčijamą sprendimą, kuris išplaukia iš ieškovės pirmojo reikalavimo.

A. Dėl prašymo panaikinti

1. Dėl pirmojo pagrindo, grindžiamo Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punkto, siejamo su to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktu, pažeidimu

- 13 Remdamasi pirmuoju pagrindu ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba padarė teisės klaidą, kai nusprendė, jog ginčijamas prekių ženklas apibūdina juo žymimas 32 klasės prekes. Šis pagrindas sudarytas iš dviejų dalių; pirma dalis susijusi su atitinkamos visuomenės žinojimo apie žodžio „devin“ kaip geografinio pavadinimo laipsnį, o antroji dalis susijusi su ryšiu tarp ginčijamo prekių ženklo ir visų susijusių prekių.
- 14 Remdamasi pirmojo pagrindo pirma dalimi, kurią reikia nagrinėti pirmiausia, ieškovė iš esmės kaltina Apeliacinę tarybą tuo, kad ši, remdamasi paprasčiausiomis prielaidomis, klaidingai nusprendė, jog didelė atitinkamos visuomenės dalis gali susieti žodį „devin“ su ginčijamu prekių ženklu žymimų prekių geografine kilme. Šiuo klausimu ji išskiria tris geografines vidutinių vartotojų kategorijas, t. y. pirma, Bulgarijos, antra, Graikijos ir Rumunijos ir, trečia, kitų Sąjungos valstybių narių vidutiniai vartotojai. Iš to ieškovė daro išvadą, kad Apeliacinė taryba nenustatė, jog Sąjungos valstybių vidutinis vartotojas pakankamai gerai žino Devino miestą, ir padarė teisės klaidą, kai Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą taikė tiek, kiek tai susiję su vidutiniu vartotoju Bulgarijos kaimyninėse valstybėse, t. y. Graikijoje ir Rumunijoje, ir visose kitose Sąjungos valstybėse, išskyrus Bulgariją.
- 15 EUIPO ginčija ieškovės argumentus. Ji mano, kad ginčo esmė yra tai, ar paraiškos padavimo dieną ginčijamas prekių ženklas buvo apibūdinamasis ne Bulgarijos teritorijoje, ypač kaimyninėse Graikijos ir Rumunijos teritorijose. Ji tvirtina, kad ginčijamas sprendimas neklaidingas dėl tvirtinimo, jog bylos medžiagos pakanka nustatyti, jog ginčijamo prekių ženklo paraiškos padavimo dieną didelė ar bent jau nemaža atitinkamos visuomenės dalis Graikijos ir Rumunijoje galėjo susieti žymenį DEVIN, kuris suvokiamas kaip SPA miestas Bulgarijoje, su juo žymimų prekių, be kita ko, prie 32 klasės priskiriamo vandens, geografine kilme. Ji nurodo, kad, remdamasi jurisprudencija, Apeliacinė taryba galėjo taikyti dedukcijos metodą ir nuspręsti, jog didelė Graikijos ar Rumunijos visuomenės dalis susietų arba vieną dieną galėtų susieti žodį „devin“ su nurodytų prekių geografine kilme. Ji mano, kad, remdamasi pateiktais įrodymais, Apeliacinė taryba pagrįstai nusprendė, kad „neginčytinai geras“ „Devin“, kaip natūralaus mineralinio vandens, kuriam būdingos gydomosios savybės, ir SPA miesto vardas (Devinas) žinomas ne tik Bulgarijos teritorijoje, bet ir kaimyninėse valstybėse ir kad pagrįsta manyti, jog Devina labai gerai žino ne tik Bulgarijoje gyvenantys vartotojai. EUIPO nuomone, ieškovė klaidingai mano, kad „Devino miestas tam tikra prasme apsaugotas natūralių sutvirtinimų ir atskirtas nuo pasaulio, todėl yra praktiškai nepasiekiamas“. Savo ruožtu EUIPO mano, kad nedidelis graikų ir rumunų turistų registracijos Devino viešbučiuose skaičius, miesto dydis ir jo geografinė padėtis nedaro įtakos ginčijamam sprendimui. Iš to ji daro išvadą, kad Apeliacinė taryba pagrįstai bandė apsaugoti bendrąjį interesą išsaugoti tokio geografinio pavadinimo kaip „Devin“, kuris įvardija SPA miestą, prieinamumą.
- 16 Įstojusi į bylą šalis ginčija ieškovės argumentus. Ji mano, kad Apeliacinės tarybos išvada, jog atitinkama Sąjungos visuomenė žodį „devin“ suvokia kaip geografinį pavadinimą, pagrįsta tokiais objektyviais faktais ir informacija, kaip Bulgariją lankusių užsienio turistų skaičius, gera Devino miesto turistinė infrastruktūra arba internete prieinama informacija, be kita ko, garsių Devino mineralinio vandens šaltinių reklama Bulgarijos turizmo portale. Be to, ji nurodo rinkodaros pastangas nacionaliniu ir vietos lygiu, skirtas Deviniui kaip tarptautinei turistinei kryptiui išstisus metus ir kaip vietai, kuri garsi savo mineraliniu vandeniu, populiarinti; šios rinkodaros pastangos, be kita ko, patvirtintos Rodopų regioninės turizmo asociacijos laišku. Įstojusios į bylą šalies nuomone, atsižvelgiant į 2014 m.

Bulgarijos vyriausybės priimtą „Nacionalinę ilgalaikio turizmo vystymo Bulgarijoje iki 2030 metų strategiją“ ir į „geopolitinius veiksnius“, kurie apima „padidėjusią terorizmo grėsmę Turkijoje, Egipte ir Tunise bei šioms valstybėms būdingą politinį nestabilumą“, „dalį turistų srauto nukreipusius į Bulgariją“, ypač dėl „šaliai būdingo saugumo“, pagrįsta manyti, kad Bulgarija taps turistams europiečiams patrauklia turistine kryptimi ištisus metus ir kad todėl padaugės turistų, ieškančių informacijos apie tam tikras šalies turistines vietas, įskaitant Deviną.

- 17 Pagal siejamas Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punkto ir 7 straipsnio 1 dalies c punkto nuostatas įregistruoto Europos Sąjungos prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, jeigu ji sudaro tik žymuo arba nuoroda, kurie prekyboje gali būti naudojami prekės arba paslaugos rūšiai, kokybei, kiekiui, paskirčiai, vertei, geografinei kilmei, prekės pagaminimo ar paslaugos suteikimo laiku arba kitoms prekės ar paslaugos charakteristikoms nurodyti. Pagal minėto reglamento 7 straipsnio 2 dalį (dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 2 dalis) jos 1 dalis taikoma net jeigu atsisakymo registruoti arba registracijos negaliojimo pagrindas egzistuoja tik vienoje Sąjungos dalyje.
- 18 Pagal jurisprudenciją Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punkte nurodyti žymenys ir nuorodos yra tokie, kurie, įprastai naudojami, atitinkamos visuomenės požiūriu, gali žymėti prekę ar paslaugą, kurioms jie yra registruoti arba dėl kurių yra ginčijami, tiesiogiai ar nurodydami kurią nors iš jų savybių (šiuo klausimu žr. 2001 m. rugsėjo 20 d. Sprendimo *Procter & Gamble / VRDT*, C-383/99 P, EU:C:2001:461, 39 punktą ir 2015 m. rugsėjo 10 d. Sprendimo *Laverana / VRDT (BIO organic)*, T-610/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:613, 14 punktą). Iš to matyti, jog tam, kad žymeniui būtų taikomas šioje nuostatoje nustatytas draudimas, reikia, kad tarp jo ir nagrinėjamų prekių ar paslaugų būtų pakankamai tiesioginė ir konkreti sąsaja, leidžianti suinteresuotajai visuomenei iš karto ir be svarstymų suvokti nagrinėjamų prekių ar paslaugų arba vienos iš jų savybių apibūdinimą (2005 m. birželio 22 d. Sprendimo *Metso Paper Automation / VRDT (PAPERLAB)*, T-19/04, EU:T:2005:247, 25 punktą ir 2017 m. gruodžio 7 d. Sprendimo *Colgate-Palmolive / EUIPO (360°)*, T-332/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:876, 15 punktą). Pakanka, kad atsisakymo registruoti arba registracijos pripažinimo negaliojančia pagrindas egzistuoti nedidelei tikslinės visuomenės daliai, ir nebūtina nagrinėti, ar atitinkamai visuomenei priklausantys kiti vartotojai taip pat žino minėtą žymenį (žr. 2017 m. spalio 6 d. Sprendimo *Karelia / EUIPO (KARELIA)*, T-878/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:702, 27 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 19 Bendroju interesu, kuriuo grindžiamas Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktas, siekiama užtikrinti, kad žymenis, kuriais apibūdinamos viena arba kelios prekių ar paslaugų, kurioms juos prašoma įregistruoti kaip prekių ženklus, savybės, galėtų laisvai naudoti visi tokias prekes ar paslaugas siūlantys ūkio subjektai (2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 37 punktą). Šia teisės nuostata siekiama, kad tokie žymenys ar nuorodos nebūtų skirti naudoti tik vienai įmonei, įregistravusiai juos kaip prekių ženklą (2003 m. spalio 23 d. Sprendimo *VRDT / Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 31 punktą), ir kad viena įmonė nemonopolizuotų apibūdinamojo žodžio vartojimo, nes tai būtų nepalanku kitoms įmonėms, įskaitant konkurentus, kurių turimas žodynas, skirtas tokioms pačioms jų prekėms apibūdinti, susiaurėtų (žr. 2017 m. gruodžio 7 d. Sprendimo *360°*, T-332/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:876, 17 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją). Minėtos nuostatos taikymas nepriklauso nuo to, ar egzistuoja konkretus, aktualus ir rimtas prieinamumo reikalavimas (šiuo klausimu žr. 2015 m. spalio 7 d. Sprendimo *Chypre / VRDT (ΧΑΛΛΟΥΜΙ ir HALLOUMI)*, T-292/14 ir T-293/14, EU:T:2015:752, 55 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 20 Kalbant konkrečiai apie žymenis ar nuorodas, galinčius žymėti prekių, kurioms prašoma įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą, kategorijų geografinę kilmę arba paslaugų, kurioms prašoma įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą, kategorijų suteikimo vietą, ypač apie geografinius pavadinimus, pažymėtina, kad egzistuoja bendrasis interesas išsaugoti teisę nevaržomai juos naudoti, nes jais galima ne tik nurodyti atitinkamų prekių ar paslaugų kategorijų kokybę ir kitas savybes, bet ir daryti įvairią įtaką vartotojų pasirinkimui, pavyzdžiui, susiejant prekes ar paslaugas su vieta, kuri gali sukelti teigiamų emocijų (2005 m. spalio 25 d. Sprendimo *Peek & Cloppenburg / VRDT (Cloppenburg)*,

