



Teismo praktikos rinkinys

BENDROJO TEISMO (devintoji išplėstinė kolegija) SPRENDIMAS

2019 m. birželio 19 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra –
Vaizdinis Europos Sąjungos prekių ženklas, vaizduojantis tris lygiagrečias juostas –
Absoliutus negaliojimo pagrindas – Dėl naudojimo įgyto skiriamojo požymio nebuvimas – Reglamento
(EB) Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalis ir 52 straipsnio 2 dalis (dabar – Reglamento (ES)
2017/1001 7 straipsnio 3 dalis ir 59 straipsnio 2 dalis) – Naudojimo forma, į kurią negali būti
atsižvelgta – Forma, kuri gerokai skiriasi nuo formos, kuria prekių ženklas buvo įregistruotas –
Atvirkštinė spalvų schema“

Byloje T-307/17

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

ieškovė,

palaikoma

Marques, įsteigtos Lesteryje (Jungtinė Karalystė), atstovaujamos advokato M. Treis,

įstojusios į bylą šalies,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą M. Rajh ir H. O'Neill,

atsakovę,

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

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

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2017 m. kovo 7 d. EUIPO antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 1515/2016-2), susijusio su registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra tarp *Shoe Branding Europe* ir *adidas*,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji išplėstinė kolegija),

kurį sudaro pirmininkas S. Gervasoni, teisėjai L. Madise, R. da Silva Passos, K. Kowalik-Bańczyk (pranešėja) ir C. Mac Eochaidh,

posėdžio sekretorius E. Hendrix, administratorius,

* Proceso kalba: anglų.

susipažinęs su ieškiniu, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2017 m. gegužės 18 d.,

susipažinęs su EUIPO atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2017 m. rugpjūčio 10 d.,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2017 m. liepos 12 d.,

susipažinęs su 2017 m. gruodžio 5 d. nutartimi leisti *Marques* įstoti į bylą palaikyti ieškovės reikalavimų,

susipažinęs su EUIPO atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. sausio 22 d.,

susipažinęs su ieškovės pastabomis, kurias Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. vasario 19 d.,

susipažinęs su EUIPO pastabomis, kurias Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. vasario 28 d.,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies pastabomis, kurias Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. vasario 28 d.,

įvykus 2019 m. sausio 24 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

I. Ginčo aplinkybės

- 1 2013 m. gruodžio 18 d. ieškovė *adidas AG*, remdamasi iš dalies pakeistu 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1) (panaikintas 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1)), pateikė Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai (EUIPO) paraišką įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą.

- 2 Prekių ženklas, kurį buvo prašoma įregistruoti, atrodo taip:



- 3 Registracijos paraiškoje prekių ženklas yra nurodytas kaip vaizdinis prekių ženklas ir apibūdintas taip:
„Prekių ženklą sudaro trys lygiagrečios vienodo pločio ir vienodai viena nuo kitos nutolusios juostos, kurios ant prekės žymimos bet kura kryptimi.“
- 4 Prekės, kurioms buvo prašoma įregistruoti prekių ženklą, priklauso peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženkams registruoti 25 klasei ir atitinka tokį aprašymą: „drabužiai, avalynė, galvos apdangalai“.
- 5 Prekių ženklas įregistruotas 2014 m. gegužės 21 d. numeriu 12442166.
- 6 2014 m. gruodžio 16 d. į bylą įstojusi šalis *Shoe Branding Europe BVBA* pateikė prašymą dėl nagrinėjamo prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia pagal Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punktą (dabar – Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies a punktas), siejamą su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktu (dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b punktas).
- 7 2016 m. birželio 30 d. Anuliavimo skyrius patenkino įstojusios į bylą šalies prašymą pripažinti registraciją negaliojančia, remdamasis tuo, kad nagrinėjamas prekių ženklas neturi nei jam būdingo, nei įgyto naudojant skiriamojo požymio.
- 8 2016 m. rugpjūčio 18 d. ieškovė, remdamasi Reglamento Nr. 207/2009 58–64 straipsniais (dabar – Reglamento 2017/1001 66–71 straipsniai), pateikė EUIPO apeliaciją dėl Anuliavimo skyriaus sprendimo. Šioje apeliacijoje ji neginčijo, kad nagrinėjamas prekių ženklas neturi jam būdingo skiriamojo požymio, bet ji tvirtino, kad šis prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį (dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 3 dalis ir 59 straipsnio 2 dalis).
- 9 2017 m. kovo 7 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) EUIPO antroji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją.
- 10 Pirma, Apeliacinė taryba nurodė, kad nagrinėjamas prekių ženklas buvo įregistruotas kaip vaizdinis prekių ženklas (ginčijamo sprendimo 20 punktas). Be to, ji patvirtino Anuliavimo skyriaus vertinimą, kuriuo remiantis šis prekių ženklas neturi jam būdingo skiriamojo požymio (ginčijamo sprendimo 22 punktas). Galiausiai ji išnagrinėjo ieškovės pateiktus įrodymus ir nusprendė, kad ieškovė neįrodė, jog šis prekių ženklas visoje Europos Sąjungoje įgijo skiriamąjį požymį dėl jo naudojimo (ginčijamo

sprendimo 69 punktas). Todėl Apeliacinė taryba nusprendė, kad nagrinėjamas prekių ženklas buvo įregistruotas pažeidžiant Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą ir kad dėl šios priežasties jo registracija turi būti pripažinta negaliojančia (ginčijamo sprendimo 72 punktas).

II. Šalių reikalavimai

- 11 Ieškovė, palaikoma asociacijos *Marques* (toliau – į bylą įstojusi asociacija), Bendrojo Teismo prašo:
 - panaikinti ginčijamą sprendimą,
 - priteisti iš EUIPO ir iš įstojusios į bylą šalies bylinėjimosi išlaidas.
- 12 EUIPO Bendrojo Teismo prašo:
 - atmesti ieškinį,
 - priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas,
 - nurodyti įstojusiai į bylą asociacijai padengti savo bylinėjimosi išlaidas.
- 13 Įstojusi į bylą šalis Bendrojo Teismo prašo:
 - atmesti ieškinį,
 - priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

III. Dėl teisės

- 14 Grįsdama savo ieškinį, ieškovė, palaikoma įstojusios į bylą asociacijos, nurodo vienintelį ieškinio pagrindą, grindžiamą Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 2 dalies, aiškinamos kartu su to paties reglamento 7 straipsnio 3 dalimi ir su teisėtų lūkesčių apsaugos ir proporcingumo principais, pažeidimu.
- 15 Šis ieškinio pagrindas gali būti vertinamas kaip sudarytas iš dviejų dalių, nes ieškovė iš esmės tvirtina, pirma, kad Apeliacinė taryba neteisingai atmetė daug įrodymų dėl to, kad jie susiję su žymenimis, kurie nėra nagrinėjamas prekių ženklas, ir, antra, kad Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą nustatydama, kad nebuvo įrodyta, jog nagrinėjamas prekių ženklas dėl jo naudojimo įgijo skiriamąjį požymį Sąjungos teritorijoje.

A. Pirminės pastabos

- 16 Pirma, remiantis Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktu, jokio skiriamąjo požymio neturintys prekių ženklai neregistruojami. Pagal to paties reglamento 7 straipsnio 2 dalį (dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 2 dalis) šis absoliutus atmetimo pagrindas taikomas, net jeigu galioja tikrai dalyje Sąjungos. Vis dėlto pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį minėtas pagrindas nedraudžia registruoti prekių ženklo, jei, kiek tai susiję su prekėmis, kurioms buvo prašoma jį įregistruoti, jis įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo.
- 17 Antra, pagal Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 1 dalies a punktą padavus prašymą EUIPO, Europos Sąjungos prekių ženklas paskelbiamas negaliojančiu, jeigu buvo įregistruotas nesilaikant to paties reglamento 7 straipsnio reikalavimų. Vis dėlto pagal Reglamento Nr. 207/2009 52 straipsnio 2 dalį, jeigu Europos Sąjungos prekių ženklas buvo įregistruotas pažeidžiant šio reglamento

7 straipsnio 1 dalies b punktą, jo registracijos vis dėlto negalima pripažinti negaliojančia, kai toks prekių ženklas dėl naudojimo po įregistravimo įgyja skiriamąjį požymį toms prekėms ar paslaugoms, kurioms jis buvo įregistruotas.

- 18 Taigi iš Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalies ir 52 straipsnio 2 dalies matyti, jog, vykstant registracijos pripažinimo negaliojančia procedūrai, tai, kad įregistruotas prekių ženklas neturi jam būdingo skiriamojo požymio, nelemia šio prekių ženklo registracijos pripažinimo negaliojančia, jeigu toks prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį jį naudojant iki jo įregistravimo arba laikotarpiu nuo jo įregistravimo iki prašymo pripažinti registraciją negaliojančia padavimo dienos (šiuo klausimu žr. 2017 m. gruodžio 14 d. Sprendimo *bet365 Group / EUIPO – Hansen (BET 365)*, T-304/16, EU:T:2017:912, 23 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 19 Taip pat reikia priminti, kad prekių ženklo skiriamasis požymis, tiek jam būdingas, tiek įgytas naudojant prekių ženklą, reiškia, kad šis prekių ženklas leidžia prekę, kuriai prašoma registracijos, identifikuoti kaip pagamintą konkrečios įmonės, todėl atskirti ją nuo kitų įmonių prekių (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 46 punktą ir 2002 m. birželio 18 d. Sprendimo *Philips*, C-299/99, EU:C:2002:377, 35 punktą).
- 20 Tiek prekių ženklui būdingas, tiek įgytas jį naudojant skiriamasis požymis turi būti vertinamas, pirma, atsižvelgiant į prekes arba paslaugas, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, ir, antra, atsižvelgiant į tai, kaip jį suvokia atitinkama visuomenė (pagal analogiją žr. 2002 m. birželio 18 d. Sprendimo *Philips*, C-299/99, EU:C:2002:377, 59 ir 63 punktus ir 2004 m. vasario 12 d. Sprendimo *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 34 ir 75 punktus).
- 21 Šiuo atveju atitinkamą visuomenę, kiek tai susiję su prekėmis, kurioms įregistruotas nagrinėjamas prekių ženklas, t. y. drabužiais, avalyne ir galvos apdangalais, sudaro visi galimi šių prekių vartotojai Sąjungoje, t. y. ir plačioji visuomenė, ir specialių žinių turinti visuomenė.
- 22 Būtent atsižvelgiant į šiuos argumentus reikia išnagrinėti šio sprendimo 15 punkte nurodyto vienintelio ieškinio pagrindo dvi dalis.

B. Dėl pirmos dalies, grindžiamos tariamai neteisėtu tam tikrų įrodymų atmetimu

- 23 Pirmojoje ieškinio pagrindo dalyje ieškovė, palaikoma įstojusios į bylą asociacijos, kaltina Apeliacinę tarybą, kad ši neatsižvelgė į daugelį įrodymų dėl to, kad jie susiję su žymenimis, kurie nėra nagrinėjamas prekių ženklas. Toks motyvas grindžiamas, pirma, klaidingu nagrinėjamo prekių ženklo aiškinimu, ir, antra, neteisingu „teisės teikti alternatyvius variantus“ taikymu. Taigi vienas po kito reikia išnagrinėti abu šiuos argumentus.

