



Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (astotā palāta)

2015. gada 2. oktobrī*

Kopienas preču zīme — Iebildumu process — Grafiska preču zīme “Darjeeling” — Agrākas Kopienas kolektīvas vārdiskas un grafiskas preču zīmes “DARJEELING” — Relatīvi atteikuma pamati — Regulas (EK) Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts un 5. punkts

Lieta T-624/13

The Tea Board, Kalkāta [*Calcutta*] (Indija), ko pārstāv *A. Nordemann* un *M. Maier*, advokāti,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv *S. Palmero Cabezas*, pārstāve,

atbildētājs,

otra procesa ITSB Apelācijas padomē dalībiece un persona, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā –

Delta Lingerie, Kašāna [*Cachan*] (Francija), ko pārstāv *G. Marchais* un *P. Martini-Berthon*, advokāti,

par prasību par ITSB Apelācijas otrās padomes 2013. gada 17. septembra lēmumu lietā R 1504/2012-2 attiecībā uz iebildumu procesu starp *The Tea Board* un *Delta Lingerie*.

VISPĀRĒJĀ TIESA (astotā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs *D. Gracijs* [*D. Gratsias*] (referents), tiesneši *M. Kančeva* [*M. Kancheva*] un *K. Veters* [*C. Wetter*],

sekretārs *H. Palasio Gonsales* [*J. Palacio González*], galvenais administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2013. gada 25. novembrī,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2014. gada 2. maijā,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2014. gada 18. aprīlī,

ņemot vērā 2014. gada 24. oktobra rīkojumu par lietu no T-624/13 līdz T-627/13 apvienošanu mutvārdu procesa mērķiem,

* Tiesvedības valoda – angļu.

pēc 2015. gada 11. februāra tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Tiesvedības priekšvēsture

- 1 2010. gada 22. oktobrī persona, kas iestājusies lietā, *Delta Lingerie*, Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (OV L 78, 1. lpp.).
- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir zemāk norādītais grafiskais apzīmējums, kas ietver tādu vārdisku elementu “darjeeling” ar baltiem burtiem, kas ir izvietots gaiši zaļas krāsas taisnstūrī:



- 3 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 25., 35. un 38. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolikumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru no klasēm atbilst šādam aprakstam:
 - 25. klase: “sieviešu apakšveļa, kā arī dienas un nakts apakšveļas izstrādājumi, it īpaši, elastīgās korsetes, triko, kleitas ar cieši piegulošu augšdaļu, korsetes ar zeļturiem, krūšturi, apakšbikses, isās apakšbikses, stringbiksītes, krūšturi, šortiņi, bokseršorti, zeļtura elastīgās prievītes, prievītes, taisnas sieviešu blūzes, īsi naktskrekli, zeļbikses, pusgarās zeļes, peldkostīmi; apģērbi, trikotāžas izstrādājumi, apakšveļa, bezpiedurkņu krekli, T-krekli, korsetes, korsāžas, naktskrekli, boa, blūzes, kombinezoni, svīteri, triko, pidžamas, vīriešu naktskrekli, bikses, iekštelpu bikses, šalles, halāti, peldmēteļi, peldkostīmi, peldbikses, apakšsvārki, galvas lakati”;
 - 35. klase: “sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecība; padomi uzņēmējdarbībā attiecībā uz mazumtirdzniecības punktu, mazumtirdzniecības centrāļu un reklāmas izveidi un ekspluatēšanu; tirdzniecības veicināšana (trešo personu interesēs), reklāma, komercdarījumu vadīšana, komerciāla administrēšana, tiešsaistes reklāma datortīklā, reklāmas materiāla izplatīšana (informācijas lapīņas, prospekti, bezmaksas laikraksti, paraugi), avižu abonēšanas pakalpojumi trešo personu interesēs; darījumu informācijas sniegšana un izpēte; pasākumu, izstāžu rikošana komerciālos vai reklāmas nolūkos, reklāmas vadība, reklāmas laukumu noma, radio un televīzijas reklāma, veicināšana ar reklāmu”;
 - 38. klase: “telesakari, paziņojumu un attēlu pārraide ar datoru palīdzību, interaktīvās teleapraides pakalpojumi saistībā ar preču prezentāciju, sakari, izmantojot datortermināļus, sakari atvērtā vai slēgtā globālajā tīmeklī”.

- 4 2011. gada 7. janvārī Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetenā*] Nr. 4/2011.
- 5 2011. gada 7. aprīlī prasītāja, *The Tea Board*, uzņēmums, kas dibināts ar Indijas 1953. gada Likumu Nr. 29 par tēju un kura uzdevums ir pārvaldīt tējas ražošanu, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 41. pantu, iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz iepriekš 3. punktā minētajām precēm un pakalpojumiem.
- 6 Iebildumi tika balstīti uz šādām agrākajām preču zīmēm:
 - agrāku Kopienas kolektīvu vārdisku preču zīmi “DARJEELING”, kas pieteikta 2005. gada 7. martā un reģistrēta 2006. gada 31. martā ar numuru 4325718;
 - agrāku Kopienas kolektīvu grafisku preču zīmi, kas pieteikta 2009. gada 10. novembrī un reģistrēta 2010. gada 23. aprīlī ar numuru 8674327 un ir attēlota šādi:



- 7 Abas Kopienas kolektīvās preču zīmes aptver preces, kas ietilpst 30. klasē un atbilst šādam aprakstam: “tēja”.
- 8 Iebildumu argumentēšanai norādītais pamatojums ir tas, kas ir iekļauts Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta un 5. punktā.
- 9 Turklāt, kā izriet no prasītājas Apelācijas padomē iesniegtajiem pierādījumiem, vārdiskais elements “darjeeling”, proti, abiem konfliktējošajiem apzīmējumiem kopīgais vārdiskais elements, ir saistībā ar tēju aizsargāts ģeogrāfisks nosaukums, kas pēc 2007. gada 12. novembra pieteikuma reģistrēts ar Komisijas 2011. gada 20. oktobra Īstenošanas regulas (ES) Nr. 1050/2011 par nosaukuma ierakstīšanu Aizsargāto cilmes vietas nosaukumu un aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu reģistrā (*Darjeeling* (AĢIN)) (OV L 276, 5. lpp.) palīdzību. Šī īstenošanas regula tika pieņemta, pamatojoties uz Padomes 2006. gada 20. marta Regulu (EK) Nr. 510/2006 par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību (OV L 93, 12. lpp.), kura šobrīd ir aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2012. gada 21. novembra Regulu (ES) Nr. 1151/2012 par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu kvalitātes shēmām (OV L 343, 1. lpp.).
- 10 2012. gada 10. jūlijā Iebildumu nodaļa iebildumus noraidīja tādēļ, ka, pirmkārt, attiecībā uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta piemērošanu ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertās preces un pakalpojumi nebija līdzīgi un, otrkārt, attiecībā uz minētās regulas 8. panta 5. punkta piemērošanu prasītājas iesniegtie pierādījumi nebija pietiekami, lai pierādītu agrāko Kopienas kolektīvo grafisko preču zīmju reputāciju no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa.
- 11 2012. gada 10. augustā prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 58.–64. punktu, par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelācijas sūdzību ITSB.

- 12 Ar 2013. gada 17. septembra lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) ITSB Apelācijas otrā padome apelācijas sūdzību noraidīja un apstiprināja Iebildumu nodaļas lēmumu. It īpaši tā secināja, ka, ņemot vērā ar konfliktējošiem apzīmējumiem aptverto preču un pakalpojumu līdzības neesamību, sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē nepastāv. Tāpat tā noraidīja apgalvoto minētās regulas 8. panta 5. punkta pārkāpumu, jo prasītājas iesniegtie pierādījumi nebija pietiekami, lai pierādītu, ka ir izpildīti minētā panta piemērošanas nosacījumi.

Lietas dalībnieku prasījumi

- 13 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- atcelt apstrīdēto lēmumu;
 - piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 14 ITSB prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- prasību noraidīt;
 - piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 15 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- apstiprināt apstrīdēto lēmumu;
 - piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

1. Par pirmo reizi Vispārējā tiesā iesniegto dokumentu un pierādījumu pieņemamību

- 16 Prasītāja Vispārējā tiesā iesniedza divus attēlus, kas ir atspoguļoti prasības pieteikumā un kuros redzama vienas vai vairāku personas, kas iestājusies lietā, tirdzniecības vietu fasāde, divus attēlus, kas ir atspoguļoti prasības pieteikumā un kurus persona, kas iestājusies lietā, izmantojusi reklāmas nolūkos, vairākas lappuses, kas izdrukātas no tīmekļa vietnes ar nosaukumu “*Lingerie Stylist Blog*” (7. pielikums), kā arī vairākas lappuses, kas izdrukātas no tīmekļa vietnes ar nosaukumu “*TheStriversRow*” (8. pielikums). Kā to tiesas sēdē ir apstiprinājusi prasītāja, ITSB instancēs šie pierādījumi netika iesniegti.
- 17 ITSB apstrīd šo attēlu un pielikumu pieņemamību, kā arī to pierādījumu spēku. Savukārt persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka iepriekš minētie pierādījumi izskatāmajā lietā nav nozīmīgi.
- 18 Atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai Vispārējā tiesā celtās prasības mērķis ir pārbaudīt ITSB apelācijas padomju lēmumu tiesiskumu Regulas Nr. 207/2009 65. panta izpratnē un apstrīdētā tiesību akta tiesiskums ir jāizvērtē, ņemot vērā akta pieņemšanas brīdī pastāvošos faktiskos un tiesiskos elementus, turklāt Vispārējai tiesai nav atkārtoti jāpārbauda faktiskie apstākļi to pierādījumu kontekstā, kurus tai iesniedz pirmo reizi. Tāpēc iepriekš minētie pierādījumi ir jānoraida, nepārbaudot to pierādījumu spēku (rikojums, 2013. gada 7. februāris, *Majtczak/Feng Shen Technology* un ITSB, C-266/12 P, EU:C:2013:73, 45. punkts; skat. spriedumu, 2005. gada 24. novembris, *Sadas/ITSB – LTJ Diffusion* (“ARTHUR ET FELICIE”), T-346/04, Krājums, EU:T:2005:420, 19. punkts un tajā minētā judikatūra).

2. Par lietas būtību

- 19 Prasītāja izvirza divus pamatus, kas attiecas, pirmkārt, uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu un, otrkārt, uz minētās regulas 8. panta 5. punkta pārkāpumu.