T-379/03, EU:T:2005:373, 33 punktas, 2015 m. sausio 15 d. Sprendimo *MEM / VRDT (MONACO)*, T-197/13, EU:T:2015:16, 47 punktas ir 2016 m. balandžio 27 d. Sprendimo *Niagara Bottling / EUIPO (NIAGARA)*, T-89/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:244, 15 punktas).

- 21 Be to, pažymėtina, kad, viena vertus, kaip prekių ženklai neregistruojami geografiniai pavadinimai, žymintys apibrėžtas geografines vietas, kurios jau yra pripažintos arba žinomos dėl konkrečios prekių ar paslaugų kategorijos ir kurios dėl to, suinteresuotos visuomenės požiūriu, yra su ja susijusios; kita vertus, neregistruojami geografiniai pavadinimai, kuriuos gali naudoti įmonės ir kurie šiems turi būti prieinami kaip konkrečių prekių ar paslaugų kategorijų geografinės kilmės nuorodos (2005 m. spalio 25 d. Sprendimo *Cloppenburg*, T-379/03, EU:T:2005:373, 34 punktas, 2015 m. sausio 15 d. Sprendimo *MONACO*, T-197/13, EU:T:2015:16, 48 punktas ir 2016 m. balandžio 27 d. Sprendimo *NIAGARA*, T-89/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:244, 16 punktas).
- 22 Vis dėlto reikia pažymėti, kad pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą iš esmės nedraudžiama registruoti geografinių pavadinimų, kurių nežino suinteresuotieji asmenys arba kurie nežinomi bent jau kaip geografinė vietovė, arba pavadinimų, kurių atveju dėl nurodomos vietos požymių nėra tikėtina, jog suinteresuotieji asmenys gali manyti, kad nagrinėjamų prekių ar paslaugų kategorija kilusi iš šios vietovės (2005 m. spalio 25 d. Sprendimo *Cloppenburg*, T-379/03, EU:T:2005:373, 36 punktas, 2015 m. sausio 15 d. Sprendimo *MONACO*, T-197/13, EU:T:2015:16, 49 punktas ir 2016 m. balandžio 27 d. Sprendimo *NIAGARA*, T-89/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:244, 17 punktas).
- 23 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, žymens apibūdinamojo pobūdžio vertinimas gali būti taikomas tik, viena vertus, kalbant apie aptariamąs prekes ir paslaugas, kita vertus, kalbant apie tai, kaip jį suvokia atitinkama visuomenė (2005 m. spalio 25 d. Sprendimo *Cloppenburg*, T-379/03, EU:T:2005:373, 37 punktas; 2015 m. sausio 15 d. Sprendimo *MONACO*, T-197/13, EU:T:2015:16, 50 punktas ir 2016 m. balandžio 27 d. Sprendimo *NIAGARA*, T-89/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:244, 18 punktas).
- 24 Atlikdama šį vertinimą EUIPO turi nustatyti, ar suinteresuotieji asmenys geografinį pavadinimą žino kaip vietovės pavadinimą. Be to, reikia, kad nagrinėjamas pavadinimas, suinteresuotųjų asmenų požiūriu, būtų susijęs su atitinkamų prekių ar paslaugų kategorija arba kad būtų galima pagrįstai manyti, jog toks pavadinimas, šios visuomenės požiūriu, galėtų nurodyti minėtos kategorijos prekių ar paslaugų geografinę kilmę. Nagrinėjant labiausiai reikia atsižvelgti į tai, kiek suinteresuotieji asmenys žino nagrinėjamą geografinį pavadinimą ir kokios savybės būdingos jo nurodomai vietai ir nagrinėjamai prekių ar paslaugų kategorijai (2005 m. spalio 25 d. Sprendimo *Cloppenburg*, T-379/03, EU:T:2005:373, 38 punktas; 2015 m. sausio 15 d. Sprendimo *MONACO*, T-197/13, EU:T:2015:16, 51 punktas ir 2016 m. balandžio 27 d. Sprendimo *NIAGARA*, T-89/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:244, 19 punktas).
- 25 Be to, iš suformuotos jurisprudencijos matyti, kad, nagrinėjant Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punktu pagrįstą prašymą dėl registracijos pripažinimo negaliojančia, svarbi data yra tik ginčijamo prekių ženklo paraiškos pateikimo diena. Tai, kad pagal jurisprudenciją leidžiama atsižvelgti į vėlesnius nei ši data įrodymus, visai nepaneigia tokio šio straipsnio aiškinimo, o kaip tik jį patvirtina, nes atsižvelgti į tokius įrodymus galima tik tuomet, jeigu jie susiję su prekių ženklo paraiškos pateikimo dieną buvusiu padėtimi (šiuo klausimu žr. 2010 m. balandžio 23 d. Nutarties *VRDT / Frosch Touristik*, C-332/09 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2010:225, 52 ir 53 punktus ir 2018 m. spalio 4 d. Nutarties *Safe Skies / EUIPO*, C-326/18 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2018:800, 5 punktą; 2009 m. birželio 3 d. Sprendimo *Frosch Touristik / VRDT – DSR touristik (FLUGBÖRSE)*, T-189/07, EU:T:2009:172, 18 ir 19 punktus ir 2016 m. vasario 26 d. Sprendimo *provima Warenhandels / VRDT – Renfro (HOT SOX)*, T-543/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:102, 44 punktą). Šiuo atveju, analizuojant ginčijamo prekių ženklo atitiktį Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsniui, svarbi yra registracijos paraiškos padavimo data, t. y. 2011 m. sausio 21 d.

- 26 Atsižvelgiant į šiuos argumentus, reikia nagrinėti ieškovės nurodyto pirmojo pagrindo pirmą dalį.
- 27 Šiuo atveju žinoma, kad Devinas (tai lotyniška *Девин* forma) yra pietų Bulgarijos miestas, esantis Rodopų kalnų masyve. Ginčijamo sprendimo 30–33 punktuose Apeliacinė taryba pateikė kitų paaiškinimų, jų šalys neginčijo. Taigi Devine „gausu šiltų šaltinių ir mineralinio vandens kurortų“, taip pat vandens rezervų, kurių grėžinius V-5 (arba B-5) šiuo metu valdo ieškovė pagal Bulgarijos valstybės suteiktą leidimą. Oficialiame Bulgarijos turizmo portale, kuriame viena rubrika skirta Deviniui, nurodoma, kad „apie jo „mineralinio vandens turizmo“ klestėjimą ir „garsiuosius“ mineralinio vandens, „kuriam būdingos gydomosios savybės“, šaltinius žinoma nuo Antikos laikų. Savo ruožtu ieškovė pažymi, ir niekas to neginčija, kad Devine yra apie 7 000 gyventojų ir pagal gyventojų skaičių tarp Bulgarijos miestų jis yra maždaug 109 vietoje.
- 28 Be to, Apeliacinė taryba nurodė, kad „Devin“ vanduo, siejamas su šaltiniu „Devin sondazh 5“, pateikiamas oficialiame Bulgarijos ir kitų valstybių narių pripažinto natūralaus mineralinio vandens sąrašė, paskelbtame *Europos Sąjungos oficialiajame leidinyje* (OL C 65, 2010, p. 1) pagal 2009 m. birželio 18 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos 2009/54/EB dėl natūralaus mineralinio vandens eksploatavimo ir pateikimo į rinką (OL L 164, 2009, p. 45) 1 straipsnį. Apeliacinė taryba paminėjo ir geografinę nuorodą „Devin Natural Mineral Water“, Bulgarijoje įregistruotą numeriu 190-01/1995, ir tapačią kilmės vietos nuorodą, pažymėtą numeriu 883/2006 ir įregistruotą kai kuriose Sąjungos valstybėse narėse, įskaitant Graikiją ir Rumuniją, kurios yra iš dalies pataisytos ir pakeistos 1958 m. spalio 31 d. Lisabonos susitarimo dėl kilmės vietos nuorodų apsaugos ir jų tarptautinės registracijos šalys.
- 29 Šiuo klausimu pažymėtina, kad šis ginčas nesusijęs nei su galimu atmetimo pagrindu (arba negaliojimo pagrindu), paremtu Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies j punktu, pagal kurį „neregistruojami <...> prekių ženklai, kurie nėra registruojami pagal Sąjungos teisės aktus arba nacionalinę teisę ar tarptautinius susitarimus, kurių šalis yra Sąjunga ar atitinkama valstybė narė, kuriuose numatyta kilmės vietos nuorodų ir geografinių nuorodų apsauga“, nei su 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų (OL L 343, 2012, p. 1).
- 30 Be to, ginčijamo sprendimo 27 punkte Apeliacinė taryba konstatavo, kad, kadangi susijusios prekės yra plataus vartojimo prekės, atitinkamą visuomenę sudaro vidutiniai Sąjungos vartotojai, kurie yra pakankami informuoti ir protingai pastabūs ir nuovokūs. Kadangi vidutinė tokių prekių vartotoja yra plačioji visuomenė, nereikia ginčyti šio teiginio, kuriam prieš tai pritarė pati ieškovė.
- 31 Reikia paeiliui išnagrinėti tai, kaip vidutinis Sąjungos vartotojas suvokia žodį „devin“ ir ar geografinis pavadinimas „Devin“ yra prieinamas.