1. Dėl pirmojo argumento, grindžiamo klaidingu nagrinėjamo prekių ženklo vertinimu

- 24 Pateikdama pirmąjį argumentą ieškovė, palaikoma įstojusios į bylą asociacijos, tvirtina, jog konstatuodama, kad nagrinėjamo prekių ženklo registracijos buvo prašoma tik dėl tam tikrų matmenų, ir, ypač atsižvelgdama į tam tikrą aukščio ir pločio santykį Apeliacinė taryba neteisingai vertino šį prekių ženklą. Iš tiesų minėtas prekių ženklas vaizduoja „paviršiaus raštą“, kuris gali būti atkurtas įvairiais matmenimis ir proporcijomis, atsižvelgiant į prekes, ant kurių jis žymimas. Visų pirma trys lygiagrečios vienodai viena nuo kitos nutolusios juostos, sudarančios nagrinėjamą prekių ženklą, gali būti pratęstos ar sutrumpintos įvairiais būdais, įskaitant įstrižai. Remdamasi EUIPO nagrinėjimo gairėmis ir iš to kylančiais teisėtais lūkesčiais ji priduria, kad ji gali remtis faktu, jog nagrinėjamas prekių ženklas yra rašto prekių ženklas, nors šis prekių ženklas buvo įregistruotas kaip vaizdinis prekių ženklas.

- 25 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija ieškovės ir įstojusios į bylą asociacijos argumentus.
- 26 Siekiant atsakyti į ieškovės ir įstojusios į bylą asociacijos argumentus, pirma, reikia priminti, kad pagal Reglamento Nr. 207/2009 4 straipsnį (dabar – Reglamento 2017/1001 4 straipsnis) Europos Sąjungos prekių ženklus gali sudaryti bet kokie žymenys, kuriuos galima pavaizduoti grafiškai, jeigu jie leidžia atskirti vienos įmonės prekes ar paslaugas nuo kitų įmonių prekių ar paslaugų.
- 27 Antra, svarbu pažymėti, kad prekių ženklas gali būti įregistruotas tik remiantis pareiškėjo EUIPO pateikta paraiška ir neviršijant jos ribų. Taigi EUIPO negali atsižvelgti į prašomo įregistruoti prekių ženklo charakteristikas, kurios nėra nurodytos paraiškoje įregistruoti arba su ja susijusiuose dokumentuose (žr. 2015 m. lapkričio 25 d. Sprendimo *Jaguar Land Rover / VRDT (Automobilio forma)*, T-629/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:878, 34 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 28 Taigi prekių ženklo charakteristikos turi būti vertinamos atsižvelgiant į kelis veiksnius.
- 29 Pirma, pagal 1995 m. gruodžio 13 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 2868/95, skirtą įgyvendinti Tarybos reglament[ui] 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), 1 taisyklės 1 dalies d dalį ir 3 taisyklės 2 ir 5 dalis (dabar – 2018 m. kovo 5 d. Komisijos įgyvendinimo reglamento (ES) 2018/626, kuriuo nustatomos išsamios tam tikrų Reglamento (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo nuostatų įgyvendinimo taisyklės ir panaikinamas Įgyvendinimo reglamentas (ES) 2017/1431 (OL L 104, 2018, p. 37)), kai prašoma įregistruoti grafinį vaizdą arba konkrečią spalvą, su Europos Sąjungos prekių ženklo paraiška turi būti pateiktas grafinis prekių ženklo vaizdas (spalvotas, kai reikia).
- 30 Grafinio pavaizdavimo reikalavimo paskirtis – apibrėžti patį prekių ženklą tam, kad būtų nustatytas tikslus įregistruoto prekių ženklo savininkui suteiktos apsaugos objektas (pagal analogiją žr. 2002 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Sieckmann*, C-273/00, EU:C:2002:748, 48 punktą ir 2004 m. birželio 24 d. Sprendimo *Heidelberger Bauchemie*, C-49/02, EU:C:2004:384, 27 punktą). Vadinas, pareiškėjas turi pateikti tokį grafinį prekių ženklo vaizdą, kuris tiksliai atitiktų jo siekiamos gauti apsaugos objektą. Po to, kai prekių ženklas įregistruojamas, jo savininkas negali tikėtis platesnės apsaugos nei ta, kuri suteikta tokiam grafiniam vaizdai (šiuo klausimu žr. 2017 m. lapkričio 30 d. Sprendimo *Red Bull / EUIPO – Optimum Mark (Mėlynos ir sidabro spalvų derinys)*, T-101/15 ir T-102/15, apskūstas apeliacine tvarka, EU:T:2017:852, 71 punktą).
- 31 Be to, Reglamento Nr. 2868/95 3 taisyklės 3 dalyje numatyta, kad paraiškoje įregistruoti „gali būti pateikiamas ženklo aprašymas“. Taigi, kai kartu su paraiška įregistruoti pateikiamas aprašymas, toks aprašymas turi būti nagrinėjamas kartu su grafiniu vaizdu (pagal analogiją šiuo klausimu žr. 2017 m. lapkričio 30 d. Sprendimo *Mėlynos ir sidabro spalvų derinys*, T-101/15 et T-102/15, apskūstas apeliacine tvarka, EU:T:2017:852, 79 punktą).
- 32 Galiausiai EUIPO taip pat turi išnagrinėti prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamąjį požymį, atsižvelgdama į pareiškėjo paraiškoje nurodytą prekių ženklo kategoriją (šiuo klausimu žr. 2016 m. sausio 21 d. Sprendimo *Enercon / VRDT*, C-170/15 P, nepaskelbtas Rink., EU:C:2016:53, 29, 30 ir 32 punktus).
- 33 Trečia, reikia pažymėti, kad, priešingai nei 2017 m. gegužės 18 d. Komisijos įgyvendinimo reglamente (ES) 2017/1431, kuriuo nustatomos išsamios tam tikrų Tarybos reglamento Nr. 207/2009 nuostatų įgyvendinimo taisyklės (OL L 205, 2017, p. 39) (pakeistas Įgyvendinimo reglamentu 2018/626), nei Reglamente Nr. 207/2009, nei Reglamente Nr. 2868/95, kurie taikomi prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo dieną, nenurodomi nei „rašto prekių ženklai“, nei, beje, „vaizdiniai prekių ženklai“ kaip specialios prekių ženklų kategorijos.

- 34 Vis dėlto dar prieš įsigaliojant Įgyvendinimo reglamentui 2017/1431 Bendrasis Teismas buvo pripažinęs, kad žymuo, nurodytas kaip vaizdinis prekių ženklas, gali būti sudarytas iš reguliariai pasikartojančių elementų (šiuo klausimu žr. 2016 m. lapkričio 9 d. Sprendimo *Birkenstock Sales / EUIPO (Banguotų susikertančių linijų rašto vaizdas)*, T-579/14, EU:T:2016:650, 43, 49, 53 ir 62 punktus). Taigi iki Įgyvendinimo reglamento 2017/1431 įsigaliojimo rašto prekių ženklas galėjo būti įregistruotas kaip vaizdinis prekių ženklas, nes jį sudarė vaizdas (šiuo klausimu žr. 2012 m. rugsėjo 19 d. Sprendimo *Fraas / VRDT (Šviesiai pilkos, tamsiai pilkos, smėlio, tamsiai raudonos ir rudos spalvos languotas raštas)*, T-326/10, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:436, 56 punktą).
- 35 Šiuo atveju, atsižvelgiant į paraišką įregistruoti, nagrinėjamas prekių ženklas buvo įregistruotas kaip vaizdinis prekių ženklas, remiantis grafiniu vaizdu ir aprašymu, kurie pateikti šio sprendimo 2 ir 3 punktuose.
- 36 Ginčijamo sprendimo 38 punkte Apeliacinė taryba nagrinėjamą prekių ženklą aiškino taip:
- „Jis sudarytas iš trijų vertikalių, lygiagrečių juostų baltame fone, jų aukštis maždaug penkis kartus didesnis nei plotis. Jis pasižymi palyginti ne daug charakteristikų: aukščio ir pločio santykis maždaug 5:1, baltos ir vienodo pločio erdvės tarp juodų juostų ir tai, kad juostos yra lygiagrečios.“
- 37 Reikia konstatuoti, kad toks nagrinėjamo prekių ženklo aiškinimas tiksliai atitinka grafinį vaizdą, kuriuo remiantis šis prekių ženklas buvo įregistruotas. Visų pirma Apeliacinė taryba teisingai pažymėjo, kad santykis tarp viso nagrinėjamo prekių ženklo aukščio ir pločio yra maždaug 5:1. Be to, Apeliacinė taryba teisingai atsižvelgė į tris lygiagrečias vienodo pločio juodas juostas ir du baltus tarpus tarp šių juostų.
- 38 Vis dėlto ieškovė kritikuoja tokį nagrinėjimo prekių ženklo vertinimą, teigdama, pirma, kad vaizdinis prekių ženklas gali būti įregistruotas nenurodant jo matmenų ar proporcijų (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2014 m. liepos 10 d. Sprendimo *Apple*, C-421/13, EU:C:2014:2070, 19 ir 27 punktus), ir, antra, kad nagrinėjamas prekių ženklas yra rašto prekių ženklas. Šiomis aplinkybėmis vienintelis nagrinėjamo prekių ženklo grafinio pavaizdavimo tikslas yra parodyti vaizdą, kurį sudaro trys lygiagrečios juostos su vienodais tarpais, neatsižvelgiant į juostų ilgį ar tai, kaip tokios juostos yra nukirptos.
- 39 Šiems argumentams negalima pritarti.
- 40 Pirma, reikia konstatuoti, kad nors Apeliacinė taryba ginčijamame sprendime nagrinėjamą prekių ženklą apibūdino atsižvelgdama į skirtingų elementų, sudarančių šį prekių ženklą, kaip jis buvo pavaizduotas paraiškoje įregistruoti, proporcijas, ji vis dėlto neapibūdino prekių ženklo remdamasi matmenimis, pagal kuriuos prekių ženklas, kaip visuma, galėtų būti atkuriamas ant nagrinėjamų prekių. Iš to matyti, kad priešingai, nei tvirtina ieškovė, Apeliacinės tarybos nustatytas nagrinėjamo prekių ženklo vertinimas neprieštarauja faktui, kad nebuvo reikalaujama įregistruoti šį prekių ženklą, atsižvelgiant į konkrečius matmenis.
- 41 Antra, ieškovė pripažįsta, kad nagrinėjamas prekių ženklas buvo tinkamai įregistruotas kaip vaizdinis prekių ženklas. Remiantis šio sprendimo 30 punkte nurodyta jurisprudencija, vaizdinis prekių ženklas iš esmės yra įregistruojamas tokiomis proporcijomis, kokios nurodytos jį vaizduojant grafiškai. Ši išvada negali būti paneigta 2014 m. liepos 10 d. Sprendimu *Apple* (C-421/13, EU:C:2014:2070, 19 ir 27 punktai), kuriuo rėmėsi ieškovė. Iš tiesų šiame sprendime tik nurodyta, kad dizainas gali būti įregistruotas kaip prekių ženklas, nors nėra nurodytas objekto, kurį jis atvaizduoja, dydis ir proporcijos. Vis dėlto šis sprendimas nereiškia, kad prekių ženklas gali būti įregistruotas, neapibrėžiant paties žymens proporcijų.
- 42 Trečia, ieškovė nepagrįstai teigia, kad šis prekių ženklas yra ne įprastas vaizdinis prekių ženklas, o rašto prekių ženklas, kurio proporcijos nėra nustatytos.