Par pirmo pamatu, kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu

- 20 Pirmā pamata kontekstā prasītāja norāda, ka pēc tam, kad Apelācijas padome uzskatīja, ka ar konfliktējošajām preču zīmēm aptvertās preces un pakalpojumi esot pilnībā atšķirīgi, tā kļūdaini noraidīja sajaukšanas iespējas Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē esamību. Prasītāja Apelācijas padomei it īpaši pārmet, ka tā esot kļūdaini novērtējusi Kopienas kolektīvajām preču zīmēm piešķirto aizsardzību, kas izriet no Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta, izskatāmajā lietā veicot tāda paša veida novērtējumu, kādu tā būtu veikusi, lai novērtētu sajaukšanas iespējas esamību starp divām individuālām preču zīmēm. Šajā ziņā prasītāja apgalvo, ka tādas kolektīvās preču zīmes kā pamatlietā aplūkotās agrākās preču zīmes pamatfunkcija ir nodrošināt, ka ar to aptverto preču vai pakalpojumu izcelsme ir no uzņēmuma, kas atrodas attiecīgajā preču zīmes norādītajā ģeogrāfiskās izcelsmes apgabalā. Pēc prasītājas domām, šī funkcija skaidri atšķiras no individuālās preču zīmes funkcijas, kas ir nodrošināt patērētājam norādīto preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi.
- 21 Prasītāja būtībā uzskata, ka, ievērojot kolektīvo preču zīmju specifisko funkciju, kas izriet no Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta, tas, ka ar konfliktējošajām preču zīmēm aptvertajām precēm vai pakalpojumiem var būt kopīga viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme, ir jāņem vērā kā kritērijs to līdzības novērtējumam, no vienas puses, un kā noteicošais elements sajaukšanas iespējas esamības visaptverošajā vērtējumā, no otras puses. Šajā ziņā prasītāja apgalvo, ka sajaukšanas iespēja tādos gadījumos kā pamatlietā aplūkotais pastāv tajā, ka patērētāji varētu domāt, ka ar konfliktējošajām preču zīmēm aptvertajām precēm vai to izejvielām un pakalpojumiem ir viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme.
- 22 Tādējādi argumenti, kas iesniegti pirmā pamata kontekstā, ir iedalāmi divās daļās. Pirmajā daļā prasītāja būtībā norāda, ka Apelācijas padome Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas kontekstā ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, jo tā, veicot ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču un pakalpojumu salīdzinājumu, nav ņēmusi vērā to reālo vai hipotētisko izcelsmi, tādējādi neievērojot kolektīvo preču zīmju specifisko funkciju, kas ir aizsargāt ģeogrāfisko izcelsmi. Otrajā daļā prasītāja būtībā pārmet, ka Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, jo tā, veicot sajaukšanas iespējas esamības Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē visaptverošo novērtējumu, nav ņēmusi vērā ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču vai pakalpojumu reālo vai hipotētisko ģeogrāfisko izcelsmi un tādējādi nav ievērojuši kolektīvo preču zīmju specifisko funkciju, kas izriet no minētās regulas 66. panta 2. punkta.
- 23 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.

Par konkrēto sabiedrības daļu

- 24 Atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai sajaukšanas iespēja starp divām konfliktējošām preču zīmēm Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē nav izvērtējama, pamatojoties uz abstraktu konfliktējošo apzīmējumu un ar tiem aptverto preču vai pakalpojumu salīdzinājumu. Šīs iespējas izvērtēšana drīzāk ir jāpamato ar to, kā minētos apzīmējumus, preces un pakalpojumu uztver konkrētās sabiedrības daļa (spriedums, 2011. gada 24. maijs, *ancotel./ITSB – Acotel* (“ancotel.”), T-408/09, EU:T:2011:241, 29. punkts).