a) Dėl to, kaip vidutinis Sąjungos vartotojas suvokia žodį „devin“

- 32 Apeliacinė taryba manė, kad tai, kaip žodį „devin“ suvokia plačioji visuomenė už Bulgarijos teritorijos ribų, yra „pagrindinis ginčo klausimas“, dėl kurio šalys nesutaria. Manytina, kaip nurodo ieškovė, kad, vertindama ginčijamo prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį, Apeliacinė taryba iš esmės atskyrė tris geografines vidutinių vartotojų kategorijas, kurios apima, pirma, vidutinius vartotojus bulgarus, antra, Bulgarijos kaimyninių valstybių, t. y. Graikijos ir Rumunijos, vidutinius vartotojus ir, trečia, kitų Sąjungos valstybių narių vidutinius vartotojus.

1) Dėl vidutinių vartotojų bulgarų

- 33 Dėl vidutinių vartotojų bulgarų pažymėtina, kad ieškovė neginčija, jog žodis „devin“ gali būti suvokiamas kaip Bulgarijos miesto pavadinimas. Tačiau ieškovė nurodo, kad didelei daliai Bulgarijos vartotojų šis žodis žinomas ir aiškiai suvokiamas kaip vandeniui skirtas prekių ženklas. Jos nuomone,

tik vartotojai, galintys suprasti žodį „devin“ kaip geografinės kilmės nuorodą, t. y. tik vartotojai bulgarai, ši prekių ženklą gerai žino ir dėl jo skiriamą poįymio, įgyto dėl naudojimo pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį. Taigi ginčijamas prekių ženklas nurodo ne tik geografinę kilmę; jis aiškiai nurodo juo žymimų prekių komercinę kilmę. Iš to ieškovė daro išvadą, kad ginčijamas prekių ženklas galioja Bulgarijoje, net jeigu jį galima suprasti kaip nuorodą į miesto pavadinimą, nes ten jis suvokiamas ir kaip prekių ženklas. Ji pažymi, kad žodis „devin“ įgijo ne tik skiriamąjį poįymį dėl naudojimo, bet ir ryškų skiriamąjį poįymį Bulgarijoje, kur jis laikomas plačiai žinomu vandeniui skirtu prekių ženklu. Šiuo tikslu ieškovė remiasi 2010 m. kovo 19 d. *Патентно ведомство на Република България* (Bulgarijos Respublikos patentų biuras) sprendimu Nr. OM-22, kuris galioja penkerius metus ir kurio pripaįžstama, jog numeriu 24137 įregistruotas ir ieškovei priklausantis žodinis bulgariškas prekių ženklas „Девин“ („Devin“) nuo 2005 m. gruodžio 1 d. turi gerą vardą Bulgarijoje 32 klasės prekėms, t. y. „mineraliniam vandeniui“. Per posėdį ieškovė patikslino, kad net jeigu šis sprendimas dėl panaikinimo nebegalėjo būti atnaujintas 2015 m., jį pagrindįiantis faktinis konstatavimas ir toliau galioja.

- 34 Šiuo klausimu pakanka nurodyti, jog tai, kad ieškovė neginčija fakto, kad vidutiniai vartotojai bulgarai atpaįžsta žodį „devin“ kaip Bulgarijos miesto geografinį pavadinimą, šiuo atveju nieko nelemia, nes ieškovė pažymi, jog, kalbant apie mineralinį vandenį, vidutinių vartotojų bulgarų poįūriu, ginčijamas prekių ženklas įgijo ryškų skiriamąjį poįymį ir net gerą vardą.
- 35 Be to, reikia nurodyti, kad, kadangi Bulgarijos Respublikos patentų biuras pripaįžino žodinių bulgarišką prekių ženklą „Devin“ turinčiu gerą vardą, iš pirmo žvilgsnio ypač mažai tikėtina, kad ginčijamas prekių ženklas, t. y. žodinis Europos Sąjungos prekių ženklas DEVIN, neįgijo bent jau vidutinio skiriamą poįymio, tuo labiau ryškaus skiriamą poįymio ar gero vardo.

2) Dėl vidutinių vartotojų graikų arba rumunų

- 36 Dėl kaimyninių valstybių (Graikijos ir Rumunijos) vidutinių vartotojų ieškovė nurodo, kad įstoјusi į bylą šalis nepateikė jokių įrodymų, kurie leistų Apeliacinei tarybai nustatyti, jog šie vartotojai žodį „devin“ suvoktų kaip geografinę vietovę. Ji pažymi, jog tam, kad prietų prie tokios išvados, Apeliacinė taryba rėmėsi nepagrįstomis prielaidomis, iš esmės paremtomis Bulgariją aplankančių turistų skaičiumi. Be to, ieškovė nurodo, kad nors jai pačiai netenka įrodinėjimo našta, ji pateikė patikimų ir konkrečių įrodymų, kad pagrįstų savo priešingą argumentą, jog vidutiniai vartotojai graikai arba rumunai nenustatytų tiesioginio ryšio tarp ginčijamo prekių ženklo ir geografinės kilmės.
- 37 Reikia išnagrinėti įrodymus, į kuriuos atsiųvelgė Apeliacinė taryba, kad galėtų nuspręsti, jog Graikijos ir Rumunijos vidutiniams vartotoјams ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis.
- 38 Visų pirma, Apeliacinė taryba, kaip ir Anuliavimo skyrius, rėmėsi keliais duomenų, susijusių su turizmu, šaltiniais, konkrečiai oficialiu Bulgarijos turizmo portalu ir kitomis interneto svetainėmis. Remdamasi tuo, kad 2014 m. Bulgariją aplankė daugiau nei 5,4 milijono užsienio turistų ir kad šis skaičius yra „įspūdingas“ atsiųvelgiant į tai, jog šioje šalyje yra 7,3 milijono gyventojų, Apeliacinė taryba nusprendė, jog „net jeigu tiesa, kad dauguma šių turistų galiausiai nusprendė atostogas praleisti pajūrio arba slidinėjimo kurortuose, kaip tai patvirtino ieškovė, tai nereiškia, kad jie nežino kitų regionų ar kitų vietų“. Ji nusprendė, jog „rinkdamasis atostogų vietą, asmuo paprastai išanalizuoja kelias kryptis ir tik tada pasirenka konkrečią kryptį“; iš to ji padarė išvadą, kad „nagrinedamas skirtingas siūlomas kryptis, asmuo, pageidaujantis aplankyti Bulgariją, neabejotinai atranda mažiau žinomas ar mažiau prieinamas kryptis, net jeigu galiausiai potencialus turistas pasirenka kitą kryptį“. Remdamasi šiomis paprastomis prielaidomis Apeliacinė taryba nusprendė, jog „mažai tikėtina, kad Devino ir jo ryšio su gydomuoju vandeniū negalima aptikti internete atliekant paieškas, susijusias su atostogų kryptimis Bulgarijoje“.