- 43 Šiuo klausimu, pirma, nei iš nagrinėjamo prekių ženklo grafinio vaizdo, nei iš šio prekių ženklo aprašymo nėra matyti, kad jis būtų sudarytas iš reguliariai pasikartojančių elementų.
- 44 Be to, ieškovės teiginys, kad nagrinėjamam prekių ženklui suteiktos apsaugos objektas yra trijų lygiagrečių, vienodai viena nuo kitos nutolusių juostų naudojimas, nepriklausomai nuo jų ilgio ar to, kaip jos nukirptos, nėra pagrįstas jokių konkrečių įrodymų. Pirma, šis teiginys prieštarauja nagrinėjamo prekių ženklo grafiniam vaizdui, iš kurio matyti, kad žymeniui būdingas jo bendro aukščio ir bendro pločio santykis maždaug 5:1 ir stačiakampė forma, o trys jį sudarančios juostos yra nukirptos stačiu kampu. Antra, šis teiginys nėra patvirtinamas nagrinėjamo prekių ženklo aprašymu, kuriame tiesiog primenama, kad šis prekių ženklas sudarytas iš „trijų lygiagrečių vienodo pločio ir vienodai viena nuo kitos nutolusių juostų“, ir patikslinti, kad šios juostos gali būti „ant prekės žymimos bet kuria kryptimi“, nenurodant, kad juostų ilgis gali būti pakeistas ar kad jos gali būti apvaliai nukirptos.
- 45 Galiausiai, nors prieš įsigaliojant Įgyvendinimo reglamentui Nr. 2017/1431, EUIPO nagrinėjimo gairėse buvo nurodyta, kad „prekių ženklai, vaizduojantys raštą, yra „vaizdiniai“ prekių ženklai pagal [EUIPO] praktiką“, šiose gairėse nebuvo nustatyta kitokia šių prekių ženklų, vaizduojančių raštą, apibrėžtis nei ta, kuri nustatyta šio sprendimo 34 punkte nurodytoje jurisprudencijoje. Iš tiesų šiose gairėse buvo nurodyta, kad „vaizdinis prekių ženklas gali būti laikomas rašto ženklu, jeigu jį sudaro tik reguliariai pasikartojantys elementai“.
- 46 Esant šioms aplinkybėms, reikia daryti išvadą, kad nagrinėjamas prekių ženklas yra įprastas vaizdinis prekių ženklas, o ne rašto prekių ženklas. Vadinas, pirma, Apeliacinė taryba nepadarė klaidos, aiškindama nagrinėjamą prekių ženklą, ir, antra, bet kuriuo atveju ieškovė negali remtis teisėtų lūkesčių apsaugos principu, siekdama užginčyti šį aiškinimą.
- 47 Darytina išvada, kad pirmasis argumentas turi būti atmestas.

2. Dėl antrojo argumento, grindžiamo netinkamu „teisės teikti alternatyvius variantus“ taikymu

- 48 Pateikdama antrąjį argumentą ieškovė, palaikoma įstojusios į bylą asociacijos, tvirtina, kad Apeliacinė taryba netinkamai taikė „teisę teikti alternatyvius variantus“. Ji apibrėžia šią teisę kaip taisyklę, kuria remiantis prekių ženklo naudojimas tokia forma, kuri skiriasi nuo formos, kuria buvo įregistruotas prekių ženklas, bet kai skiriamasis požymis lieka nepakitęs, yra taip pat laikomas minėto prekių ženklo naudojimu. Ji teigia, kad, priešingai, nei nusprendė Apeliacinė taryba, visi jos pateikti įrodymai susiję su tokiais nagrinėjamo prekių ženklo naudojimo formomis, kai šio prekių ženklo skiriamasis požymis nebuvo pakeistas. Vadinas, tokios naudojimo formos yra reikšmingos, siekiant nustatyti, ar nagrinėjamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį.
- 49 Prieš pradėdant nagrinėti šio argumento pagrįstumą, pirmiausia reikia apibrėžti sąvoką prekių ženklo „naudojimas“, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį.

a) Dėl prekių ženklo naudojimo sąvokos, kaip ji suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį

- 50 Ieškovė, palaikoma įstojusios į bylą asociacijos, teigia, kad sąvoka prekių ženklo naudojimas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį, turi būti aiškinama taip pat kaip ir to paties reglamento 15 straipsnio 1 dalyje (dabar – Reglamento Nr. 2017/1001 18 straipsnio 1 dalis) esanti prekių ženklo naudojimo iš tikrųjų sąvoka, kuri apima kai kuriais atvejais prekių ženklo naudojimą tokia forma, kuri skiriasi nuo formos, kuria šis prekių ženklas buvo įregistruotas.

- 51 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija tokį aiškinimą. Jos teigia, kad „naudojimo“ sąvoka pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį yra siauresnė negu sąvoka „naudojimas iš tikrųjų“, nurodyta šio reglamento 15 straipsnio 1 dalyje. Jų nuomone, siekdamas įrodyti, kad prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį, prekių ženklo savininkas gali remtis tik tokia prekių ženklo naudojimo forma, kokia jis buvo įregistruotas. Tik nežymūs pakeitimai gali būti priimtini.
- 52 Turi būti nustatyta, ar, kalbant apie prekių ženklo naudojimo formas, į kurias gali būti atsižvelgiama, sąvoka prekių ženklo „naudojimas“, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį, turi būti aiškinama taip pat kaip ir šio reglamento 15 straipsnio 1 dalyje esanti sąvoka „naudojimas iš tikrųjų“.
- 53 Šiuo klausimu naudinga priminti, kad Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalies antros pastraipos a punkte (dabar – Reglamento 2017/1001 18 straipsnio 1 dalies antros pastraipos a punktas) nustatyta, kad įregistruoto prekių ženklo naudojimas iš tikrųjų taip pat yra „[šio] prekių ženklo naudojimas tokia forma, [kai] skiriasi elementai, jeigu jie nepakeičia ženklo skiriamojo pobūdžio, kuris buvo ženklo įregistravimo metu“. Iš šios nuostatos matyti, kad įregistruotas prekių ženklas turi būti laikomas iš tikrųjų naudojamu, kai pateikiami įrodymai apie šio prekių ženklo naudojimą tokia forma, kuri siek tiek skiriasi nuo formos, kuria jis registruotas (2007 m. rugsėjo 13 d. Sprendimo *Il Ponte Finanziaria / VRDT*, C-234/06 P, EU:C:2007:514, 86 punktas).
- 54 Reikėtų pažymėti, kad Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalies antra pastraipa, kurioje nereikalaujama griežtos formos, naudojamos prekybinėje veikloje, ir formos, kuria prekių ženklas įregistruotas, atitikties, siekiama leisti šio prekių ženklo savininkui prekybinėje veikloje naudoti kelis šio žymens variantus, kurie nekeistų skiriamųjų požymių ir dėl kurių prekių ženklas geriau atitiktų prekybos atitinkamomis prekėmis ar paslaugomis ir reklamos reikalavimus (2012 m. spalio 25 d. Sprendimo *Rintisch*, C-553/11, EU:C:2012:671, 21 punktas ir 2013 m. liepos 18 d. Sprendimo *Specsavers International Healthcare ir kt.*, C-252/12, EU:C:2013:497, 29 punktas).
- 55 Vis dėlto, priešingai, nei nustatyta Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalies antros pastraipos a punkte, to paties reglamento 7 straipsnio 3 dalyje ir 52 straipsnio 2 dalyje nėra aiškiai numatytas prekių ženklo naudojimas tokia forma, kuri skiriasi nuo formos, kuria buvo siekiama prekių ženklo registracijos arba kuria jis buvo įregistruotas.
- 56 Šias skirtingas formuluotes galima paaiškinti tuo, kad šio sprendimo 55 punkte minėtos nuostatos yra grindžiamos skirtinga logika. Iš tiesų Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalies antros pastraipos a punktas taikomas tik prekių ženkams, kurie jau yra įregistruoti ir kurių skiriamasis požymis nėra ginčijamas. Taigi šiuo straipsniu leidžiama išlaikyti prekių ženklo apsaugą remiantis jo naudojimu, įskaitant ir tokia forma, kuri skiriasi nuo formos, kuria prekių ženklas buvo įregistruotas. Vis dėlto to paties reglamento 7 straipsnio 3 dalis ir 52 straipsnio 2 dalis grindžiamos idėja, kad atitinkamai žymens, neturinčio jam būdingo skiriamojo požymio, ar prekių ženklo, įregistruoto nepaisant, kad jis neturi skiriamojo požymio, naudojimas gali kai kuriais atvejais leisti šiam žymeniui ar šiam prekių ženklui būti įregistruotam ar likti įregistruotam. Kitaip tariant, Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalies antros pastraipos a punkto atspirties taškas yra prekių ženklo registracija ir šis punktas apima vėlesnį jo naudojimo tyrimą, o to paties reglamento 7 straipsnio 3 dalies ir 52 straipsnio 2 dalies atspirties taškas yra žymens naudojimas, siekiant jį įregistruoti arba išlaikyti.
- 57 Nepaisant to, šio sprendimo 54 punkte nurodytas poreikis padaryti tam tikrus prekių ženklo pakeitimus dėl jo naudojimo komerciniais tikslais taip pat galioja laikotarpiu, per kurį šis prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl to, kad buvo naudojamas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį.
- 58 Taigi naudojimo kriterijus negali būti vertinamas atsižvelgiant į skirtingus aspektus, priklausomai nuo to, ar siekiama nustatyti, ar šis kriterijus gali lemti teisių, susijusių su prekių ženklu, atsiradimą, ar tokių teisių išlaikymą. Jei žymuo gali įgyti apsaugą, taikomą prekių ženklui, dėl jo naudojimo tam tikra

forma, ši naudojimo forma turėtų užtikrinti ir šios apsaugos išsaugojimą. Todėl, kiek tai susiję su naudojimo formomis, reikalavimai, keliami tikrinant, ar prekių ženklas iš tikrųjų naudojamas, yra analogiški reikalavimams, susijusiems su žymens skiriamojo požymio įgijimu dėl naudojimo, siekiant jį įregistruoti (2013 m. balandžio 18 d. Sprendimo *Colloseum Holding*, C-12/12, EU:C:2013:253, 33 ir 34 punktai; taip pat šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. generalinės advokatės J. Kokott išvados byloje *Nestlé*, C-353/03, EU:C:2005:61, 24 punktą).