- 25 Konkrētāk, saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, vērtējot sajaukšanas iespēju visaptveroši, ir jāņem vērā attiecīgās preču kategorijas samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs vidusmēra patērētājs. Sajaukšanas iespējas vērtējuma mērķim konkrēto sabiedrības daļu veido lietotāji, kuri var izmantot gan ar agrāko preču zīmi, gan ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces vai pakalpojumus (skat. spriedumu “ancotel.”, minēts 24. punktā, EU:T:2011:241, 37. un 38. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra).
- 26 Izskatāmajā lietā, tā kā apstrīdētajā lēmumā nav ietverta neviena specifiska analīze attiecībā uz konkrēto sabiedrības daļu un Apelācijas padome ir vienīgi pilnībā apstiprinājusi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas nolūkā Iebildumu nodaļas veikto analīzi, ir jāatsaucas uz pēdējās minētās lēmumu. No judikatūras izriet, ka gadījumā, kad Apelācijas padome apstiprina zemākas ITSB instances lēmumu pilnā apmērā, šis lēmums, tāpat kā tā pamatojums, ir daļa no konteksta, kurā ir pieņemts Apelācijas padomes lēmums; konteksta, kas lietas dalībniekiem ir zināms un kas ļauj tiesai pilnībā īstenot tās tiesiskuma pārbaudi attiecībā uz Apelācijas padomes vērtējuma pamatotību (skat. spriedumu, 2011. gada 28. jūnijs, *ReValue Immobilienberatung/ITSB* (“ReValue”), T-487/09, EU:T:2011:317, 20. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 27 Atbilstoši Iebildumu nodaļas lēmumam 35. klasē ietilpstošos pakalpojumus piedāvā profesionālas sabiedrības, kas darbojas mazumtirdzniecības, reklāmas, menedžmenta un citās jomās. Runājot par 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, Iebildumu nodaļa uzskatīja, ka tie ir paredzēti sabiedrības daļai telekomunikāciju jomā.
- 28 Tā kā attiecībā uz konkrēto sabiedrības daļu, kas ir ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču mērķsabiedrība, Iebildumu nodaļa nav veikusi nekādu specifisku analīzi, ir jāsecina, ka tā netieši uzskatīja, ka attiecīgās preces ir paredzētas vienai un tai pašai sabiedrības daļai.
- 29 Šajā ziņā no Iebildumu nodaļas lēmuma izriet, ka šī sabiedrības daļa, kurai ir paredzētas gan ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces, gan ar agrākajām preču zīmēm aptvertās preces, ir plaša sabiedrības daļa. Veicot novērtējumu attiecībā uz agrāko preču zīmju reputācijas esamību, Iebildumu nodaļai bija jānosaka pēdējo minēto mērķsabiedrība (šajā ziņā skat. spriedumu, 2007. gada 6. februāris, *Aktieselskabet af 21. november 2001/ITSB – TDK Kabushiki Kaisha* (“TDK”), T-477/04, Krājums, EU:T:2007:35, 48. punkts). Tādējādi tā uzskatīja, ka prasītājas iesniegtie pierādījumi nenorāda uz agrāko preču zīmju atpazīstamību no konkrētās teritorijas plašas sabiedrības, proti, Eiropas Savienības plašas sabiedrības, viedokļa.
- 30 Tādējādi, ciktāl Apelācijas padome ir pilnībā apstiprinājusi Iebildumu nodaļas lēmumu saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanu, no apstrīdētā lēmuma ir jāsecina, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertās preces ir paredzētas vienai un tai pašai sabiedrības daļai, proti, plašai sabiedrībai. Prasītāja turklāt apstiprina šo pieeju, kad tā apgalvo, ka tējai un apģērbam ir vieni un tie paši patērētāji. Runājot par 35. un 38. klasē ietilpstošajiem un ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem pakalpojumiem, Apelācijas padome netieši ir uzskatījusi, kā to savā atbildes rakstā ir apstiprinājis ITSB, ka tie vispārēji ir paredzēti sabiedrībai, kuru veido profesionāļi.
- 31 Šajā ziņā ir jākonstatē, ka nekas neļauj apšaubīt Apelācijas padomes šajā ziņā pilnā apmērā apstiprinātos secinājumus, kurus tiesvedības dalībnieki katrā ziņā nav apstrīdējuši.

Par pirmā pamata pirmo daļu

- 32 Atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieteikto preču zīmi neregistrē, ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai tajā teritorijā, kurā ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv to sajaukšanas iespēja. Turklāt sajaukšanas iespēja ir iespēja, ka

sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk no viena uzņēmuma vai no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem (skat. spriedumu, 2010. gada 9. jūnijs, *Muñoz Arraiza/ITSB – Consejo Regulador de la Denominación de Origen Calificada Rioja* (“RIOJAVINA”), T-138/09, Krājums, EU:T:2010:226, 25. punkts un tajā minētā judikatūra).

- 33 Turklāt ir jānorāda, ka Regulas Nr. 207/2009 66. pantā ir paredzēta iespēja reģistrēt Kopienas kolektīvas preču zīmes. Saskaņā ar 1. punktu šādas preču zīmes var veidot “Kopienas preču zīme, kuru tā raksturo, kad iesniedz pieteikumu par to, un kas spēj nošķirt tās apvienības locekļu, kas ir šīs preču zīmes īpašnieki, preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem”. Jāprecizē, ka šādu preču zīmju reģistrācijas pieteikumus var iesniegt “izgatavotāju, ražotāju, pakalpojumu sniedzēju, tirgotāju vai patērētāju apvienības [izgatavotāju, ražotāju, pakalpojumu sniedzēju vai tirgotāju apvienības], kurām atbilstoši tiesību aktiem, kas tās reglamentē, savā vārdā ir visu veidu tiesības un pienākumi, spēja slēgt līgumus vai veikt citas juridiskas darbības un iesniegt prasību tiesā, un būt par šādas prasības subjektu, kā arī juridiskas personas, uz ko attiecas publiskās tiesības”. Regulas Nr. 207/2009 66. panta 3. punktā ir noteikts, ka minētās regulas noteikumi ir piemērojami Kopienas kolektīvajām preču zīmēm, “ja vien” šīs pašas regulas “67. līdz 74. pants nenosaka citādi”.
- 34 Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā kā Kopienas kolektīvas preču zīmes reģistrēt minētā panta 1. punkta izpratnē ir atļauts “apzīmējum[us] vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot kā norādes par preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi”, un tas tā ir, atkāpjoties no šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, saskaņā ar kuru neregistrē preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm.
- 35 No judikatūras izriet, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, skatot to kopā ar šīs pašas regulas 66. panta 3. punktu, Kopienas kolektīva preču zīme kā ikviena Kopienas preču zīme tiek aizsargāta pret jebkādu apdraudējumu, kas izriet no tādas Kopienas preču zīmes reģistrācijas, kura rada sajaukšanas iespēju (spriedums “RIOJAVINA”, minēts 32. punktā, EU:T:2010:226, 22. punkts).
- 36 Kā to vairākkārt ir atgādinājusi Tiesa un Vispārējā tiesa, lai piemērotu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, sajaukšanas iespējas priekšnoteikums ir vienlaicīgs konfliktējošo preču zīmju identiskums vai līdzība, kā arī ar tām aptverto preču vai pakalpojumu identiskums vai līdzība (skat. rīkojumu, 2010. gada 25. novembris, *Lufthansa AirPlus Servicekarten/ITSB*, C-216/10 P, EU:C:2010:719, 26. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2012. gada 5. decembris, *Consorzio vino Chianti Classico/ITSB – FFR* (“F.F.R.”), T-143/11, EU:T:2012:645, 19. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 37 Atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai, lai izvērtētu ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču vai pakalpojumu identiskuma vai līdzības esamību Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, ir jāņem vērā visi attiecīgie faktori, kas raksturo saikni starp šīm precēm vai šiem pakalpojumiem. Šie faktori it īpaši ietver to raksturu, funkcionālo uzdevumu, lietojumu, kā arī konkurējošo vai papildinošo raksturu (skat. spriedumus, 2008. gada 18. decembris, *Les Éditions Albert René/ITSB*, C-16/06 P, Krājums, EU:C:2008:739, 65. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2013. gada 21. marts, *Event/ITSB – CBT Comunicación Multimedia* (“eventer EVENT MANAGEMENT SYSTEMS”), T-353/11, EU:T:2013:147, 40. punkts un tajā minētā judikatūra). Var tikt ņemti vērā arī citi faktori, tādi kā attiecīgo preču izplatīšanas kanāli vai arī apstākļi, ka preces bieži pārdod vienos un tajos pašos specializētajos pārdošanas punktos, kas var veicināt to, ka konkrētais patērētājs uztver starp šīm precēm pastāvošās ciešās saiknes, un pastiprināt iespaidi, ka par to ražošanu ir atbildīgs viens un tas pats uzņēmums (skat. spriedumu, 2013. gada 18. jūnijs, *Otero González/ITSB – Apli-Agipa* (“APLI-AGIPA”), T-522/11, EU:T:2013:325, 32. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 38 Izskatāmajā lietā Iebildumu nodaļa uzskatīja, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām un 25. klasē ietilpstošajām precēm nav līdzības ar tēju – vienīgā prece, kas ir aptverta ar agrākajām preču zīmēm – to attiecīgā rakstura, funkcionālā uzdevuma, to izplatīšanai izmantoto kanālu un iesaistīto