- 39 Vis dėlto reikia konstatuoti, kaip daro ieškovė, jog vien aplinkybės, kad Devino miestą galima aptikti atliekant paiešką internete, nepakanka, kad, remiantis teisės aktuose ir jurisprudencijoje nustatytais reikalavimais, būtų galima nustatyti, jog tai yra vieta, kurią žino didelė atitinkamos visuomenės dalis Graikijoje ir Rumunijoje. Kaip nurodo ieškovė, toks absurdiškas Apeliacinės tarybos argumentavimas leidžia manyti, jog, atlikdami paprastą paiešką internete, vartotojai užsieniečiai gali sužinoti apie visus bet kokio dydžio, net ir mažus miestus.
- 40 Be to, Apeliacinė taryba paminėjo „kad apie Deviną galima sužinoti iš interneto svetainių, kuriose pateikiamos su kelionėmis susijusios nuomonės, ir iš interaktyvių kelionių forumų“, kaip antai *TripAdvisor.com* arba *Booking.com*. Ji atmetė ieškovės pastabą, kad Devinas užima tik 68 vietą (arba dabar, kaip nurodo įstojusi į bylą šalis, 59 vietą) tarp interneto svetainėje *TripAdvisor.com* nurodytų 70 pačių populiariausių Bulgarijos kryptių, ir nurodė, kad tai patvirtina bent jau internete neginčijamą turistinį miesto pobūdį, nes šimtai Bulgarijos miestų ir kaimelių tame sąraše visai nenurodyti.
- 41 Tačiau vien „internete neginčijamo turistinio pobūdžio“ nepakanka įrodyti, kad miestelį žino atitinkama visuomenė užsienyje. Tai, kad interneto svetainėje *TripAdvisor.com* Devino nėra tarp populiariausių Bulgarijos kryptių, yra svarbu, nes pagrįsta manyti, jog atitinkama visuomenė užsienyje žino tik pagrindines tokios trečiosios šalies kaip Bulgarija turistines vietas.
- 42 Toliau Apeliacinė taryba rėmėsi Devino savivaldybės „svarbia“ arba „išvystyta turistine infrastruktūra“, kuri, pasak jos, apima „apie kelias dešimtis viešbučių regione“, iš kurių daugelis yra SPA viešbučiai arba prabangūs penkių žvaigždučių viešbučiai.
- 43 Vis dėlto vien ši aplinkybė neleidžia daryti išvados, kad vidutiniai vartotojai graikai arba rumunai gali žinoti apie Devino miestą už teritorijos ribų arba gali nustatyti tiesioginį ryšį su juo. Iš tikrųjų niekas neleidžia paneigti, kad šią turistinę infrastruktūrą daugiausia naudoja vidutiniai vartotojai bulgarai, kurie neabejotinai žino Devino miestą, ir tik nedidelė dalis vidutinių vartotojų iš užsienio, kurie Bulgariją lanko kaip turistai.
- 44 Be to, ginčijamo sprendimo 41 punkte Apeliacinė taryba manė, kad tai, jog Devino viešbučių registruose nurodomas nedidelis užsieniečių skaičius „gali tiksliai neatspindėti šio miesto lankytojų skaičiaus“, nes „didelė dalis gamtą mylinčių žmonių nebūtinai renkasi prabangius viešbučius, jie apsistoja kempinguose arba nakvynės namuose netoliese esančiuose miestuose arba kaimeliuose“; be to, ji pažymėjo, kad „populiarus Pamporovo kurortas nutolęs kiek daugiau nei pusvalandžio kelio automobiliu atstumu“. Ji pateikė dar vieną prielaidą, kad „būtų ypač keista, jeigu Pamporove (remiantis *TripAdvisor.com* interneto svetaine, tai yra šešiolikta pagal populiarumą kryptis Bulgarijoje) apsistoję turistai nesusigundytų aplankyti per žingsnį nutolusio tariamai stulbinamo natūralaus grožio regiono“.
- 45 Vis dėlto reikia konstatuoti, kad nė vienas įstojusios į bylą šalies pateiktas įrodymas nepatvirtina vienos iš šių prielaidų ir kad šių prielaidų įrodomoji galia yra mažesnė už kiekvieno visiškai priešingo tvirtinimo įrodomąją galią.
- 46 Be to, dėl visų nurodytų aplinkybių reikia pažymėti, kad taikytino teisinio kriterijaus tikslas yra ne sumažinti Devino miestą lankančių užsienio turistų skaičių, bet nustatyti, kaip žodį „devin“ suvokia Sąjungos visa atitinkama visuomenė, įskaitant asmenis, kurie nebūtinai lankosi Devine arba Bulgarijoje, kurie sudaro didžiąją šios visuomenės dalį. Tačiau Apeliacinės tarybos argumentai susiję ne su šia didžiąja dalimi Sąjungos vidutinių vartotojų, ypač graikų ir rumunų, kurie nesilanko Bulgarijoje, o su maža dalimi tų, kurie planuoja aplankyti šią šalį, arba tuo labiau su nežymia dalimi tų, kuria lanko Deviną arba atlieka su juo susijusią paiešką.
- 47 Šiuo klausimu svarbu pažymėti, kad vidutinis mineralinio vandens ir gėrimų vartotojas Sąjungoje neturi daug specialių žinių geografijos ir turizmo srityje. Pagal analogiją byloje, kurioje buvo priimtas 2008 m. spalio 15 d. Sprendimas *Powerserv Personalservice / VRDT – Manpower (MANPOWER)* (T-405/05, EU:T:2008:442, 85, 89 ir 93 punktai), Bendrasis Teismas atmetė kaip „akivaizdžiai per daug neaiškius“

tvirtinimus dėl anglų ir vokiečių turizmo vykstančių kalbinių mainų“ kitose Sąjungos valstybėse ir konstatavo, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į visą atitinkamą visuomenę, kurią sudaro visi darbingo amžiaus gyventojai, bet dėmesį klaidingai skyrė tik darbuotojų ieškantiems darbdaviams.

- 48 Šiuo atveju konstatuotina, kad Apeliacinė taryba klaidingai dėmesį skyrė tik Devine ir Bulgarijoje besilankantiems užsienio turistams, visų pirma graikams ir rumunams, ir neatsižvelgė į visą atitinkamą visuomenę, kurią sudaro vidutiniai Sąjungos, visų pirma Graikijos ir Rumunijos, vartotojai; ji klaidingai apsiribojo nežymia atitinkamos visuomenės dalimi, kuri bet kuriuo atveju yra nedidelė ir neturi būti laikoma pakankamai reprezentatyvia, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 18 punkte nurodytą jurisprudenciją. Toks atsižvelgimas tik į nežymią atitinkamos visuomenės dalį, t. y. tik į Devine arba Bulgarijoje besilankančius užsienio turistus, paaiškina, kodėl įrodymai, į kuriuos atsižvelgė Apeliacinė taryba, turi tik labai nedidelę įrodomąją galią ir yra beveik nesvarbūs. Taigi Apeliacinė taryba atliko klaidingą patikrinimą ir todėl faktinis vertinimas, kaip atitinkama visuomenė suvokia žodį „devin“, atliktas neteisingai.
- 49 Pagaliau ginčijamo sprendimo 55 punkte Apeliacinė taryba nurodė, kad yra „įsitikinusi, jog Devino kaip SPA miesto neginčijamas geras vardas nesibaigia prie Bulgarijos sienos, bet yra žinomas ir kaimyninėse valstybėse“; ji pažymėjo, kad „Devinas nuo Graikijos nutolęs tik 200 km atstumu“, ir pripažino, jog būtų keista, jei labai geras Devino vardas, kuris Bulgarijoje jam būdingas dėl jame esančio vandens, paslaptinai išnyktų kertant Bulgarijos ir Graikijos sieną“.
- 50 Vis dėl to reikia konstatuoti, kaip tai daro ieškovė, kad toks pareiškimas negali būti laikomas tinkamu įrodymu, kuris patvirtina, jog Devino miestas žinomas „„didelei daliai“ vartotojų tokiose kaimyninėse valstybėse kaip Graikija ir Rumunija“, kaip tai šiuo klausimu nurodė Anuliavimo skyrius, o vėliau ir Apeliacinė taryba. Be to, reikia pažymėti, kad Devinas, kuris yra sunkiai prieinamas ir nuo Graikijos sienos atskirtas kalnų grandine, užima ypatingą geografinę padėtį, dėl kurios ši išvada dar mažiau įtikima.
- 51 Pagal analogiją reikia priminti, kad byloje, kurioje buvo priimtas 2005 m. spalio 25 d. Sprendimas *Cloppenburg* (T-379/03, EU:T:2005:373, 39 ir 46 punktai), susijęs su Klopenburgo miestu, esančiu Žemutinėje Saksonijoje (Vokietija), kuriame yra maždaug 30 000 gyventojų, t. y. keturis kartus daugiau nei Devine, Bendrasis Teismas galėjo neatsakyti į klausimą, ar susijusi visuomenė, t. y. vidutiniai vartotojai vokiečiai, žino Klopenburgo miestą kaip geografinę vietovę, ir bet kuriuo atveju dėl to, kad šis miestas „nedidelis“, nusprendė, jog darant prielaidą, kad vartotojas vokietis jį žino, toks žinojimas turi būti laikomas silpnu arba daugių daugiausia vidutiniu. Šioje byloje Bendrasis Teismas net neįsivaizdavo, kad šis „nedidelis“ Vokietijos miestas gali būti žinomas vidutiniams kitų Sąjungos valstybių narių vartotojams.
- 52 Iš to matyti, kad ginčijamame sprendime pateikti argumentai, skirti įrodyti, jog vidutiniai vartotojai Graikijoje ir Rumunijoje žino Deviną kaip geografinę vietovę, nėra nei įtikinami, nei svarūs.
- 53 Be to, ieškovė pateikė kitų įrodymų, kad pagrįstų savo argumentą, jog vidutiniai vartotojai graikai arba rumunai tiesiogiai nesusietų ginčijamo prekių ženklo ir geografinės kilmės.
- 54 Taigi ieškovė pateikė Devino savivaldybės parengtą oficialią santrauką, kurioje, remiantis viešbučių savininkų pareiškimais, patvirtinama, kiek užsienio turistų lankėsi Devino mieste 2014 m., kurie buvo tariamai „rekordiniai metai“. Šis dokumentas rodo, kad per šiuos metus Deviną aplankė mažiau nei 3 500 įvairių tautybių užsienio turistų ir kad tarp jų buvo tik 400 graikų ir 50 rumunų turistų. Lyginant 5,4 milijono užsienio turistų, kurie Bulgariją 2014 m. (žr. šio sprendimo 38 punktą), skaičių ir gyventojų skaičių Sąjungos valstybėse narėse, visų pirma Graikijoje ir Rumunijoje, kuriose, remiantis Europos Sąjungos statistikos tarnybos (Eurostatas) duomenimis, 2017 m. sausio 1 d. gyventojų skaičius atitinkamai buvo 10,7 milijono ir 19,6 milijono), šie duomenys leidžia manyti, kad Devinas nėra svarbus užsienio turistų, visų pirma graikų ir rumunų, traukos centras ir juo labiau nėra žinomas vidutiniams vartotojams užsienyje.