- 59 Iš to išplaukia, kad turi būti atsižvelgta į Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalyje nurodytą prekių ženklo naudojimo formą, įskaitant „element[us], jeigu jie nepakeičia ženklo skiriamojo pobūdžio“, ne tik nustatant, ar prekių ženklas buvo naudojamas iš tikrųjų, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, tačiau taip pat siekiant nustatyti, ar šis prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį.
- 60 Tiesa, kad pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį būtų netikslinga kalbėti apie skiriamojo požymio pakitimą anksčiau, nei yra nustatyta, ar prekių ženklas įgijo tokį požymį.
- 61 Vis dėlto jau yra nuspręsta, kad Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalies antros pastraipos a punktas apima situacijas, kai prekyboje naudojamas žymuo mažai skiriasi nuo formos, kokia buvo įregistruotas, ir kai abu žymenys apskritai gali būti laikomi identiškais (šiuo klausimu žr. 2015 m. gruodžio 15 d. Sprendimo *LTJ Diffusion / VRDT – Arthur et Aston (ARTHUR & ASTON)*, T-83/14, EU:T:2015:974, 18 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją ir 2016 m. rugsėjo 13 d. Sprendimo *hyphen / EUIPO – Skylovec (Daugiakampio atvaizdas)*, T-146/15, EU:T:2016:469, 27 punktą).
- 62 Kaip teisingai tvirtina ieškovė, šiomis aplinkybėmis prekių ženklo naudojimo sąvoką, kaip ji suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį, reikia aiškinti kaip apimančią ne tik prekių ženklo naudojimą tokia forma, kuri buvo nurodyta pateikiant paraišką jį įregistruoti, ar, jei taikytina, forma, kuria jis buvo įregistruotas, bet ir prekių ženklo naudojimą tokia forma, kuri tik labai nedaug skiriasi nuo minėtos formos ir kuri dėl to gali būti laikoma kaip iš esmės lygiavertė minėtai formai.
- 63 Nagrinėjamu atveju reikia pažymėti, kad Apeliacinė taryba iš esmės taikė kriterijų, nurodytą šio sprendimo 61 punkte. Iš tikrųjų Apeliacinė taryba nurodė Reglamento Nr. 207/2009 15 straipsnio 1 dalies antros pastraipos a punktą (ginčijamo sprendimo 30 punktas) ir patikslino, kad šia nuostata leidžiama atsižvelgti į žymens naudojimą tokia forma, kuri tik labai nedaug skiriasi nuo formos, kuria prekių ženklas buvo įregistruotas, kai abu žymenys gali būti laikomi iš esmės identiškais (ginčijamo sprendimo 32 punktas). Ji taip pat nurodė, kad, atsižvelgiant į šio reglamento 7 straipsnio 3 dalį, iš esmės nėra būtina, kad prekių ženklo vaizdas įrodymuose būtų tiksliai toks, koks buvo įregistruotas (ginčijamo sprendimo 69 punktas).

b) Dėl „teisės teikti alternatyvius variantus“ taikymo

- 64 Ieškovė kaltina Apeliacinę tarybą, kad ši nepaisė „teisės teikti alternatyvius variantus“, klaidingai nustatydamą, pirma, kad itin paprasto prekių ženklo atveju net nedideli pakeitimai gali lemti reikšmingą prekių ženklo savybių pasikeitimą, antra, kad naudojant šį prekių ženklą pasitelkus atvirkštinę spalvų schemą pakeičiamas šio prekių ženklo skiriamasis požymis, trečia, kad kai kuriuose įrodymuose figūruoja žymenys su dviem, o ne su trimis juostomis, ketvirta, kad įstrižų juostų naudojimu pakeičiamas šio prekių ženklo skiriamasis požymis.
- 65 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija ieškovės argumentus.

- 66 Pirmiausia reikėtų pažymėti, kad ieškovės argumentais iš esmės siekiama ginčyti tą ginčijamo sprendimo dalį, kurioje Apeliacinė taryba nagrinėjo, ar ginčijamas prekių ženklas figūruoja ieškovės pateiktuose įrodymuose (ginčijamo sprendimo 29–45 punktai). Šiuos įrodymus daugiausia sudaro paveikslėliai iš katalogų ar kitos reklaminės medžiagos, kur nurodytos prekės, pažymėtos įvairiais ženmenimis.
- 67 Išnagrinėjusi įrodymus, Apeliacinė taryba nustatė, kaip ir prieš tai padarė Anuliavimo skyrius, kad didžioji dalis ieškovės pateiktų įrodymų nėra susiję su nagrinėjamu prekių ženklu, o ne su kitais ženmenimis, kurie smarkiai skiriasi nuo šio prekių ženklo (žr. ginčijamo sprendimo 33, 42 ir 69 punktus).
- 68 Visų pirma ginčijamo sprendimo 39, 40 ir 43 punktuose Apeliacinė taryba nurodė šiuos įrodymų pavyzdžius, kurie, kaip ji manė, negalėjo įrodyti nagrinėjamo prekių ženklo naudojimo:





69 Būtent atsižvelgiant į šiuos argumentus, reikia išnagrinėti keturis ieškovės pateiktus kaltinimus dėl ginčijamo sprendimo (šio sprendimo 64 punktą) ir tada nustatyti, ar Apeliacinė taryba turėjo teisę neatsižvelgti į ieškovės pateiktus įrodymus.

1) Dėl atsižvelgimo į itin paprastą nagrinėjamo prekių ženklo pobūdį

70 Apeliacinė taryba nagrinėjamą prekių ženklą apibūdino kaip „itin paprastą“, nes šis prekių ženklas turi palyginti nedaug savybių, jį sudaro trys juodos lygiagrečios linijos, sudarančios stačiakampį baltame fone (ginčijamo sprendimo 37, 38 ir 69 punktai). Ji nustatė, kad, atsižvelgiant į itin paprastą nagrinėjamo prekių ženklo pobūdį, net ir nedideli pakeitimai gali gerokai pakeisti įregistruoto prekių ženklo savybes (ginčijamo sprendimo 69 punktą).

71 Šiuo klausimu, pirma, reikia pažymėti, kad ieškovė neginčia itin paprasto nagrinėjamo prekių ženklo pobūdžio.

72 Antra, priešingai, nei teigia ieškovė, reikia konstatuoti, kad itin paprasto prekių ženklo atveju net nedideli šio prekių ženklo pakeitimai gali sudaryti reikšmingus skirtumus, dėl kurių pakeista forma negalės būti laikoma kaip iš esmės identiška formai, kuria buvo įregistruotas minėtas prekių ženklas. Iš tiesų kuo paprastesnis prekių ženklas, tuo mažesnė tikimybė, kad jis turi skiriamąjį požymį, ir tuo daugiau šio prekių ženklo pakeitimas gali paveikti vieną iš jo esminių savybių ir taip pakeisti tai, kaip atitinkama visuomenė suvokia šį prekių ženklą (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2016 m. rugsėjo 13 d. Sprendimo *Daugiakampio vaizdas*, T-146/15, EU:T:2016:469, 33 ir 52 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).

73 Iš to matyti, kad Apeliacinė taryba nepadarė klaidos, kai atsižvelgė į itin paprastą ginčijamo prekių ženklo pobūdį.

2) Dėl spalvų schemos inversijos pasekmių

- 74 Apeliacinė taryba nurodė, kad nors nagrinėjamas prekių ženklas sudarytas iš trijų juodų juostų baltame fone, vis dėlto galima pripažinti, kad jį iš esmės sudaro „trys spalvotos juostos šviesiame fone“ (ginčijamo sprendimo 38 punktas). Kita vertus, Apeliacinė taryba tvirtino, kad visų pirma tikslinga atmesti įrodymus, kuriuose spalvų schema buvo pakeista, t. y. tuos, kuriuose yra baltos (arba šviesios) juostos juodame (arba tamsiame) fone (ginčijamo sprendimo 38 ir 42 dalys).
- 75 Ieškovė, palaikoma įstojusios į bylą asociacijos, teigia, kad, priešingai, nei nusprendė Apeliacinė taryba, ginčijamo prekių ženklo naudojimas atvirkštine spalvų schema nepakeičia šio prekių ženklo skiriamąjo požymio. Iš tiesų prekių ženklas buvo įregistruotas juodos ir baltos spalvos, nenurodant konkrečios spalvos. Iš to išplaukia, kad šio prekių ženklo naudojimas įvairiomis spalvų kombinacijomis, išlaikant pirminį kontrastą tarp trijų juostų ir fono, yra šio prekių ženklo naudojimas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį.
- 76 Šiuo atžvilgiu reikia pažymėti, kad nagrinėjamas prekių ženklas yra vaizdinis prekių ženklas, kuriame nėra žodinio elemento ir kuris turi labai nedaug savybių (šio sprendimo 36 punktas). Viena iš savybių yra trijų juodų juostų naudojimas baltame fone. Šią savybę lemia specifinis kontrastas tarp, viena vertus, trijų juodų juostų ir, kita vertus, balto fono ir baltų tarpų, skiriančių šias juostas.
- 77 Tokiomis aplinkybėmis, atsižvelgiant visų pirma į ypatingą ginčijamo prekių ženklo paprastumą ir šio sprendimo 76 punkte nurodytos savybės svarbą, spalvų schemos inversija, net išlaikant didelį kontrastą tarp trijų juostų ir fono, negali būti suprantama kaip nereikšmingas pakeitimas, palyginti su forma, kuria buvo įregistruotas prekių ženklas.
- 78 Iš to matyti, kad Apeliacinė taryba turėjo teisę atmesti įrodymus, kuriuose nurodomas ne nagrinėjamas prekių ženklas, bet kiti žymenys, sudaryti iš trijų baltų (arba šviesių) juostų juodame (arba tamsiame) fone.
- 79 Ši išvada, kuri visų pirma susijusi su paveikslėliais, nurodytais šio sprendimo 68 punkte, išskyrus du vaizdus, kuriuose yra trys lygiagrečios juodos juostos, glaudžiai susietos su logotipu, kurį sudaro žodis „adidas“, negali būti paneigta kitais ieškovės ir įstojusios į bylą asociacijos argumentais.
- 80 Pirma, ieškovė tvirtina, kad Apeliacinės tarybos pozicija prieštarauja tam tikrų nacionalinių teismų, ypač dviejų Vokietijos teismų ir vieno Prancūzijos teismo, požiūriui. Šie teismai nepadarė jokių išvadų, kiek tai susiję su atvirkštine spalvų schema.
- 81 Šiuo klausimu reikia priminti, kad Sąjungos prekių ženklų sistema yra autonominė sistema, sudaryta iš taisyklių visumos, ir ja siekiama jai būdingų tikslų, o jos taikymas nepriklauso nuo jokios nacionalinės sistemos (2007 m. spalio 25 d. Sprendimo *Develey / VRDT*, C-238/06 P, EU:C:2007:635, 65 punktas). Taigi prašomas įregistruoti prekių ženklas turi būti vertinamas remiantis tik atitinkamais Sąjungos teisės aktais, o nacionalinių teismų sprendimai jokių būdu negali paneigti ginčijamo sprendimo teisėtumo (2014 m. spalio 22 d. Nutarties *Repsol YPF / VRDT*, C-466/13 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2014:2331, 90 punktas; šiuo klausimu taip pat žr. 2008 m. lapkričio 12 d. Sprendimo *Lego Juris / VRDT – Mega Brands (Raudona Lego detalė)*, T-270/06, EU:T:2008:483, 91 punktą).
- 82 Antra, ieškovė tvirtina, kad, laikydamosi Apeliacinės tarybos priimto požiūrio, ji patektų į „neįmanomą situaciją“ dėl 2013 m. lapkričio 28 d. Antrosios apeliacinės tarybos sprendime (byla *adidas / Shoe Branding Europe BBVA*, R 1208/2012-2, 78 punktas) padarytos išvados. Šiame sprendime Antroji apeliacinė taryba nusprendė, kad kitas ieškovės prekių ženklas, vaizduojantis baltas juostas juodame fone, turėtų būti žymimas ant prekės toks, koks jis yra, t. y. juodo stačiakampio su baltomis juostomis forma. Ieškovės teigimu, atsižvelgiant į minėto sprendimo ir ginčijamo sprendimo derinį, darytina išvada, kad praktiškai ji negalėtų remtis nei prekių ženklo naudojimo forma, sudaryta iš trijų juodų juostų baltame fone, nei forma, sudaryta iš trijų baltų juostų juodame fone.