- izplatītāju tīkla dēļ, kā arī tādēļ, ka minētās preces neesot nedz viena otru papildinošas, nedz savstarpēji konkurējošas. Tādējādi tā secināja, ka starp minētajām precēm nav nekādas saiknes. Pēc tam tā nonāca pie tāda paša secinājuma attiecībā uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem un 35. un 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem. Apelācijas padome Iebildumu nodaļas secinājumus pilnībā apstiprināja. Šajā ziņā tā noraidīja prasītājas argumentus, kas vērsti uz tādu kolektīvo preču zīmju kā agrākās preču zīmes pamatfunkciju, kam ir piemērojams Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts.
- 39 Vispārējā tiesā prasītāja savus argumentus būtībā pamato ar tādu šo kolektīvo preču zīmju kā agrākās preču zīmes “pamatfunkciju” un apgalvo, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertās preces un pakalpojumi ir uzskatāmi par līdzīgiem tikai tādēļ vien, ka tiem var būt viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme.
- 40 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka atbilstoši no Regulas Nr. 207/2009 preambulas 8. apsvēruma izrietošajam Kopienas preču zīmes piešķirtās aizsardzības mērķis ir it īpaši garantēt preču zīmi kā izcelsmes norādi. Runa ir par tās pamatfunkciju garantēt patērētājam vai gala lietotājam ar to apzīmētās preces vai pakalpojuma izcelsmes identitāti, ļaujot viņam šo preci vai pakalpojumu atšķirt no precēm ar citādu izcelsmi, nesajaucot tos (skat. spriedumu, 2009. gada 16. jūlijs, *American Clothing Associates/ITSB* un *ITSB/American Clothing Associates*, C-202/08 P un C-208/08 P, Krājums, EU:C:2009:477, 40. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 41 Izskatāmajā lietā netiek apstrīdēts, ka vārdiskais elements “darjeeling” tirdzniecībā var kalpot, lai apzīmētu ar agrākām preču zīmēm aptvertās preces ģeogrāfisko izcelsmi. Šo konstatējumu nevar apšaubīt ar ITSB argumentiem, kas attiecas uz iespējamo šī vārda uztveri, kāda ir sabiedrības daļai, kura “*darjeeling*” neatpazīst kā ģeogrāfisko nosaukumu. Protams, lai gan, kā to pamatoti atgādina prasītāja, ģeogrāfiskās norādes pamatfunkcija ir nodrošināt patērētājiem preču ģeogrāfisko izcelsmi un īpašas tām raksturīgas īpašības (šajā ziņā skat. spriedumu, 2011. gada 29. marts, *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar*, C-96/09 P, Krājums, EU:C:2011:189, 147. punkts), tas tā nav attiecībā uz Kopienas kolektīvās preču zīmes pamatfunkciju. Tas, ka pēdējo minēto preču zīmi veido norāde, kas var kalpot par aptverto preču ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, neliek apšaubīt visu kolektīvo preču zīmju pamatfunkciju, kā tā izriet no Regulas Nr. 207/2009 66. panta 1. punkta, proti, funkciju nošķirt tās apvienības locekļu, kas ir šīs preču zīmes īpašnieki, preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem (šajā ziņā skat. spriedumu “RIOJAVINA”, minēts 32. punktā, EU:T:2010:226, 26. un 27. punkts). Tātad Kopienas kolektīvās preču zīmes funkcija netiek nošķirta tādēļ, ka tā ir reģistrēta saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktu. Konkrētāk, runa ir par apzīmējumu, kurš ļauj nošķirt preces vai pakalpojumus atkarībā no preču zīmes īpašnieces apvienības, nevis atkarībā no to ģeogrāfiskās izcelsmes.
- 42 Lai gan Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā ir paredzēts izņēmums no šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, atvieglējot reģistrācijas nosacījumus un pieļaujot aptverto preču izcelsmi aprakstošu preču zīmju reģistrāciju (šajā ziņā skat. spriedumu, 2012. gada 13. jūnijs, *Organismos Kypriakis Galaktokomikis Viomichanias/ITSB – Garmo* (“HELLIM”), T-534/10, Krājums, EU:T:2012:292, 51. punkts), atbilstoši minētās regulas 66. panta 3. punktam, izņemot, ja ir skaidri paredzēts citādi, tā ir piemērojama visām Kopienas kolektīvām preču zīmēm, tostarp tām, kas ir reģistrētas atbilstoši tās 66. panta 2. punktam.
- 43 Līdz ar to tiktāl, ciktāl nekādi Regulas Nr. 207/2009 nodaļā, kas veltīta Kopienas kolektīvajām preču zīmēm, ietvertie noteikumi neļauj secināt, ka Kopienas kolektīvo preču zīmju, tostarp to, kuras veido norāde, kas var kalpot par aptverto preču ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, pamatfunkcija būtu atšķirīga no Kopienas individuālo preču zīmju pamatfunkcijas, ir jāuzskata, ka šī pamatfunkcija, tāpat kā Kopienas individuālu preču zīmju gadījumā, ir nošķirt preces vai pakalpojumus, kas ir apzīmēti atkarībā no to izcelsmes no konkrētā uzņēmuma, nevis atkarībā no to ģeogrāfiskās izcelsmes.