- 55 Be to, ieškovė pateikė duomenų iš rinkos tyrimo „omnibus“, kuris buvo atliktas keliose valstybėse narėse, įskaitant Graikiją (žemyninę dalį ir Kretą), Rumuniją, Vokietiją ir Jungtinę Karalystę (toliau – „omnibus“ tyrimas). Dėl tyrimo, kuris buvo atliktas Graikijoje ir apėmė Graikijos visuomenės 1 007 atstovus, pažymėtina, kad rezultatai, atrodo, patvirtina, jog mažiau nei 1 % tiriamųjų sieja žodį „devin“ su vietove Bulgarijoje, o mažiau nei 3 % – su tam tikra vietove.
- 56 Apeliacinė taryba manė, kad šis „omnibus“ tyrimas turi tam tikrų trūkumų“, išvardytų ginčijamo sprendimo 44–47 punktuose. Jos nuomone, pirma, tyrimu siekiama patvirtinti neigiamą faktą, t. y. tai, kad visuomenė nežino Devino miesto; dėl šios abejotinos prielaidos dauguma surinktų duomenų yra dviprasmiški. Reikėjo apklausiamus asmenis „skatinti būti kuo tikslesnius“, tačiau ji nepaaiškino, kaip tai padaryti. Antra, niekas nepatvirtina, kad Bulgarijos pasienio regionuose gyvenantys asmenys dalyvavo Graikijoje atliktame tyrime ir, jei taip, koku mastu. Trečia, Graikijoje atlikto tyrimo rezultatai klaidingi, o duomenims trūksta patikimumo (vietoj 72 klaidingai nurodyta 71). Ketvirta, net jei duomenys buvo interpretuojami kuo palankiau ieškovei, reikėjo atsižvelgti į tai, kad Graikijoje atliktame tyrime 30 apklaustų asmenų atsakė, jog Devinas yra „miestas“, „vietovė“ ar „regionas Bulgarijoje“. Ji pažymėjo, kad 30 apklaustų asmenų iš 1 007 asmenų imties atitinka 270 000 gyventojų iš visų 11 milijonų Graikijos gyventojų, o tai nėra nereikšmingas skaičius. Be to, Apeliacinė taryba nusprendė, kad tyrimo duomenys nėra „akivaizdžiai <...> neįtikimi“ ir „nesvarūs“.
- 57 Tačiau net ir darant prielaidą, kad šiam tyrimui būdingi Apeliacinės tarybos nustatyti trūkumai, manytina, jog į šias išvadas gali būti atsižvelgiama įvertinant tai, kad jos gali būti klaidingos ir todėl negali būti lemiamos. Taigi net ir darant prielaidą, kad reali Graikijos visuomenės dalis, atpažįstanti Devinę kaip geografinę vietovę (Bulgarijoje arba kitur), yra 3 % arba du ar tris kartus didesnė, ta dalis vis tiek yra maža ir negali būti laikoma vidutinius vartotojus graikus reprezentuojančia dalimi.
- 58 Net jeigu 270 000 gyventojų nėra visiškai nereikšmingas skaičius, svarbus visos susijusios visuomenės, kurios atžvilgiu 3 % dalis atrodo labai nereprezentatyvi, suvokimas. Tą patį rezultatą galima aiškinti kaip reiškiantį, kad 97 % (ar panaši procentinė dalis) Graikijos gyventojų neatpažįsta žodžio „devin“ nei kaip „miesto“, nei kaip „vietovės“, nei kaip „regiono Bulgarijoje“, o tai daug labiau įtikina ir yra svaru.
- 59 Dėl to, kad Graikijos tyrime nenurodyti Bulgarijos pasienyje gyvenantys asmenys, pakanka pažymėti, jog bet kuriuo atveju didžioji dalis vidutinių Graikijos vartotojų negyvena Bulgarijos pasienyje.
- 60 Pagaliau reikia atmesti atsakyme į ieškinį suformuluotą EUIPO tvirtinimą, kad faktas, jog Graikija ir Rumunija yra Lisabonos sutarties šalys, reiškia, jog šių valstybių narių piliečiai žino „Devin“ kaip bulgariško mineralinio vandens geografinės kilmės nuorodą. Tokiam tvirtinimui trūksta faktinio pagrindimo, nes daroma prielaida, kad vidutiniai vartotojai graikai arba rumunai ypač gerai žino, nors akivaizdžiai nežino tarptautinių sutarčių ir jų šalyje saugomų geografinės kilmės nuorodų. Aplinkybės, kad valstybėje narėje geografinė nuoroda taikoma teisinė apsauga, nepakanka, kad būtų galima automatiškai patvirtinti, jog vidutinis šios valstybės narės vartotojas atpažįsta šią nuorodą atitinkantį žodį kaip geografinės kilmės apibūdinimą.
- 61 Todėl reikia daryti išvadą, kaip tai darė ieškovė, kad Apeliacinė taryba nesilaikė šio sprendimo 24 punkte nurodytoje jurisprudencijoje nustatytų reikalavimų, pagal kuriuos ji turi „nustatyti“, jog vidutiniai vartotojai Graikijoje ir Rumunijoje žino žodį „devin“ kaip geografinės kilmės nuorodą.

3) Dėl vidutinių kitų Sąjungos valstybių narių vartotojų

- 62 Apeliacinė taryba nusprendė, jog, vidutinių vartotojų graikų ar rumunų požiūriu, ginčijamas prekių ženklas yra apibūdinamasis, labai neišsamiai išanalizavusi kitų Sąjungos valstybių narių vidutinių vartotojų požiūriu. Ginčijamo sprendimo 47 punkte ji tik nusprendė, kad iš „omnibus“ tyrimo, kurį ji pati atmetė kaip „nesvarų“, galima daryti išvadą, jog maždaug 455 000 vartotojų vokiečių žodį „devin“ suvokia kaip miesto pavadinimą arba kaip miestą Bulgarijoje. Minėto sprendimo 55 punkte ji

pažymėjo, kad „būtų nerealu tvirtinti, kad nė vienas iš kitų valstybių narių plačiosios visuomenės atstovų, aplankančių Bulgariją, ruošdamasis kelionei, nepasidomi Bulgarijos kultūra, istorija ir lankytiniais gamtos objektais, prie kurių priskiriamas ir Devino miestas“.

- 63 Reikia konstatuoti, kaip tai daro ieškovė, kad 455 000 vartotojų atitinka mažiausiai 0,6 % visų Vokietijos gyventojų, o tai nėra didelė dalis arba negali reprezentuoti vidutinių mineralinio vandens ir gėrimų vartotojų vokiečių. Be to, vien tai, kad į vieną anketos klausimą vartotojai atsakė pateikdami nuorodą „miestas“ nieko neįrodo, nes toks atsakymas negali būti siejamas su konkrečiu miesto žinojimu arba konkrečiu tiesioginiu ryšiu su nagrinėjamos prekės buvimu.
- 64 Dėl vidutinio Sąjungos vartotojo apibūdinimo kaip turistų, kuris ruošiasi kelionei į Bulgariją ir pasidomi santykinai nereikšmingais šalies objektais, pažymėtina, kad jis atrodo mažiau „realus“ nei priešingas apibūdinimas. Šiuo klausimu reikia dar kartą pažymėti, kad vidutinis mineralinio vandens ir gėrimų vartotojas Sąjungoje neturi daug specialių žinių geografijos ar turizmo srityje (žr. šio sprendimo 47 punktą).
- 65 Be to, įstojusi į bylą šalis nepateikė konkrečių įrodymų, kurie patvirtintų, jog vidutinis Sąjungos vartotojas suvokia žodį „devin“ kaip geografinę vietovę Bulgarijoje.
- 66 Dėl Anuliavimo skyriaus tvirtinimo, kad dėl vykdomos rinkodaros ir Bulgarijos turizmo sektoriaus augimo ateityje Sąjungos visuomenė geografinį pavadinimą „Devin“ galimai suvoks kaip atitinkamų prekių geografinės kilmės nuorodą (žr. šio sprendimo 4 punktą), reikia konstatuoti, jog šio tvirtinimo nepagrindžia bylos dokumentai ir tai yra paprasčiausia prielaida ypač dėl to, kad Devino miesto nėra tarp 50 pagrindinių Bulgarijos kryptų ir iš augančio šios valstybės užsienio turizmo jis gauna tik labai nedidelę naudą. Taigi „nepagrįsta“, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 24 punkte nurodytą jurisprudenciją, manyti, kad Sąjungos visuomenės požiūriu, pavadinimas „Devin“ gali žymėti susijusių prekių geografinę kilmę. Be to, įrodinėjimo našta negali būti pakeičiama reikalaujant, kad ieškovė įrodytų neigiamą aplinkybę, t. y. kad Devino miestas negalės būti lankomas ar žinomas ateityje.
- 67 Darytina išvada, kad iš bylos medžiagos nematyti, jog ne Bulgarijos, o kitų Sąjungos valstybių narių vidutiniai vartotojai žodį „devin“ atpažįsta kaip geografinės kilmės nuorodą.
- 68 Atsižvelgiant į bendrąjį interesą išsaugoti geografinių pavadinimų prieinamumą (žr. šio sprendimo 20 punktą), reikia išnagrinėti pirmesnės išvados dėl geografinio pavadinimo „Devin“ prieinamumo pasekmes.