- 83 Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad dėl su teisiniu saugumu ir, konkrečiai kalbant, geru administravimu, susijusių priežasčių visi prašymai dėl registracijos pripažinimo negaliojančia turi būti nagrinėjami griežtai ir išsamiai, siekiant, kad prekių ženklai neliktų netinkamai įregistruoti. Šis nagrinėjimas turi būti atliekamas kiekvienu konkrečiu atveju. Iš tikrųjų žymens registracija kaip prekių ženklo priklauso nuo konkrečių kriterijų, kurie taikomi atsižvelgiant į faktines nagrinėjamo atvejo aplinkybes ir kurie skirti patikrinti, ar nagrinėjamas žymuo nepatenka į atmetimo pagrindų taikymo sritį (pagal analogiją žr. 2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 77 punktą). Iš to išplaukia, kad šioje byloje ieškovė negali remtis pasekmėmis, kurių jai gali turėti atskiras EUIPO sprendimas dėl kito žymens nei nagrinėjamas prekių ženklas. Be to, reikia priminti, kad 2013 m. lapkričio 28 d. sprendimas, darant prielaidą, kad jis turėjo tokias pasekmes ir reikšmę, kaip nurodo ieškovė, buvo panaikintas 2015 m. gegužės 21 d. Sprendimu *adidas / VRDT – Shoe Branding Europe (Dvi lygiagrečios juostos ant bato)* (T-145/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:303).
- 84 Trečia, ieškovė remiasi keliais sprendimais, kuriuose Bendrasis Teismas nusprendė, kad tam tikrų prekių ženklų naudojimas pasitelkiant skirtingus spalvų derinius, įskaitant atvirkštinę spalvų schemą, nepakeičia šių prekių ženklų skiriamojo požymio. Kalbant apie konkrečius sprendimus šioje byloje ir, atsižvelgiant į šio sprendimo 83 punkte nurodytą jurisprudenciją, toks argumentas negali būti priimtinas šiuo atveju. *A fortiori*, kalbant apie atskirą klausimą, ieškovė negali remtis kitais sprendimais, kuriuose Bendrasis Teismas konstatavo, kad atvirkštinė spalvų schema netrukdo tam, kad kai kuriais atvejais du prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, būtų laikomi panašiais, siekiant taikyti Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą (dabar – Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 1 dalies b punktas).
- 85 Ketvirta, ieškovė ir įstojusi į bylą asociacija tvirtina, kad Apeliacinė taryba, laikydamosi nuomonės, jog reikia atsižvelgti į prekių ženklo paprastumo ar sudėtingumo laipsnį ir nustatyti, kad naudojamas žymuo nėra identiškas, kai naudojama atvirkštinė spalvų schema, pažeidė Reglamento Nr. 207/2009 4 straipsnyje įtvirtintą principą, kuriuo remiantis visi žymenys, kuriuos galima pavaizduoti grafiškai, gali iš esmės sudaryti Europos Sąjungos prekių ženklus. Jų teigimu, tokia nuomonė reikštų, kad tam tikriems žymenims, pavyzdžiui, sudarytiems iš rašto, arba tiems, kurie yra įregistruoti balta ir juoda spalvomis ir paskui naudojami skirtingomis formomis ir pasitelkiant skirtingas spalvas, automatiškai nebūtų taikoma Europos Sąjungos prekių ženklų apsauga.
- 86 Šiuo klausimu reikia priminti, kad pagal Reglamento Nr. 207/2009 4 straipsnį šioje nuostatoje nurodyti žymenys gali sudaryti Europos Sąjungos prekių ženklą tik jeigu jie leidžia atskirti vienos įmonės prekes ar paslaugas nuo kitų įmonių prekių ar paslaugų. Be to, Apeliacinės tarybos požiūris, pagal kurį, atsižvelgiant į nagrinėjamo prekių ženklo savybes, reikia patikrinti, ar prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį jį naudojant, iš principo neprieštarauja tam, kad tam tikros žymenų kategorijos būtų įregistruotos kaip Europos Sąjungos prekių ženklai. Iš to išplaukia, kad toks vertinimas nepažeidžia Reglamento Nr. 207/2009 4 straipsnio.
- 87 Penkta, ieškovė ir įstojusi į bylą asociacija remiasi tuo, kad Apeliacinės tarybos požiūris gali turėti neproporcingą poveikį prekių ženklų savininkams. Jos teigia, kad, jei minėtas požiūris būtų patvirtintas, prekių ženklų savininkams būtų sunku įrodyti, kad jų prekių ženklai, įskaitant tuos, kuriais žymimi drabužiai, įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo, todėl jie praktiškai būtų verčiami sistemingai registruoti visus savo prekių ženklus atvirkštinėmis spalvų schemomis bei skirtingomis spalvų kombinacijomis.
- 88 Vis dėlto, viena vertus, reikia priminti, kad Apeliacinės tarybos privalo taikyti Reglamento Nr. 207/2009 nuostatas ir visų pirma atsisakyti įregistruoti ar pripažinti prekių ženklų, neturinčių skiriamojo požymio, registracijas negaliojančiomis, neatsižvelgiant į nepatogumus, kurių dėl to patirtų prekių ženklų savininkai. Kita vertus, Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktas atspindi bendrąjį interesą, kuris akivaizdžiai neatsiejamas nuo esminės prekių ženklo funkcijos – garantuoti vartotojui ar galutiniam naudotojui prekių ženklu žymimos prekės ar paslaugos kilmės tapatybę ir taip

suteikti galimybę jo neklaidinant atskirti šią prekę ar paslaugą nuo kitos kilmės prekių ir paslaugų (2004 m. rugsėjo 16 d. Sprendimo *SAT.1 / VRDT*, C-329/02 P, EU:C:2004:532, 27 punktą ir 2008 m. gegužės 8 d. Sprendimo *Eurohypo / VRDT*, C-304/06 P, EU:C:2008:261, 56 punktą). Atsižvelgiant į šį bendrojo intereso tikslą, Reglamento Nr. 207/2009 taikymo pasekmės prekių ženklų savininkui negali būti laikomomis pernelyg didelėmis. Taigi požiūris, kurio laikėsi Apeliacinė taryba, nėra nesuderinamas su proporcingumo principu.

3) Dėl paveikslėlių, kuriuose vaizduojamos dvi juodos juostos baltame fone

- 89 Apeliacinė taryba pažymėjo, kad kai kuriuose ieškovės pateiktuose paveikslėliuose vaizduojami žymenys ne su trimis, o tik su dviem lygiagrečiomis juodomis (arba tamsiomis) juostomis, kontrastuojančiomis su baltu (arba šviesiu) fonu (ginčijamo sprendimo 39, 41 ir 42 punktai). Tai visų pirma pasakytina apie pirmuosius devynis paveikslėlius, pateiktus šio sprendimo 68 punkte.
- 90 Ieškovė ginčija šį Apeliacinės tarybos teiginį. Pirma, Apeliacinė taryba prieštarauja pati sau, padarydama tokią išvadą tik dėl dalies iš nurodytų paveikslėlių. Antra, aptariamuose paveikslėliuose atkartoti žymenys, kuriuose yra ne dvi juodos (arba tamsios) juostos baltame (arba šviesiame) fone, bet trys baltos (arba šviesios) juostos juodame (arba tamsiame) fone.
- 91 Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad net pripažįstant, jog, kaip tvirtina ieškovė, aptariamuose paveikslėliuose iš tiesų vaizduojami žymenys, sudaryti iš trijų baltų (arba šviesių) juostų juodame (arba tamsiame) fone, vis tiek reikia pripažinti, kad šiais paveikslėliais rodomas nagrinėjamo prekių ženklo naudojimas tokiomis formomis, kai spalvų schema yra atvirkštinė. Tokiomis aplinkybėmis šie įrodymai bet kuriuo atveju turi būti atmesti dėl priežasčių, nurodytų šio sprendimo 77 ir 78 punktuose.
- 92 Vadinasi, tai, kad Apeliacinė taryba klaidingai teigė, kad tam tikruose paveikslėliuose pateikti žymenys, sudaryti iš dviejų juodų (arba tamsių) juostų baltame (arba šviesiame) fone, neturi jokio poveikio ginčijamo sprendimo teisėtumui.

4) Dėl paveikslėlių, kuriuose pateikiamos įstrižos juostos

- 93 Kiek tai susiję su dešimtuoju šio sprendimo 68 punkte pateiktu paveikslėliu, Apeliacinė taryba pažymėjo, kad šiame paveikslėlyje vaizduojamas sportininkas, vilkintis drabužiais, pažymėtais prekių ženklu su trimis juostomis; vis dėlto juostos jame yra pasvirusios kampu, kuris yra kitoks nei nagrinėjamo prekių ženklo formoje, kuria šis buvo įregistruotas (ginčijamo sprendimo 41 punktą). Ji nurodė, kad tokiu atveju nebuvo paisoma nagrinėjamo prekių ženklo „matmenų“ (ginčijamo sprendimo 42 punktą).
- 94 Ieškovė ginčija galimybę atmesti paveikslėlius tik dėl to, kad pateiktos juostos yra pasvirusios. Ji teigia, kad juostos, žymimos ant prekių, kurias vilki sportininkai, ir kad jų pakrypimas ir kryptis priklauso nuo šių atletų judesių bei prekių sulankstymo ir pateikimo. Siekdama iliustruoti savo argumentus ieškovė savo ieškinyje pateikė keturis paveikslėlius, kuriuose vaizduojami judantys sportininkai, vilkintys drabužius, pažymėtus prekių ženklu, sudarytu iš trijų lygiagrečių juostų, kurios nėra vertikalios, bet pasvirusios.
- 95 Šiuo klausimu, pirma, reikėtų pažymėti, kad šio sprendimo 93 punkte minimame paveikslėlyje, kurį atmetė Apeliacinė taryba, vaizduojamas žymuo, kurio spalvų schema yra atvirkštinė. Tas pats pasakytina apie keturis paveikslėlius, minėtus šio sprendimo 94 punkte ir kuriais remiasi ieškovė. Tokiomis aplinkybėmis bet kuriuo atveju šie penki paveikslėliai turi būti atmesti dėl priežasčių, nurodytų šio sprendimo 77 ir 78 punktuose.

- 96 Antra, ieškovė nenurodo jokio paveikslėlio, vaizduojančio prekių ženklą, sudarytą iš trijų juostų laikantis spalvų schemos, ir kurią Apeliacinė taryba būtų atmetusi arba neatsižvelgusi į ją vien dėl to, kad vaizduojamos juostos yra įstrižos.
- 97 Taigi ieškovė negali pagrįstai priekaištauti Apeliacinei tarybai, kad ši nustatė, jog kai kuriuose paveikslėliuose pateiktos juostos yra įstrižos.