- 44 Tātad prasītāja ir kļūdaini uzskatījusi, ka Kopienas kolektīvā preču zīme, ko veido norāde, kas var kalpot par aptverto preču vai pakalpojumu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, nevar nošķirt tās apvienības locekļu, kas ir šīs preču zīmes īpašnieki, preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem.
- 45 Atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 67. panta 2. punktam Kopienas kolektīvo preču zīmi reģistrācijas pieteikuma iesniedzējam ir jāiesniedz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes noteikumi, kas reglamentē tās izmantošanu, norādot šīs izmantošanas nosacījumus, personas, kuras ir tiesīgas šo preču zīmi izmantot, kā arī reģistrācijas pieteikuma iesniedzējas apvienības locekļa statusa nosacījumus. Saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 71. pantu Kopienas kolektīvās preču zīmes īpašnieks šos noteikumus, kas reglamentē izmantošanu, turklāt var grozīt. Tādējādi arī nosacījumi par iestāšanos apvienībā īpašniecē saistībā ar preču zīmēm, kurām ir piemērojams Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts, tiek paredzēti tā noteikumos, kas reglamentē tās izmantošanu. Ir skaidrs, ka saskaņā ar iepriekš minētā un prasītājas citētā Regulas Nr. 207/2009 67. panta 2. punkta noteikumiem, kas reglamentē preču zīmes, uz ko attiecas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts, izmantošanu, jāatļauj visām personām, kuru preču vai pakalpojumu izcelšanās vieta ir attiecīgais ģeogrāfiskais apgabals, kļūt par tās apvienības locekli, kura ir preču zīmes īpašnieks. Tomēr Regulā Nr. 207/2009 nav izslēgta iespēja, ka no minētās regulas 66. panta 2. punkta izrietošās Kopienas kolektīvās preču zīmes īpašniece apvienība noteikumos, kas reglamentē šīs preču zīmes izmantošanu, var paredzēt, ka uzņēmumi vai personas, kuras sadarbojas ar uzņēmumiem, kuru preču izcelsme ir no attiecīgā ģeogrāfiskā apgabala vai kuri kā izejvielas izmanto preču zīmes īpašnieces apvienības preces, var pievienoties šai īpašniecei apvienībai un izmantot šo preču zīmi, turklāt tiem nav jābūt reģistrētiem ar pēdējo minēto preču zīmi aptvertajā ģeogrāfiskās izcelsmes reģionā un to preču izcelsme nav tieši no konkrētā ģeogrāfiskā apgabala.
- 46 No iepriekš izklāstītā izriet, ka Kopienas kolektīvo preču zīmju funkcija, kas izriet no Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta, ir nošķirt šādu preču zīmju aptvertas preces un pakalpojumus atkarībā no īpašnieka uzņēmuma, nevis atkarībā no to ģeogrāfiskās izcelsmes.
- 47 Prasītājas arguments, kas pamatots ar *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa) 1995. gada 30. novembrī pasludināto spriedumu (lieta I ZB 32/93; publicēts 1996. gadā, *GRUR* 270, 271 (“MADEIRA”)), kurā esot nospriests, ka kolektīva preču zīme nodrošina, ka preču izcelsme ir no uzņēmuma, kurš atrodas ģeogrāfiskās izcelsmes apgabalā un ir tiesīgs izmantot kolektīvo preču zīmi, ir noraidāms. Kā izriet no judikatūras, Kopienas preču zīmju sistēma ir autonoma sistēma, kuru veido īpašu normu kopums un kurai ir īpaši mērķi, un to piemēro neatkarīgi no jebkādas valsts tiesību sistēmas (šajā ziņā skat. spriedumu, 2007. gada 16. maijs, *Trek Bicycle/ITSB – Audi* (“ALLTREK”), T-158/05, EU:T:2007:143, 63. punkts).
- 48 Visbeidzot ir jānorāda, ka nedz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta k) apakšpunkts, kurā ar nosacījumiem ir noteikts absolūts atteikuma pamats reģistrēt apzīmējumu kā Kopienas preču zīmi, ja attiecīgais apzīmējums ietver vai to veido atbilstoši Regulai Nr. 510/2006, kas aizstāta ar Regulu, Nr. 1151/2012, aizsargāta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, nedz arī šīs pašas regulas 164. pants, kurā, atsaucoties uz Regulas Nr. 510/2006 14. pantu, ir norāde uz saikni starp reģistrācijai pieteiktām vai iesniegtām preču zīmēm, no vienas puses, un pēdējā minētā panta izpratnē aizsargātām ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, no otras puses, izskatāmajā lietā nav nozīmīgi. Šajā tiesvedībā prasītāja ITSB instancēs nav norādījusi aizsargātu ģeogrāfisko izcelsmi Regulas Nr. 510/2006 izpratnē, bet ir ierosinājusi iebildumu procedūru, kas pamatota ar iepriekš 6. punktā minētajām Kopienas kolektīvajām preču zīmēm un relatīviem atteikuma pamatiem, kas minēti Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā un 5. punktā.
- 49 Ņemot vērā iepriekš izklāstīto, ir jānorāda – kā to dara arī ITSB un persona, kas iestājusies lietā –, ka, ja iebildumu procesa kontekstā konfliktējošie apzīmējumi ir kolektīvas preču zīmes, no vienas puses, un individuālas preču zīmes, no otras puses, aptverto preču un pakalpojumu salīdzinājums ir jāveic atbilstoši tiem pašiem kritērijiem, kādi ir piemērojami, kad tiek vērtēta līdzība vai identiskums starp precēm un pakalpojumiem, kas aptverti ar divām individuālām preču zīmēm.