b) Dėl geografinio pavadinimo „Devin“ prieinamumo

- 69 Ginčijamo sprendimo 8 punkte Apeliacinė taryba priminė, kad Anuliavimo skyrius pažymėjo bendrąjį interesą išsaugoti geografinių pavadinimų prieinamumą. Pasak Anuliavimo skyriaus, Devino atvejis atskleidžia logiką, kuria pagrįstas Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktas, t. y. būtinybę, kad tam tikros geografinės nuorodos būtų prieinamos ir kad kiti ūkio subjektai galėtų jas naudoti, o Europos Sąjungos prekių ženklo egzistavimas neturi sudaryti kliūčių esamoms arba būsimoms ekonominėms pastangoms, kuriomis siekiama gerinti tradicinio SPA miesto vardą už šalies teritorijos ribų. Anuliavimo skyrius atmetė ieškovės argumentą, kad vandens koncesija buvo suteikta tik vienai įmonei, nes juo neatsižvelgiama į suformuotą jurisprudenciją, pagal kurią iš anksto yra nustatytas ir preziumuojamas bendrasis interesas arba visuomenės interesas, kad apibūdinamieji arba potencialiai apibūdinamieji prekių ženklai būtų prieinami naudoti tretiesiems asmenims.
- 70 Pati Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 49–52 punktuose atmetė ieškovės „esminį argumentą“, kurį Apeliacinė taryba apibūdina kaip susijusį su „tariamai „išimtinu“ ieškovės sutarties pobūdžiu, dėl kurio ji gali valdyti Devino vandens rezervus“, Bulgarijos teisės nuostata, pagal kurią „gavybos koncesija <...> suteikta tik vienam koncesininkui“ (Vandens įstatymo 47 straipsnio 11 dalis), ir

„faktiniu geografinės nuorodos „Devin Natural Mineral Water“ monopolium“ (žr. šio sprendimo 28 punktą), o tai, minėtos tarybos nuomone, trukdo tam, kad „šią nuorodą galėtų naudoti kiti ūkio subjektai“.

- 71 Šiuo tikslu Apeliacinė taryba visų pirma nusprendė, kad galimas ieškovės monopolis ribojamas laiko atžvilgiu ir gali būti nutraukiamas dėl įvairių komercinių ar teisinių priežasčių. Be to, ji manė, kad valdant natūralų šaltinį ir supilstant jo vandenį į butelius gali dalyvauti skirtingos įmonės, kurių kiekviena turi turėti teisę savo etiketėse nurodyti žodį „devin“. Galiausiai ji pažymėjo, kad „nepaisant šiuo metu esančių teisinių ribojimų Bulgarijoje, <...> [D]irektyvoje [2009/54] nenumatyta, kad mineralinio vandens šaltinius gali valdyti tik viena įmonė“, kad „(minėtos) direktyvos 8 straipsnio 2 dalyje numatytas tik vienas ribojimas, pagal kurį to paties šaltinio vanduo visada turi būti parduodamas naudojant vieną ir tą patį „komercinį pavadinimą“, tačiau prekybą gali vykdyti ne viena įmonė“, ir kad „šia nuostata nesiekama reglamentuoti „koncesininkų“ skaičiaus“ (kaip, atrodo, tvirtina ieškovė).
- 72 Ginčijamo sprendimo 54 punkte Apeliacinė taryba analizavo kitą ieškovės argumentą, kuriuo pažymima, jog EUIPO įregistravo žodinius Europos Sąjungos prekių ženklus VITTEL (numeris 958322) ir EVIAN (numeris 1422-716), visų pirma, „mineraliniam vandeniui“, priskiriamam prie 32 klasės. Apeliacinė taryba atsikirta, kad netiesa, jog „paprastai“ registruojant tokius prekių ženklus EUIPO prieštaravimai nepateikiami, nes pastarojo prekių ženklo istorijos analizė rodo, jog prieštaravimas jai buvo išreikštas nagrinėjant absoliučius atmetimo pagrindus, nors vėliau pateikus įrodymus jis buvo atmestas.
- 73 EUIPO tiek atsakyme į ieškinį, tiek ir per posėdį nurodo, kad tokiu būdu Apeliacinė taryba teisingai bandė apginti bendrąjį interesą apsaugoti tokio geografinio pavadinimo kaip „Devin“, kuris yra SPA miestas, prieinamumą. Ji pažymi, jog akivaizdu, kad ieškovė ir toliau Bulgarijoje gali naudoti jai priklausantį gerą vardą turintį prekių ženklą. Vis dėlto ji pažymi, kad faktas, jog prekių ženklas turi gerą vardą Bulgarijoje, nesuteikia ieškovei teisės Sąjungoje turėti apibūdinamojo žodžio „devin“ monopolio, nes tai sudarytų kliūtį ekonominėms pastangoms, skirtoms tam, kad būtų gerinamas tradicinio SPA miesto geras vardas už Bulgarijos teritorijos ribų. Tai juo labiau neatmeta galimybes, kad kiti konkurentai ateityje gali turėti teisėtą interesą apibūdinamąją nuorodą „devin“ naudoti kitose Sąjungos valstybėse narėse, kuriose „Devin“ žinomas ir siejamas su jo mineraliniu vandeniu, tačiau nėra įgijęs skiriamą poįžymio dėl naudojimo.
- 74 Ieškovė tvirtina, kad Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktu nesiekama nuolat trukdyti įregistruoti apibūdinamuosius žymenis kaip prekių ženklus. Ji pažymi, kad jeigu apibūdinamasis žymuo dėl naudojimo įgijo autonominę reikšmę kaip prekių ženklas, jis gali būti registruojamas ir tai netrukdo tretiesiems asmenims naudoti šio žymens apibūdinimo tikslais.
- 75 Šiuo klausimu, pirma, primintina, kad pagal Reglamento Nr. 207/2009 12 straipsnio 1 dalies b punktą (dabar – šiek tiek kitaip suformuluotas Reglamento 2017/1001 14 straipsnio 1 dalies b punktas) „(Europos Sąjungos) prekių ženklas nesuteikia jo savininkui teisės uždrausti trečiajai šaliai vykdant komercinę veiklą naudoti nuorodas, kurios yra susijusios su <...> prekių arba paslaugų geografinė kilme arba kitomis prekių ar paslaugų charakteristikomis“.
- 76 Teisingumo Teismas nusprendė, kad, taip apribojant išimtinę prekių ženklo savininko teisę, Reglamento Nr. 207/2009 12 straipsniu siekiama suderinti prekių ženklų suteikiamų teisių apsaugos, laisvo prekių judėjimo ir laisvės teikti paslaugas bendrojoje rinkoje pagrindinius interesus taip, kad prekių ženklų teisės aktai galėtų atlikti savo, kaip esminio sąžiningos konkurencijos sistemos, kurią norima nustatyti ir išsaugoti SESV, veiksnio vaidmenį (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2008 m. balandžio 10 d. Sprendimo *Adidas ir Adidas Benelux*, C-102/07, EU:C:2008:217, 45 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

- 77 Konkrečiau kalbant, Reglamento Nr. 207/2009 12 straipsnio 1 dalies b punktas skirtas tam, kad būtų išsaugota visų ūkio subjektų galimybė naudoti apibūdinamąsias nuorodas. Taigi ši nuostata įtvirtina prieinamumo reikalavimą. Vis dėlto prieinamumo reikalavimas jokių būdu neturi savarankiškai riboti prekių ženklo suteikiamų teisių, papildydamas minėtame straipsnyje aiškiai nurodytus apribojimus (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2008 m. balandžio 10 d. Sprendimo *Adidas ir Adidas Benelux*, C-102/07, EU:C:2008:217, 46 ir 47 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).
- 78 Reikia nurodyti, kad kitokiomis bylos aplinkybėmis buvo nuspręsta, jog šio sprendimo 19 ir 20 punktuose primintas jurisprudencijoje suformuotas principas, susijęs su bendroju interesu, kuriuo grindžiamas Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktas, nepaneigiamas šio reglamento 12 straipsnio 1 dalies b punktu, kuris nedaro lemiamos įtakos pirmosios nuostatos aiškinimui. Vis dėlto net jeigu minėto reglamento 12 straipsnio 1 dalies b punktu, kuriuo siekiama spręsti problemas, kylančias, kai įregistruojamas prekių ženklas, kurį visą ar jo dalį sudaro geografinis pavadinimas, tretiesiems asmenims nesuteikiama teisė naudoti šio pavadinimo kaip prekių ženklo, bet tik užtikrinama galimybė naudoti jį kaip apibūdinimą, t. y. kaip su geografine kilme susijusią nuorodą, su sąlyga, kad naudojimas savaime neprieštarauja sąžiningai pramoninės ir komercinės veiklos praktikai (šiuo klausimu žr. 2003 m. spalio 15 d. Sprendimo *Nordmilch / VRDT (OLDENBURGER)*, T-295/01, EU:T:2003:267, 55 punktą ir 2016 m. liepos 20 d. Sprendimo *Internet Consulting / EUIPO – Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (SUEDTIROL)*, T-11/15, EU:T:2016:422, 55 punktą; taip pat žr. šiuo klausimu ir pagal analogiją 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 26–28 punktus).
- 79 Taigi leidžiama naudoti pavadinimą „Devin“ apibūdinimo tikslais siekiant reklamuoti miestą kaip turistinę kryptį. Priešingai įstojusios į bylą šalies abejonėms, ginčijamas prekių ženklas neturėtų sudaryti kliūčių ekonominėms pastangoms gerinti su mineraliniu vandeniu susijusią Devino miesto reputaciją už Bulgarijos teritorijos ribų.
- 80 Dėl aiškumo reikia paaiškinti, kad šiuo teisės aktų ir jurisprudencijos priminimu neskatinama minimaliai tikrinti Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnyje numatytų atmetimo pagrindų, kai nagrinėjama registracijos paraiška, remiantis pretekstu, jog riziką, kad ūkio subjektai pasisavins kai kuriuos žymenis, kurie turėtų likti prieinami visiems, pašalina šio reglamento 12 straipsnyje nustatyti apribojimai, taikomi įregistruoto prekių ženklo suteikiamų teisių įgyvendinimo stadijoje. Iš tikrųjų minėto reglamento 7 straipsnyje pateiktų atmetimo pagrindų vertinimą kompetentinga tarnyba turi atlikti per prekių ženklo registracijos procedūrą arba per prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia procedūrą, ir ši pareiga neturi būti perduodama teismams, atsakingiems už prekių ženklo suteikiamų teisių praktinio įgyvendinimo užtikrinimą (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2003 m. gegužės 6 d. Sprendimo *Libertel*, C-104/01, EU:C:2003:244, 58 punktą).
- 81 Dėl Apeliacinės tarybos cituojamo 2003 m. spalio 23 d. Sprendimo *VRDT / Wrigley* (C-191/01 P, EU:C:2003:579, 32 punktas), pagal kurį „turi būti atsisakyta įregistruoti žodinių žymenį, jeigu bent viena galima jo reikšmė nurodo atitinkamų prekių ar paslaugų savybę“, pakanka nurodyti, kad laikėtis šios jurisprudencijos pateikiamas neigiamas atsakymas į klausimą, ar „būtina, kad registracijos paraiškos padavimo momentu prekių ženklą sudarantys žymenys ir nuorodos <...> būtų iš tikrųjų naudojami apibūdinimui“. Tačiau šiuo atveju svarbu ne tai (žodis „devin“ yra apibūdinamasis Bulgarijoje, tačiau dėl ginčijamo prekių ženklo naudojimo igijęs skiriamąjį požymį susijusioms prekės), o tai, kaip ši žodį suvokia atitinkama visuomenė ne Bulgarijoje.
- 82 Nors tikimybė, kad geografinė kilmės nuoroda gali turėti įtakos konkurentų santykiams, yra didelė, kai kalbama apie didelį regioną, žinomą dėl plataus kokybiškų prekių ir paslaugų asortimento, ji yra maža, kai kalbama apie konkrečią vietovę, turinčią reputaciją tik dėl riboto prekių ir paslaugų kiekio (šiuo klausimu žr. 2011 m. gruodžio 15 d. Sprendimo *Mövenpick / VRDT (PASSIONATELY SWISS)*, T-377/09, nepaskelbtas Rink., EU:T:2011:753, 41 punktą ir 2016 m. liepos 20 d. Sprendimo