5) Išvada dėl „teisės teikti alternatyvius variantus“ taikymo

- 98 Ieškovė nekritikuoja Apeliacinės tarybos analizės, kiek tai susiję su įvairiais ieškovės pateiktais paveikslėliais, ypač pateiktais šio sprendimo 68 punkte.
- 99 Visų pirma ieškovė neginčija to, kad Apeliacinė taryba atmetė paskutinius keturis paveikslėlius, pateiktus šio sprendimo 68 punkte. Šiuose paveikslėliuose vaizduojami sudėtiniai žymenys, kuriuos sudaro logotipas, sudarytas iš pavadinimo „adidas“ ir vaizdinio elemento, kuriį sudaro trys juostos trikampyje, trilapiame dobile ar apvalioje formoje. Be to, ieškovė per posėdį aiškiai pripažino, kad tokie paveikslėliai nėra reikšmingi.
- 100 Antra, ieškovė neginčija to, kad tam tikruose paveikslėliuose vaizduojamos batų, pažymėtų žymeniu, sudarytu iš trijų lygiagrečių šviesios spalvos juostų, kurios yra aiškiai storesnės ir trumpesnės nei tos, kurios sudaro nagrinėjamą prekių ženklą tokios formos, kuria šis buvo įregistruotas, ir nukirptos įstrižai, nuotraukos. Tai ypač taikoma trimis batų paveikslėliams, pateiktiems šio sprendimo 68 punkte ir atmetiems ginčijamo sprendimo 41 ir 42 punktuose. Be to, kad šioje situacijoje nesilaikoma spalvų schemos, dar ir kartu pakeistas juostų storis, ilgis, ir tai, kaip jos nukirptos, o tai ženkliai įtakoja keletą šio sprendimo 36 punkte apibūdintų nagrinėjamo prekių ženklo savybių.
- 101 Taigi šio sprendimo 99 ir 100 punktuose nurodyti paveikslėliai yra susiję su tokiais prekių ženklo naudojimo formomis, kurios skiriasi nuo tos, kuria buvo įregistruotas nagrinėjamas prekių ženklas. Nustatyti skirtumai nėra nereikšmingi, todėl nagrinėjamos naudojimo formos negali būti laikomos lygiavertėmis nagrinėjamo prekių ženklo formai, kuria jis buvo įregistruotas.
- 102 Be to, nors ieškovė rėmėsi, ypač per posėdį, galimybe naudoti nagrinėjamą prekių ženklą tokia forma, kuri neatitinka šio sprendimo 36 ir 37 punktuose nurodytos proporcijos (maždaug 5:1), iš ginčijamo sprendimo motyvų neatrodo, kad Apeliacinė taryba atmetė nagrinėjamo prekių ženklo naudojimo formas tik todėl, kad jos neatitiko šios proporcijos.
- 103 Tokiomis aplinkybėmis neatrodo, kad Apeliacinės tarybos išvada, jog žymenys, esantys didžiojoje dalyje pateiktų paveikslėlių, smarkiai skiriasi nuo nagrinėjamo prekių ženklo formos, kuria jis buvo įregistruotas, yra klaidinga. Taigi Apeliacinė taryba teisingai atmetė šiuos paveikslėlius, remdamasi tuo, kad jie susiję su žymenimis, kurie nėra nagrinėjamas prekių ženklas. Tai reiškia, kad ieškovė negali pagrįstai remtis „teisės teikti alternatyvius variantus“ pažeidimu.
- 104 Vadinas, reikia atmesti antrąjį argumentą, taip pat ir visą vienintelio pagrindo pirmą dalį.

C. Dėl antros dalies, grindžiamos vertinimo klaida, kiek tai susiję su skiriamąjo požymio įgijimu dėl naudojimo

- 105 Antroje ieškinio pagrindo dalyje ieškovė iš esmės tvirtina, kad Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą, nusprendusi, kad ieškovė neįrodė, jog nagrinėjamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo Sąjungoje.

- 106 Ieškovė teigia, kad pateikė daug įrodymų, kurie turi būti vertinami visapusiškai ir nepriklausomai nuo vaizduojamų juostų spalvos, ilgio ir pasvirimo. Šiais įrodymais patvirtinamas „prekių ženklo su trimis lygiagrečiomis ir vienodai viena nuo kitos nutolusiomis juostomis“ intensyvus naudojimas bei tai, kad atitinkama visuomenė atpažįsta šį prekių ženklą ir jį suvoks kaip nuorodą į ieškovės prekes. Šie įrodymai yra susiję su visa Sąjungos teritorija, net jei kalbėtume vien apie įrodymus, vaizduojančius nagrinėjamą prekių ženklą ta forma, kuria jis buvo įregistruotas.
- 107 Pirmiausia reikia pažymėti, kad, siekdama įrodyti, kad nagrinėjamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį, ieškovė negali remtis visais įrodymais, kuriuose vaizduojamas prekių ženklas, kurį sudaro trys lygiagrečios, vienodai viena nuo kitos nutolusios juostos. Iš tikrųjų iš atsakymo į pirmą ieškinio pagrindo dalį matyti, kad reikšmingi įrodymai yra tik tie, kuriuose vaizduojamas nagrinėjamas prekių ženklas ta forma, kuria buvo įregistruotas, arba, jei tokių nėra, tokiomis formomis, kurios yra iš esmės lygiavertės, o tai reiškia, kad neapimamos naudojimo formos, kurioms būdinga atvirkštinė spalvų schema arba kurios neatitinka kitų nagrinėjamo prekių ženklo pagrindinių savybių.
- 108 Tokiomis aplinkybėmis, pirmiausia reikia nustatyti, ar Apeliacinė taryba teisingai įvertino įvairių jai ieškovės pateiktų įrodymų svarbą, siekdama nustatyti, kad nagrinėjamas prekių ženklas buvo naudojamas ir įgijo skiriamąjį požymį. Antra, atsižvelgiant į visus pateiktus įrodymus, reikės išnagrinėti, ar Apeliacinė taryba teisingai konstatavo, kad šie įrodymai nebuvo pateikti, kiek tai susiję su atitinkama geografinė teritorija, t. y. Sąjungos teritorija.

1. Dėl pateiktų įrodymų svarbos

- 109 Iš suformuotos jurisprudencijos matyti, kad siekiant įvertinti, ar prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo, gali būti atsižvelgta į rinkos dalį, kurioje prekių ženklas naudojamas, šio prekių ženklo naudojimo dažnumą, geografines ribas ir trukmę, įmonės investicijų, skirtų šio prekių ženklo reklamai, dydį, į tai, kiek yra suinteresuotųjų asmenų, kurie dėl prekių ženklo atskiria prekę ar paslaugą kaip konkrečios įmonės prekę ar paslaugą, taip pat į prekybos ir pramonės rūmų ar kitų profesinių asociacijų pareiškimus (1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee* C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 51 punktą ir 2002 m. birželio 18 d. Sprendimo *Philips*, C-299/99, EU:C:2002:377, 60 punktą).
- 110 Taigi prekių ženklo užimama rinkos dalis, kaip ir nagrinėjamų prekių rinkos reklaminių išlaidų apimties dalis, kurią atitinka reklaminės prekių ženklo populiarinimo išlaidos, taip pat gali būti tinkamos nuorodos vertinant, ar šis prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo (2006 m. birželio 22 d. Sprendimo *Storck / VRDT*, C-25/05 P, EU:C:2006:422, 76 ir 77 punktai).
- 111 Elementai, paminėti šio sprendimo 109 ir 110 punktuose turi būti vertinami visapusiškai (1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 49 punktą ir 2005 m. liepos 7 d. Sprendimo *Nestlé*, C-353/03, EU:C:2005:432, 31 punktą).
- 112 Jei remiantis tokiais elementais galima teigti, kad suinteresuotoji visuomenė ar bent jau didelė jos dalis pagal prekių ženklą prekę identifikuoja kaip pagamintą tam tikros įmonės, reikia daryti išvadą, kad yra tenkinama Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalies sąlyga (pagal analogiją žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 52 punktą).
- 113 Šioje byloje ieškovės pateikti įrodymai gali būti suskirstyti į kelias kategorijas, būtent: pirma, paveikslėliai, kurie jau buvo minėti nagrinėjant pirmą pagrindo dalį, antra, duomenys, susiję su apyvarta ir reklamos bei rinkodaros išlaidomis, trečia, rinkos tyrimai ir, ketvirta, kiti įrodymai.

a) Dėl paveikslėlių

- 114 Ieškovės pateiktų paveikslėlių analizė iš esmės kelia abejonių dėl šių įrodymų reikšmingumo.

- 115 Iš tikrųjų, pirma, iš pirmos ieškinio pagrindo dalies matyti, jog Apeliacinė taryba teisingai atmetė didžiąją dalį ieškovės EUIPO pateiktų paveikslėlių, remdamasi tuo, kad šie vaizdai, ir ypač tie, kurie atkartoti ginčijamame sprendime, buvo susiję su žymenimis, iš esmės nelygiaverčiais nagrinėjamo prekių ženklo formai, kuria jis buvo įregistruotas.
- 116 Tiesa, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 106 punkte, ieškovė tvirtina, kad Bendrajame Teisme ji pateikė „labai daug“ įrodymų, kuriuose nagrinėjamas prekių ženklas vaizduojamas „visiškai“ arba „beveik“ tokiais pačiais „matmenimis“ kaip ir esantys nagrinėjamo prekių ženklo formoje, kuria jis buvo įregistruotas.
- 117 Vis dėlto iš įrodymų, pridėtų ieškinio priede, nematyti, kad juose būtų daug įrodymų, vaizduojančių žymenis, iš esmės lygiaverčius nagrinėjamo prekių ženklo formai, kuria jis buvo įregistruotas. Reikėtų priminti, kad, pirma, ieškovė pateikė EUIPO beveik 12 000 puslapių įrodymų, ir, antra, kad tiek Anuliavimo skyrius, tiek Apeliacinė taryba kritikavo tai, kad ji nepateikė paties nagrinėjamo prekių ženklo naudojimo įrodymų. Vis dėlto reikia konstatuoti, kad Bendrajame Teisme ieškovė iš visų vykstant procedūrai EUIPO pateiktų paveikslėlių nenurodė tų, kurie leistų nustatyti prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimą ta forma, kuria jis buvo įregistruotas, arba iš esmės lygiavertėmis formomis.
- 118 Antra, reikėtų pažymėti, kad kai kuriuose Apeliacinės tarybos atmestuose paveikslėliuose (įskaitant pirmus tris paveikslėlius, pateiktus šio sprendimo 68 punkte) vaizduojamas prekių ženklas su trimis juostomis ant sportinių krepšių, kurie nepriklauso nagrinėjamoms prekėms. Taigi, atsižvelgiant į šio sprendimo 20 punkte nurodytą jurisprudenciją, tokie įrodymai bet kuriuo atveju nėra reikšmingi.
- 119 Trečia, nors tam tikri ieškovės pateikti paveikslėliai atitinka nagrinėjamą prekių ženklą, todėl jais remiantis galima nustatyti tam tikrą šio prekių ženklo naudojimą, vis dėlto šie paveikslėliai, nesant jokių kitų aplinkybių, nepateikia jokios nuorodos nei dėl tokio naudojimo masto ir trukmės, nei dėl tokio naudojimo poveikio tam, kaip šį prekių ženklą suvokia atitinkama visuomenė. Vadinasi, šiais paveikslėliais negalima įrodyti, kad tokio naudojimo pakanka, kad didelė atitinkamos visuomenės dalis pagal nagrinėjamą prekių ženklą galėtų identifikuoti prekę kaip pagamintą atitinkamos įmonės.

b) Dėl duomenų, susijusių su apyvarta, reklamos bei rinkodaros išlaidomis

- 120 Visų pirma ieškovė pateikė EUIPO priesaika patvirtintą pareiškimą, kuriame yra pristatomas „prekės ženklas adidas“ arba „trijų juostų prekių ženklas“ ir kuriame pateikiami, kiek tai susiję su visomis 28 Sąjungos valstybėmis narėmis, duomenys, susiję su ieškovės valdomos įmonės apyvarta ir su šios įmonės patirtomis išlaidomis rinkodarai ir reklamai. Šiame priesaika patvirtintame pareiškime nurodoma, kad beveik visos įmonės parduodamos prekės yra pažymėtos „trijų juostų prekių ženklu“ ir kad didžiojoje daugumoje jos reklamos priemonių yra vaizduojamas šis prekių ženklas. Šiame pareiškime taip pat pateikiama informacija apie „prekių ženklo adidas“ rinkos dalis kai kuriose valstybėse narėse, t. y. Vokietijoje, Prancūzijoje, Lenkijoje ir Jungtinėje Karalystėje. Be to, jame apibendrinama ieškovės rėmimo veikla sporto renginių ir varžybų kontekste.
- 121 Kaip ir Anuliavimo skyrius, Apeliacinė taryba pripažino „įspūdingus“ skaičius, pateiktus priesaika patvirtintame pareiškime (ginčijamo sprendimo 46 punktas). Šiuo klausimu nėra jokių abejonių, kad ieškovė intensyviai ir ilgai naudojo kai kuriuos savo prekių ženklus Sąjungoje ir daug investavo į šių prekių ženklų reklamą.
- 122 Vis dėlto Apeliacinė taryba teisingai pažymėjo, kad nėra įmanoma nustatyti ryšio tarp ieškovės pateiktų skaičių ir nagrinėjamo prekių ženklo bei tarp šių duomenų ir nagrinėjamų prekių (ginčijamo sprendimo 46 ir 70 punktai).