- 50 Tātad ir jāapstiprina Apelācijas padomes izskatāmajā lietā izdarītais secinājums, kas izklāstīts iepriekš 38. punktā. Ir vispārzināms, ka apģērbi un tēja parasti netiek nedz ražoti vienos un tajos pašos uzņēmumos, nedz arī tirgoti ar vienu un to pašu preču zīmi. Tādējādi nevarot tikt uzskatīts, ka apģērbu ražotājs darbojas arī tējas ieguves vai tirdzniecības jomā. Citiem vārdiem sakot, konkrētā sabiedrības daļa neuzskatīs nedz to, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm ir viena un tā pati komercizcelsme, nedz to, ka atbildīgs par to ražošanu ir viens un tas pats uzņēmums (šajā ziņā skat. spriedumu, 2014. gada 18. novembris, *Repsol/ITSB – Adell Argiles* (“ELECTROLINERA”), T-308/13, EU:T:2014:965, 38. punkts). Turklāt ir acīmredzami, ka attiecīgās preces nav papildinošas, vēl jo mazāk tās ir konkurējošas un to izplatīšanas kanāli ir atšķirīgi.
- 51 Ņemot vērā iepriekš 40.–47. punktā izklāstīto, ir jānoraida prasītājas argumenti, saskaņā ar kuriem iespējāmība, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm un pakalpojumiem ir viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme, varētu būt pietiekams kritērijs, lai pierādītu to līdzību vai identiskumu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas nolūkā.
- 52 Kā apgalvo ITSB, vienā un tajā pašā ģeogrāfiskajā apgabalā var tikt ražots vai izplatīts ārkārtīgi plašs preču un pakalpojumu klāsts. Tāpat nekas neizslēdz to, ka reģions, kura ģeogrāfiskais nosaukums ir reģistrēts kā Kopienas kolektīvā preču zīme atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktam, var būt avots dažādām izejvielām, kuras var izmantot dažādu un atšķirīgu preču izgatavošanā. Ņemot vērā šo konstatējumu, tāda Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta plaša interpretācija, kādu izvirza prasītāja, nozīmētu, kā norāda arī persona, kas iestājusies lietā, ka, atkāpjoties no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta reģistrētajām kolektīvajām preču zīmēm, tiktu piešķirta absolūta aizsardzība, kas būtu neatkarīga no ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm un tādējādi esoša pretrunā minētās regulas 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta formulējumam.
- 53 Tas tā ir arī attiecībā uz 35. un 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem. Vienkārša iespējāmība, ka vidusmēra patērētājs varētu uzskatīt, ka attiecīgie pakalpojumi, proti, ar preču zīmi “DARJEELING” piedāvātie mazumtirdzniecības pakalpojumi, ir saistīti ar precēm, kuru izcelsme ir no homonīma ģeogrāfiskā apgabala, vai arī ka ar to pašu preču zīmi sniegtie telekomunikācijas pakalpojumi ir saistīti ar minēto ģeogrāfisko apgabalu vai sniegs informāciju par to, nevar būt pietiekama, lai pierādītu līdzību starp ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aptvertajiem pakalpojumiem un ar agrākajām preču zīmēm aptvertajām precēm.
- 54 Turklāt ir jānorāda prasītājas arguments, kas attiecas uz reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietvertā vārdiskā elementa “darjeeling” grafisko attēlojumu un uz saikni, kāda varētu rasties punktu uz burtiem “j” un “i” līdzības tējas lapām dēļ starp tēju un ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām precēm. Pat pieņemot, ka minētie punkti patiešām ir līdzīgi lapām, konkrētāk – tējas lapām, un ka tie rada saikni starp tēju un ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām precēm, šī saikne nevar būt pietiekama, lai radītu ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču vai pakalpojumu līdzību vai identiskumu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

Par pirmā pamata otro daļu

- 55 Ar pirmā pamata otro daļu prasītāja būtībā iebilst, ka Apelācijas padome, veicot sajaukšanas iespējas esamības Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē visaptverošo novērtējumu, nav ņēmusi vērā ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču vai pakalpojumu reālo vai potenciālo ģeogrāfisko izcelsmi.