SUEDTIROL, T-11/15, EU:T:2016:422, 44 punktą). Tačiau šiuo atveju Devinas yra konkreti vietovė, kurią žino tik vidutiniai vartotojai Bulgarijoje, bet ne vidutiniai vartotojai likusioje Sąjungos dalyje ir kurios reputacija susijusi tik su šios vietovės vandeniu.

- 83 Antra, svarbu nurodyti, kad nors ginčijamas prekių ženklas įgijo autonominę reikšmę ir skiriamąjį požymį Bulgarijoje, t. y. vienintelėje Sąjungos valstybėje narėje, kurioje žodis „devin“ yra apibūdinamasis ir todėl galioja kaip prekių ženklas Europos Sąjungoje, pačioje tokio prekių ženklo suteikiamos išimtinės teisės apibrėžtyje Reglamentas Nr. 207/2009 numato trečiųjų asmenų interesų apsaugos garantijas.
- 84 Taigi Teisingumo Teismas pažymėjo, kad Reglamentu Nr. 207/2009 bendrai siekiama įtvirtinti pusiausvyrą tarp, pirma, prekių ženklo savininko suinteresuotumo išsaugoti esminę prekių ženklo funkciją ir, antra, kitų ūkio subjektų suinteresuotumo naudoti žymenis, galinčius žymėti jų prekes ir paslaugas. Iš to matyti, kad teisių apsauga, kuri prekių ženklo savininkui suteikiama pagal šį reglamentą, nėra besąlyginė (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2006 m. balandžio 27 d. Sprendimo *Levi Strauss*, C-145/05, EU:C:2006:264, 29 ir 30 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją; 2011 m. rugsėjo 22 d. Sprendimo *Budějovický Budvar*, C-482/09, EU:C:2011:605, 34 ir 48 punktus; 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer et de Vries*, C-65/12, EU:C:2014:49, 41–43 punktus ir 2018 m. gegužės 30 d. Sprendimo *Tsujimoto / EUIPO*, C-85/16 P ir C-86/16 P, EU:C:2018:349, 90 punktą).
- 85 Viena vertus, prekių ženklo kilmės nuorodos funkcija, numatyta Reglamento Nr. 207/2009 9 straipsnio 2 dalies a ir b punktuose (dabar – Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies a ir b punktai), apima tik naudojimą tapačioms arba panašioms prekėms (arba paslaugoms) ir pagal ją turi egzistuoti galimybė suklaidinti atitinkamą visuomenę, kuri preziumuojama dvigubo žymenų ir prekių tapatumo atveju.
- 86 Kita vertus, gerą vardą turinčio prekių ženklo reklaminės funkcijos apsauga, numatyta Reglamento Nr. 207/2009 9 straipsnio 2 dalies c punkte (dabar – Reglamento 2017/1001 9 straipsnio 2 dalies c punktas), apima ir nepanašias prekes, tačiau pagal ją turi egzistuoti „atskiedimo“, „atskiedimo“ suteršiant reputacija arba parazitavimo galimybė, ir, be to, ji neapima naudojimo esant „rimtai priežasčiai“.
- 87 Pagal Teisingumo Teismo jurisprudenciją, sąvoka „rimta priežastis“ gali būti aiškinama kaip apimanti ne tik objektyviai būtinas priežastis, bet ir priežastis, susijusias su subjektyviais trečiosios šalies, kuri naudoja žymenį, tapatų arba panašų į gerą vardą turintį prekių ženklą, interesais. Ši sąvoka skirta ne konfliktui dėl gerą vardą turinčio prekių ženklo ir panašaus žymens, kuris pradėtas naudoti iki šio prekių ženklo paraiškos pateikimo, išspręsti arba minėto prekių ženklo savininkui suteiktoms teisėms apriboti, bet aptariamų interesų pusiausvyrai atrasti atsižvelgiant į šį žymenį naudojančios trečiosios šalies interesus; tai daroma atsižvelgiant į Reglamento 207/2009 9 straipsnio 2 dalies c punkto specifiką ir į plačią paties prekių ženklo apsaugą (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer et de Vries*, C-65/12, EU:C:2014:49, 45–48 punktus).
- 88 Iš Reglamento Nr. 207/2009 9 straipsnio 2 dalies c punkto matyti, kad gerą vardą turinčio prekių ženklo savininkas gali būti įpareigotas, kai yra „rimta priežastis“, leisti trečiajam asmeniui naudoti į tokį prekių ženklą panašų žymenį prekei, tapačiai prekei, kuriai žymėti įregistruotas toks prekių ženklas, jeigu patvirtinta, kad žymuo buvo naudojamas prieš pateikiant gerą vardą turinčio prekių ženklo paraišką ir sąžiningai naudojamas tapačiai prekei. Be to, pagal to paties reglamento 8 straipsnio 5 dalį (dabar Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 5 dalis) minėtas savininkas negali prieštarauti tokio žymens registracijai (2016 m. liepos 5 d. Sprendimo *Future Enterprises / EUIPO – McDonald’s International Property (MACCOFFEE)*, T-518/13, EU:T:2016:389, 113 punktus; šiuo klausimu ir pagal analogiją taip pat žr. 2014 m. vasario 6 d. Sprendimo *Leidseplein Beheer et de Vries*, C-65/12, EU:C:2014:49, 60 punktą).

- 89 Šiuo atveju iš to, kas išdėstyta, matyti, jog Devino miesto pavadinimas lieka prieinamas tretiesiems asmenims ne tik naudoti apibūdinimo tikslais, kaip antai skatinant turizmą šiame mieste, bet ir naudoti kaip skiriamąjį žymenį tuo atveju, jei yra „rimta priežastis“ ir nėra galimybės suklaidinti, dėl kurios Reglamento Nr. 207/2009 8 ir 9 straipsniai negali būti taikomi.
- 90 Bendrasis interesas išsaugoti tokio geografinio pavadinimo kaip „Devin“, kuris yra SPA miestas, prieinamumą gali būti apsaugotas leidžiant naudoti tokius pavadinimus apibūdinimo tikslais ir nustatant garantijas, kuriomis ribojama išimtinė ginčijamo prekių ženklo savininko teisė, nereikalaujant panaikinti šio prekių ženklo registracijos ar visiškai panaikinti išimtinės teisės, kurią šis prekių ženklas suteikia 32 klasės prekių, kurioms registracija skirta, atžvilgiu.
- 91 Ši būtina savininkų teisių ir trečiųjų asmenų interesų pusiausvyra leidžia įregistruoti iš geografinio pavadinimo sudarytus prekių ženklus, kaip antai ieškovės nurodytus žodinius Europos Sąjungos prekių ženklus VITTEL ir EVIAN, jei įvykdytos tam tikros sąlygos, susijusios su konkrečiai autonominės reikšmės ir skiriamąjo požymio įgijimu dėl naudojimo toje teritorijoje, kurioje žymeniui būdinga tai, kad jis apibūdina geografinę kilmę, ir su tuo, kad minėtas žymuo neklaidina dėl šios kilmės.