- 123 Iš tikrųjų ieškovės pateikti duomenys yra susiję su visa įmonės veikla, t. y. įskaitant visas prekes ir visus prekių ženklus. Jie apima, pirma, nesusijusių prekių, pavyzdžiui, sporto krepšių, pardavimus ir reklamą (žr. šio sprendimo 118 punktą) ir, antra, prekių, žymimų kitais nei nagrinėjamas prekių ženklas žymenimis, prekybą ir reklamą.
- 124 Be to, daugelis sporto rinkodaros ir reklaminės medžiagos pavyzdžių, kuriais ieškovė rėmėsi EUIPO ir pateikė ieškinyje arba ieškinio priede, susiję su trijų juostų žymenimis, kurie dėl atvirkštinės spalvų schemos nėra iš esmės lygiaverčiai nagrinėjamo prekių ženklo formai, kuria šis buvo įregistruotas.
- 125 Šiomis aplinkybėmis duomenys, susiję su apyvarta ir reklamos bei rinkodaros išlaidomis, neleidžia nustatyti, kad nagrinėjamas prekių ženklas buvo naudojamas ir kad dėl naudojimo įgijo skiriamąjį požymį.

c) Dėl rinkos tyrimų

- 126 Ieškovė pateikė EUIPO 23 rinkos tyrimus, atliktus nuo 1983 m. iki 2011 m. Vokietijoje, Estijoje, Ispanijoje, Prancūzijoje, Italijoje, Nyderlanduose, Rumunijoje, Suomijoje, Švedijoje ir Jungtinėje Karalystėje.
- 127 Apeliacinė taryba iš esmės nusprendė: kadangi daugelis ieškovės pateiktų rinkos tyrimų nėra susiję su nagrinėjamo prekių ženklo forma, kuria jis buvo įregistruotas, šie tyrimai nėra svarbūs siekiant nustatyti, kad nagrinėjamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo susijusių Sąjungos valstybių narių teritorijose (ginčijamo sprendimo 48–50 punktai).
- 128 Atsižvelgiant į tai, iš ieškovės EUIPO pateiktų tyrimų reikia išskirti dvi rinkos tyrimų kategorijas.
- 129 Pirma, reikia pažymėti, kad Bendrajame Teisme ieškovė aiškiai mini ir iš naujo pateikia 5 rinkos tyrimus, atliktus nuo 2009 m. iki 2011 m. Vokietijoje, Estijoje, Ispanijoje, Prancūzijoje ir Rumunijoje. Šie rinkos tyrimai buvo atlikti naudojant tą patį metodą ir remiantis grafiniu vaizdu, identišku pateiktam šio sprendimo 2 punkte. Šie tyrimai, naudojant klausimyną, be kita ko, padėjo nustatyti nagrinėjamo prekių ženklo „skiriamojo požymio laipsnį“, apibrėžiamą kaip apklaustų asmenų, suvokiančių šį prekių ženklą kaip priklausančią vienai įmonei, kai jis naudojamas kalbant apie sportinę aprangą ir sporto įrangą, proporcija. Remiantis minėtų rinkos tyrimų rezultatais, kiek tai susiję su plačiąja visuomene, skiriamojo požymio laipsnis Vokietijoje yra 57%, Estijoje – 48,3 %, Ispanijoje – 47,1 %, Prancūzijoje – 52,0 %, o Rumunijoje – 30,6%. Kiek susiję su specialią žinių turinčia visuomene, kuri perka ar naudoja, arba kuri yra linkusi pirkti arba naudoti sporto aprangą arba sporto įrangą, skiriamojo požymio laipsnis yra aukštesnis ir siekia 63,5 % Vokietijoje, 52,4 % Estijoje, 62,7 % Ispanijoje, 62,7 % Prancūzijoje ir 43,2 % Rumunijoje.
- 130 Taigi iš penkių rinkos tyrimų, nurodytų šio sprendimo 129 punkte, matyti, pirma, kad jie susiję su ginčijamo prekių ženklo formos, kuria jis buvo įregistruotas, naudojimu ir, antra, kad jais konkrečiai vertinama, kaip atitinkama visuomenė suvokia šį prekių ženklą. Be to, nei Apeliacinė taryba, nei EUIPO, nei įstojusi į bylą šalis neginčijo metodologijos, kuri buvo naudota atliekant šiuos rinkos tyrimus. Atsižvelgiant į tai, darytina išvada, kad minėti tyrimai iš esmės yra reikšmingi, siekiant nustatyti, kad ginčijamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo.
- 131 Vis dėlto reikėtų pažymėti, kad, atliekant šio sprendimo 129 punkte minėtus penkis rinkos tyrimus, dalyvių iš pradžių buvo klausama, ar jie jau buvo susidūrę su šiuo prekių ženklu, kiek tai susiję su sportine apranga arba sporto įranga. Atsižvelgiant į tai, kad ieškovė itin pabrėžia nagrinėjamo prekių ženklo naudojimą vykstant sportinėms veikloms ar varžyboms, negalima atmesti galimybės, kad šio išankstinio klausimo pateikimas palengvino apklaustiems asmenims išvelgti sąsają tarp šio prekių ženklo ir konkrečios įmonės. Tokiomis aplinkybėmis, kiek tai susiję su nagrinėjamomis prekėmis, šio sprendimo 129 punkte nurodytų rinkos tyrimų reikšmė turėtų būti vertinama atsargiau.

- 132 Antra, savo rašytiniuose dokumentuose ieškovė apsiriboja kitų 18 rinkos tyrimų nurodymu ir pažymėjimu, kad Apeliacinė taryba bendrai atmetė šiuos rinkos tyrimus.
- 133 Vis dėlto reikėtų pažymėti, kad šie 18 rinkos tyrimų buvo atlikti dėl žymenų, kurie iš esmės nėra lygiaverčiai nagrinėjamo prekių ženklo formai, kuria jis buvo įregistruotas, būtent dėl atvirkštinės spalvų schemos arba dėl kitų nagrinėjamo prekių ženklo pagrindinių savybių pakeitimo, pavyzdžiui, juostų skaičiaus.
- 134 Pavyzdžiui, kai kurie tyrimai, atlikti Vokietijoje 1983 m., Ispanijoje – 1986 m., 1991 m., 2008 m. ir 2009 m., Prancūzijoje – 2011 m., Italijoje – 2009 m., Suomijoje – 2005 m., Švedijoje – 2003 m. ir Jungtinėje Karalystėje – 1995 m., yra susiję su žymenimis, sudarytais iš dviejų, trijų arba keturių lygiagrečių juostų ant bato. Šios juostos, kurių ilgis, plotis ir spalva skiriasi, yra visada tam tikru būdu žymimos ant bato ir nukirptos įstrižai (pavyzdžiui, žr. šio sprendimo 68 punkte pateiktus ir šio sprendimo 100 punkte minimus paveikslėlius).
- 135 Kiti rinkos tyrimai, atlikti 2001 m. ir 2004 m. Vokietijoje, 1995 m. Ispanijoje, 2004 m. ir 2009 m. Italijoje ir 2004 m. Nyderlanduose, susiję su žymenimis, kuriuos sudaro dvi ar trys baltos juostos ant juodos spalvos drabužių. Tyrimas, atliktas 2004 m. Nyderlanduose, taip pat susijęs su prekių ženklais, kuriuos sudaro dvi juodos juostos ant baltos spalvos drabužių. Be to, kai kurie šių tyrimų yra susiję su galimybės supainioti, kurią sukelia vaizduojamų žymenų naudojimas, egzistavimu, o ne su tuo, kad jie įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo.
- 136 Galiausiai kai kurie rinkos tyrimai, atlikti 1984 m. Vokietijoje ir 1991 m. Ispanijoje, yra susiję ne su grafiniu vaizdinio prekių ženklo vaizdu, bet tik su žodžiais „trys juostos“ vokiečių ir ispanų kalbomis.
- 137 Šiomis aplinkybėmis ieškovė negali pagrįstai skųstis, kad Apeliacinė taryba atmetė 18 rinkos tyrimų, nurodytų šio sprendimo 132–136 punktuose.

d) Dėl kitų įrodymų

- 138 Ieškovė taip pat pateikė daug kitų įrodymų EUIPO ir vėliau Bendrajame Teisme, visų pirma nacionalinių teismų sprendimų ar spaudos iškarpų, kuriose akcentuojamas jos „trijų juostų prekių ženklo“ geras vardas.
- 139 Vis dėlto ieškinio pagrindo antroje dalyje ieškovė aiškiai ir konkrečiai nesiremia šiais įrodymais. Visų pirma ji nenurodo, kurie nacionalinių teismų sprendimai ir iškarpos iš spaudos būtų svarbūs siekiant ginčyti Apeliacinės tarybos atliktą vertinimą, kiek tai susiję su ginčijamo prekių ženklo skiriamąjo požymio įgijimu.
- 140 Tiesa, pirmoje vienintelio pagrindo dalyje ieškovė remiasi, pirma, dviem sprendimais, priimtais Vokietijos teismų, ir, antra, vienu sprendimu, kurį priėmė Prancūzijos teismas ir kuris buvo patvirtintas apeliacine tvarka. Šiais sprendimais, kurie minėti šio sprendimo 80 punkte ir pateikti ieškinio A.8 priede, jau buvo pripažintas ieškovės prekių ženklų geras vardas ir skiriamasis požymis bei tai, kad jie buvo naudojami iš tikrųjų.
- 141 Vis dėlto reikia pažymėti, pirma, kad dviejuose Vokietijos teismų sprendimuose bendrai daroma nuoroda į ieškovės „trijų juostų prekių ženklus“, ir, antra, kad Prancūzijos teismo sprendimas buvo susijęs su prekių ženklu, kurį sudaro trys baltos juostos ant bato, kontrastuojančios su juodu fonu. Taigi, kadangi šie sprendimai nėra susiję su tokiais naudojimo formomis, kurios gali būti laikomos lygiavertėmis nagrinėjamo prekių ženklo formai, kuria jis buvo įregistruotas, jie nėra reikšmingi, siekiant nustatyti, kad šis prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo.