2. Dėl pirmojo pagrindo ir prašymo panaikinti sprendimą

- 92 Atsižvelgiant į konkrečiai šio sprendimo 32–67 punktuose išdėstytus argumentus, reikia daryti išvadą, kaip daro ieškovė, kad Apeliacinė taryba nenustatė, jog vidutiniai Sąjungos vartotojai, visų pirma graikai ir rumunai, pakankamai gerai žino Devino miestą, ir kad įstojusi į bylą šalis nepagrindė savo prašymo pripažinti registraciją negaliojančia jokiais įrodymais, kurie leistų daryti išvadą, jog vidutiniai Sąjungos vartotojai susietų žodį „devin“ su Bulgarijos miestu. Jei būtų nuspręsta, kad dalis Sąjungos vartotojų žino Devino miestą, tokia dalis bet kuriuo atveju turėtų būti laikoma nedidele. Ši išvada nepaneigia Devino gamtos grožio ir gydomųjų jo mineralinio vandens savybių ar ekonominių pastangų, skirtų turizmui Bulgarijoje skatinti.
- 93 Pagal šio sprendimo 22 punkte nurodytą jurisprudenciją iš principo Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktu nedraudžiama registruoti geografinių pavadinimų, kurie nežinomi suinteresuotajai visuomenei arba bent jau nežinomi kaip geografinės vietovės nuoroda. Tačiau šiuo atveju, nors geografinis pavadinimas „Devin“ yra žinomas suinteresuotiesiems asmenims Bulgarijoje, t. y. valstybėje, kurioje, ieškovės tvirtinimu, ginčijamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį, reikia konstatuoti, kad suinteresuotiesiems asmenims kitose Sąjungos valstybėse narėse, visų pirma Graikijoje ir Rumunijoje, geografinis pavadinimas „Devin“ yra nežinomas arba bent jau nežinomas kaip geografinės vietovės nuoroda.
- 94 Pagal šio sprendimo 24 punkte nurodytą jurisprudenciją atlikdama vertinimą EUIPO turi nustatyti, kad suinteresuotieji asmenys geografinį pavadinimą žino kaip vietovės pavadinimą. Tačiau šiuo atveju reikia konstatuoti, kad didžiajai daliai suinteresuotosios visuomenės, kurią sudaro vidutiniai vartotojai, geografinis pavadinimas „Devin“ yra nežinomas. Atitinkamos visuomenės dalis, kuri žino šį pavadinimą kaip geografinę vietovę, yra labai nedidelė ir sudaro vieną arba daugią daugiausia kelis procentus. Be to, iš pirmo žvilgsnio ši procentinė dalis atrodo mažesnė už tą atitinkamos visuomenės dalį, kuri žino „Devin“ kaip mineralinio vandens prekių ženklą.
- 95 Iš to matyti, jog Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, kai nusprendė, kad Bulgarijos kaimyninių valstybių, t. y. Graikijos ir Rumunijos, taip pat ir kitų Sąjungos valstybių narių, išskyrus Bulgariją, vidutinių vartotojų požiūriu, ginčijamas prekių ženklas apibūdina geografinę kilmę. Taip ji pažeidė Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punktą, siejamą su to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktu.

- 96 Todėl reikia pritarti pirmojo pagrindo pirmai daliai ir panaikinti ginčijamą sprendimą pagal ieškovės pirmąjį reikalavimą ir nereikia nagrinėti pirmojo pagrindo antros dalies arba antrojo pagrindo, įskaitant jų nepriimtinumą pagrindus, kuriuos atitinkamai pateikė įstojusi į bylą šalis arba EUIPO, ir nereikia nuspręsti dėl tam tikrų priedų, kuriuos, ieškovės nuomone, įstojusi į bylą šalis pateikė Bendrajam Teismui pirmą kartą, priimtinumą.

B. Dėl prašymo pakeisti sprendimą

- 97 Dėl ieškovės antrojo ir trečiojo reikalavimų, kuriais siekiama, kad būtų atmetas įstojusios į bylą šalies prašymas pripažinti registraciją negaliojančia, kuriuo iš esmės siekiama, kad būtų pakeistas ginčijamas sprendimas (žr. šio sprendimo 10 punktą), primintina, jog Reglamento Nr. 207/2009 65 straipsnio 3 dalimi pripažįstama Bendrojo Teismo teisė pakeisti sprendimą nesuteikia jam teisės vertinti klausimo, dėl kurio Apeliacinė taryba dar nepriėmė sprendimo. Dėl šios priežasties teisė pakeisti sprendimą iš principo turi būti įgyvendinama tik tais atvejais, kai, patikrinęs minėtos tarybos atliktą vertinimą, Bendrasis Teismas, remdamasis nustatytais faktinėmis ir teisinėmis aplinkybėmis, gali nurodyti, kokį sprendimą turėjo priimti Apeliacinė taryba (2011 m. liepos 5 d. Sprendimo *Edwin / VRDT*, C-263/09 P, EU:C:2011:452, 72 punktas ir 2015 m. gegužės 13 d. Sprendimo *easyAir-tours*, T-608/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:282, 68 punktas).
- 98 Tačiau šiuo atveju neįvykdytos 2011 m. liepos 5 d. Sprendime *Edwin / VRDT* (C-263/09 P, EU:C:2011:452) įtvirtintos sąlygos, kad Bendrasis Teismas galėtų įgyvendinti teisę keisti sprendimą. Iš tiesų, nors iš šio sprendimo 95 punkte pateiktų argumentų matyti, kad Apeliacinė taryba turėjo konstatuoti, jog ginčijamas prekių ženklas neturi skiriamąjo požymio, kaip mano atitinkama visuomenės dalis, kurią sudaro ne bulgarai, bet visų pirma vidutiniai vartotojai graikai arba rumunai, Apeliacinė taryba, kuri klaidingai nusprendė, jog faktas, kad atitinkamos visuomenės dalis, kurią sudaro graikai ir rumunai, tariamai manytų, jog prekių ženklas yra apibūdinamasis, pakanka, kad būtų nustatytas priežastinis ryšys, kurio pakanka apeliacijos dėl Anuliavimo skyriaus sprendimo atmetimui pagrįsti, nepateikė aiškaus sprendimo dėl to, ar atitinkamos visuomenės dalis, kurią sudaro bulgarai ir kuri yra vienintelė dalis, kurios požiūriu ginčijamas prekių ženklas apibūdina geografinę kilmę, manytų, jog ginčijamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo. Kadangi Apeliacinė taryba aiškiai neišnagrinėjo ir neišsprendė klausimo dėl to, ar ginčijamas prekių ženklas dėl naudojimo įgijo skiriamąjį požymį Bulgarijoje, Bendrasis Teismas neturi pirmą kartą jo spręsti atlikdamas ginčijamo sprendimo teisėtumo kontrolę (šiuo klausimu žr. 2011 m. liepos 5 d. Sprendimo *Edwin / VRDT*, C-263/09 P, EU:C:2011:452, 72 ir 73 punktus ir 2015 m. gegužės 13 d. Sprendimo *easyAir-tours*, T-608/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:282, 69 ir 70 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).
- 99 Iš to matyti, kad, remiantis turima bylos medžiaga, Bendrasis Teismas negali įgyvendinti savo teisės pakeisti ginčijamą sprendimą, kad panaikintų Anuliavimo skyriaus, kuris, be kita ko, šiuo klausimu manė, jog, „atsižvelgiant į (ieškovės) pateiktus įrodymus, <...> nekyla abejonių dėl to, kad prekių ženklas „Devin“ įgijo skiriamąjį požymį Bulgarijoje“, 2016 m. sausio 29 d. sprendimą ir atmestų prašymą pripažinti ginčijamo prekių ženklo registraciją negaliojančia.
- 100 Taigi reikia atmesti ieškovės antrąjį ir trečiąjį reikalavimus kaip nepriimtinius.

IV. Dėl bylinėjimosi išlaidų

- 101 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį iš pralaimėjusios šalies priteisiamos bylinėjimosi išlaidos, jei laimėjusi šalis to reikalavo.

¹⁰² Kadangi EUIPO ir įstojusi į bylą šalis bylą pralaimėjo, reikia nurodyti, kad, pirma, EUIPO padengia savo bylinėjimosi išlaidas ir iš jos priteisiamos ieškovės bylinėjimosi išlaidos pagal šios reikalavimus, antra, įstojusi į bylą šalis padengia savo bylinėjimosi išlaidas.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (aštuntoji kolegija)

nusprendžia:

- 1. Panaikinti 2016 m. gruodžio 2 d. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) antrosios kolegijos sprendimą (byla R 579/2016-2).**
- 2. Atmesti likusią ieškinio dalį.**
- 3. EUIPO padengia savo ir *Devin AD* patirtas bylinėjimosi išlaidas.**
- 4. *Haskovo Chamber of Commerce and Industry* padengia savo bylinėjimosi išlaidas.**

Collins

Kancheva

Passer

Paskelbtas 2018 m. spalio 25 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.

Turinys

I. Ginčo aplinkybės	2
II. Šalių reikalavimai	3
III. Dėl teisės	3
A. Dėl prašymo panaikinti	4
1. Dėl pirmojo pagrindo, grindžiamo Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punkto, siejamo su to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktu, pažeidimu	4
a) Dėl to, kaip vidutinis Sąjungos vartotojas suvokia žodį „devin“	7
1) Dėl vidutinių vartotojų bulgarų	7
2) Dėl vidutinių vartotojų graikų arba rumunų	8
3) Dėl vidutinių kitų Sąjungos valstybių narių vartotojų	11
b) Dėl geografinio pavadinimo „Devin“ prieinamumo	12
2. Dėl pirmojo pagrindo ir prašymo panaikinti sprendimą	16
B. Dėl prašymo pakeisti sprendimą	17
IV. Dėl bylinėjimosi išlaidų	17