2. Dėl įrodymų, susijusių su nagrinėjamo prekių ženklo naudojimu, ir dėl to, kad jis igijo skiriamąjį požymį visoje Sąjungoje

- 142 Reikia priminti, kad, kaip nurodyta Reglamento Nr. 207/2009 1 straipsnio 2 dalyje (dabar – Reglamento 2017/1001 1 straipsnio 2 dalis), Europos Sąjungos prekių ženklas turi vieningą statusą ir vienodą galią visoje Sąjungoje.
- 143 Iš vienodo Europos Sąjungos prekių ženklo statuso matyti, jog tam, kad žymenį būtų leista įregistruoti, jis turi turėti jam būdingą arba dėl naudojimo įgytą skiriamąjį požymį visoje Sąjungoje (2018 m. liepos 25 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé ir kt. / Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P ir C-95/17 P, EU:C:2018:596, 68 punktas).
- 144 Vadinasi, prekių ženklas, kuris neturi skiriamąjo požymio visose valstybėse narėse, pagal šią nuostatą gali būti įregistruotas tik įrodžius, kad dėl naudojimo igijo skiriamąjį požymį visoje Sąjungos teritorijoje (šiuo klausimu žr. 2018 m. liepos 25 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé ir kt. / Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P ir C-95/17 P, EU:C:2018:596, 76 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 145 Iš tiesų, net jei tiesa, jog turi būti įrodyta, kad prekių ženklas dėl naudojimo igijo skiriamąjį požymį toje Sąjungos dalyje, kurioje neturėjo tokio požymio, būtų nepagrįsta reikalauti pateikti tokio igijimo įrodymų atskirai dėl kiekvienos valstybės narės (žr. 2018 m. liepos 25 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé ir kt. / Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P ir C-95/17 P, EU:C:2018:596, 77 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).
- 146 Iš tiesų pagal jokią Reglamento Nr. 207/2009 nuostatą nereikalaujama atskirais įrodymais įrodyti skiriamąjo požymio igijimą dėl naudojimo kiekvienoje konkrečioje valstybėje narėje. Todėl negali būti atmesta galimybė, kad įrodymai, patvirtinantys konkretaus žymens dėl naudojimo įgytą skiriamąjį požymį, gali turėti reikšmės, kalbant apie kelias valstybes nares ar net apie visą Sąjungą (2018 m. liepos 25 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé ir kt. / Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P ir C-95/17 P, EU:C:2018:596, 80 punktas).
- 147 Pavyzdžiui, dėl tam tikrų prekių ar paslaugų ūkio subjektai gali sugrupuoti kelias valstybes nares į vieną platinimo tinklą ir, visų pirma dėl savo rinkodaros strategijos, laikyti šias valstybes nares viena ir ta pačia nacionaline rinka. Tokiu atveju žymens naudojimo tokioje tarpvalstybinėje rinkoje įrodymai gali turėti reikšmės visoms atitinkamoms valstybėms narėms (2018 m. liepos 25 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé ir kt. / Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P ir C-95/17 P, EU:C:2018:596, 81 punktas).
- 148 Tas pats pasakytina, kai dėl geografinio, kultūrinio ar kalbinio dviejų valstybių narių artumo vienos valstybės atitinkama visuomenė pakankamai pažįsta kitos valstybės rinkoje siūlomas prekes ar paslaugas (2018 m. liepos 25 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé ir kt. / Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P ir C-95/17 P, EU:C:2018:596, 82 punktas).
- 149 Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad nors pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį norint įregistruoti prekių ženklą, neturintį jam būdingo skiriamąjo požymio visose Sąjungos valstybėse narėse, nebūtina pateikti šio prekių ženklo dėl naudojimo įgyto skiriamąjo požymio įrodymų dėl kiekvienos atskiros valstybės narės, pateiktais įrodymais turi būti galima įrodyti tokį igijimą visose Sąjungos valstybėse narėse (2018 m. liepos 25 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé ir kt. / Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P ir C-95/17 P, EU:C:2018:596, 83 punktas). Tas pats pasakytina ir dėl prekių ženklo registracijos pagal minėto reglamento 52 straipsnio 2 dalį išlaikymą.

- 150 Nagrinėjamu atveju neginčijama, kad nagrinėjamas prekių ženklas neturi jam būdingo skiriamąjo požymio visoje Sąjungoje. Taigi Apeliacinė taryba pagrįstai nagrinėjo, ar šis prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį, kiek tai susiję su atitinkama visuomene, visoje Sąjungos teritorijoje (žr. ginčijamo sprendimo 22 punktą).
- 151 Reikia konstatuoti, kad iš ieškovės pateiktų ir šio sprendimo 114–141 punktuose išnagrinėtų įrodymų vieninteliai tam tikros reikšmės turintys rinkos tyrimai yra 5 tyrimai, išanalizuoti šio sprendimo 129–131 punktuose.
- 152 Šie tyrimai buvo atlikti tik penkiose valstybėse narėse ir todėl apima tik dalį Sąjungos teritorijos.
- 153 Vis dėlto ieškovė, palaikoma įstojusios į bylą asociacijos, remiasi jurisprudencija, pagal kurią visiškai nereikalaujama, kad būtų pateikti tie patys įrodymai dėl kiekvienos valstybės narės (2009 m. spalio 28 d. Sprendimo *BCS / VRDT – Deere (Žalios ir geltonos spalvų derinys)*, T-137/08, EU:T:2009:417, 39 punktą ir 2016 m. gruodžio 15 d. Sprendimo *Mondelez UK Holdings & Services / EUIPO – Société des produits Nestlé (Šokolado plytelės forma)*, T-112/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:735, 126 punktą). Ji teigia, kad pateikė dėl kiekvienos valstybės narės įrodymus, susijusius, visų pirma, su jos apyvarta ir investicijų suma, siekiant reklamuoti nagrinėjamą prekių ženklą. Iš šių įrodymų matyti, kad nagrinėjamas prekių ženklas yra naudojamas panašiomis sąlygomis skirtingose valstybėse narėse, todėl visų valstybių narių nacionalinės rinkos yra panašios. Taigi, apskritai vertinant, jos pateikti įrodymai leidžia nustatyti, kad nagrinėjamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį visoje Sąjungos teritorijoje.
- 154 Šiems argumentams negalima pritarti.
- 155 Iš tiesų, pirma, ieškovė nenurodo jokio reikšmingo įrodymo, išskyrus penkis rinkos tyrimus, nurodytus šio sprendimo 129 ir 151 punktuose. Taigi ji neįrodo, kad pateikė reikšmingų įrodymų, susijusių su 23 valstybėmis narėmis, kurių neapima šie rinkos tyrimai.
- 156 Antra, nepakanka vien jos pateiktų duomenų, susijusių su apyvarta ir rinkodaros ir reklamos išlaidomis, kurie buvo surinkti kiekviename valstybėje narėje atskirai, siekiant nustatyti vienos arba daugiau tarpvalstybinių rinkų, sudarytų iš skirtingų valstybių narių, egzistavimą. Visų pirma ieškovė neįrodė, kad ar dėl platinimo tinklo organizavimo ir ekonominės veiklos ūkio subjektų rinkodaros strategijų, ar dėl atitinkamos visuomenės žinių, nacionalinės 23 valstybių narių, kurios nesusijusios su šio sprendimo 129 ir 151 punktuose nurodytais rinkos tyrimais, rinkos yra panašios į nacionalines 5 valstybių narių, kuriose buvo atlikti šie tyrimai, rinkas. Be to, nors ieškovė, norėdama įrodyti ginčijamo prekių ženklo naudojimą, nurodo aplinkybę, kad remia Europos ir tarptautinio lygio sporto varžybas, ji netvirtina – ir, pasinaudodama šiuo argumentu dėl jos rėmimo veiklos, neįrodo, – kad skirtingų valstybių narių rinkos yra panašios.
- 157 Taigi net padarius prielaidą, kad yra reikšmingi, šio sprendimo 129 ir 151 punktuose nurodytų penkių rinkos tyrimų rezultatai negali būti nei ekstrapoliuojami visoms valstybėms narėms, nei papildyti ar patvirtinti kitais ieškovės pateiktais įrodymais, kiek tai susiję su valstybėmis narėmis, kurios susijusios su minėtais tyrimais.
- 158 Šiomis aplinkybėmis įvairūs ieškovės pateikti įrodymai, net vertinant juos kaip visumą, viena vertus, neleidžia nustatyti nagrinėjamo prekių ženklo naudojimo visoje Sąjungos teritorijoje ir, kita vertus, bet kuriuo atveju nėra pakankami, kad būtų įrodyta, jog dėl naudojimo nagrinėjamas prekių ženklas visoje šioje teritorijoje tapo leidžiančiu identifikuoti prekes, kurioms jis buvo įregistruotas, todėl ir atskirti jas nuo kitų įmonių prekių.
- 159 Vadinas, Apeliacinė taryba nepadarė vertinimo klaidos nustatydama, kad ieškovė neįrodė, jog nagrinėjamas prekių ženklas dėl jo naudojimo įgijo skiriamąjį požymį visoje Sąjungos teritorijoje.

160 Taigi reikia atmesti ieškinio pagrindo antrą dalį, taigi ir visą vienintelį pagrindą.

161 Iš to, kas išdėstyta, išplaukia, jog ieškinį reikia atmesti.

IV. Dėl bylinėjimosi išlaidų

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

163 Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, be savo bylinėjimosi išlaidų, ji turi padengti EUIPO ir įstojusios į bylą šalies bylinėjimosi išlaidas pagal jų pateiktus reikalavimus.

164 Be to, pagal Procedūros reglamento 138 straipsnio 3 dalį Bendrasis Teismas gali nuspręsti, kad į bylą įstojusi šalis padengia savo išlaidas. Šiuo atveju įstojusi į bylą asociacija pati padengia savo išlaidas.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji išplėstinė kolegija)

nusprendžia:

1. Atmesti ieškinį.

2. *Adidas AG* padengia savo, taip pat Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) ir *Shoe Branding Europe BVBA* patirtas bylinėjimosi išlaidas.

3. *Marques* padengia savo bylinėjimosi išlaidas.

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Kowalik-Bańczyk

Mac Eochaidh

Paskelbtas 2019 m. birželio 19 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.

Turinys

I. Ginčo aplinkybės	2
II. Šalių reikalavimai	4
III. Dėl teisės	4
A. Pirminės pastabos	4
B. Dėl pirmos dalies, grindžiamos tariamai neteisėtu tam tikrų įrodymų atmetimu	5
1. Dėl pirmojo argumento, grindžiamo klaidingu nagrinėjamo prekių ženklo vertinimu	5
2. Dėl antrojo argumento, grindžiamo netinkamu „teisės teikti alternatyvius variantus“ taikymu.	8
a) Dėl prekių ženklo naudojimo sąvokos, kaip ji suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį ir 52 straipsnio 2 dalį	8
b) Dėl „teisės teikti alternatyvius variantus“ taikymo	10
1) Dėl atsižvelgimo į itin paprastą nagrinėjamo prekių ženklo pobūdį	12
2) Dėl spalvų schemos inversijos pasekmių	13
3) Dėl paveikslėlių, kuriuose vaizduojamos dvi juodos juostos baltame fone	15
4) Dėl paveikslėlių, kuriuose pateikiamos įstrižos juostos	15
5) Išvada dėl „teisės teikti alternatyvius variantus“ taikymo	16
C. Dėl antros dalies, grindžiamos vertinimo klaida, kiek tai susiję su skiriamąjo požymio įgijimu dėl naudojimo	16
1. Dėl pateiktų įrodymų svarbos	17
a) Dėl paveikslėlių	17
b) Dėl duomenų, susijusių su apyvarta, reklamos bei rinkodaros išlaidomis	18
c) Dėl rinkos tyrimų	19
d) Dėl kitų įrodymų	20
2. Dėl įrodymų, susijusių su nagrinėjamo prekių ženklo naudojimu, ir dėl to, kad jis įgijo skiriamąjį požymį visoje Sąjungoje	21
IV. Dėl bylinėjimosi išlaidų	23