- 56 Ņemot vērā, ka prasītājas argumenti, kas iesniegti pirmā pamata pirmās daļas ietvaros un kas attiecas uz ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču un pakalpojumu līdzību, ir noraidīti un ka līdz ar to viens no diviem Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā minētajiem kumulatīvajiem nosacījumiem nav izpildīts, vispirms ir jānorāda, ka Apelācijas padome izskatāmajā lietā pamatoti ir atteikusies to piemērot.
- 57 Protams, atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai visaptverošs sajaukšanas iespējas esamības vērtējums nozīmē noteiktu savstarpējo saistību starp vērā ņemtajiem faktoriem, it īpaši preču zīmju līdzību un ar tām aptverto preču vai pakalpojumu līdzību. Tādējādi ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču vai pakalpojumu nenozīmīgās līdzības pakāpi var kompensēt augsta preču zīmju līdzības pakāpe un otrādi (skat. rīkojumus, 2006. gada 27. aprīlis, *L'Oréal/ITSB*, C-235/05 P, EU:C:2006:271, 35. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2014. gada 2. oktobris, *Przedsiębiorstwo Handlowe Medox Lepiarz/ITSB*, C-91/14 P, EU:C:2014:2261, 23. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 58 Savukārt, ja visaptverošajā vērtējumā ir jāņem vērā iespējamā konfliktējošo apzīmējumu līdzība, tā pati par sevi nerada sajaukšanas iespēju starp tiem (skat. pēc analogijas spriedumus, 1998. gada 29. septembris, *Canon*, C-39/97, Krājums, EU:C:1998:442, 22. punkts, un 2013. gada 16. oktobris, *Mundipharma/ITSB – AFT Pharmaceuticals* (“Maxigesic”), T-328/12, EU:T:2013:537, 62. punkts). Ir jākonstatē noteikta līdzības pakāpe, pat minimāla, starp aptvertajām precēm un pakalpojumiem, lai, ievērojot faktoru savstarpējās atkarības principu, konfliktējošo apzīmējumu augsta līdzība vai attiecīgajā gadījumā identiskums varētu radīt sajaukšanas iespēju Regulas Nr. 207/209 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Izskatāmajā lietā, kā pareizi ir konstatējusi Apelācijas padome, ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertās preces un pakalpojumi nav līdzīgi.
- 59 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka no judikatūras izriet, ka kolektīva preču zīme nevar saņemt pastiprinātu aizsardzību atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, ja visaptveroša sajaukšanas iespējas esamības vērtējuma ietvaros tiek konstatēts, ka preču un pakalpojumu līdzība ir nepietiekama, lai radītu šādu iespēju (skat. pēc analogijas attiecībā uz apzīmējumu līdzību spriedumu “F.F.R.”, minēts 36. punktā, EU:T:2012:645, 61. punkts). Tātad, ievērojot faktoru savstarpējās atkarības principu, pat tad, ja runa ir par sajaukšanas iespējas esamības starp Kopienas kolektīvajām preču zīmēm un Kopienas individuālajām preču zīmēm vērtējumu, konfliktējošo apzīmējumu līdzība nevarētu arī kompensēt līdzības neesamību starp ar agrākām preču zīmēm aptvertām precēm un ar reģistrācijas pieteikto preču zīmi aptvertajām precēm un pakalpojumiem.
- 60 Vispirms, ņemot vērā iepriekš 40.–43. punktā izklāstīto attiecībā uz kolektīvo preču zīmju, kas izriet no Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta, pamatfunkciju, ir jānorāda prasītājas arguments, saskaņā ar kuru, vērtējot, vai pastāv sajaukšanas iespēja starp šādām Kopienas kolektīvajām preču zīmēm un individuālajām preču zīmēm, šo [sajaukšanas] iespēju neradītu tas, ka sabiedrība varētu domāt, ka attiecīgo preču un pakalpojumu izcelsme ir no viena un tā paša uzņēmuma vai attiecīgajā gadījumā no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem, bet tas, ka sabiedrība varētu domāt, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm vai pakalpojumiem vai [preču] ražošanai izmantotajām izejvielām var būt viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme.
- 61 Turklāt, pat pieņemot, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču vai pakalpojumu izcelsme var būt viens no vērā ņemamajiem faktoriem, veicot sajaukšanas iespējas esamības visaptverošo vērtējumu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, kā tas tika uzsvērts iepriekš, šī tiesību norma nav piemērojama, ja, kā tas ir izskatāmajā lietā, viens no tajā minētajiem kumulatīvajiem nosacījumiem nav izpildīts.
- 62 Pie tam nevar atbalstīt argumentu, kas attiecas uz apgalvoto agrāko preču zīmju augsto atšķirtspēju. Protams, atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai sajaukšanas iespēja starp diviem konfliktējošajiem apzīmējumiem ir vēl jo lielāka, jo nozīmīgāka izrādās agrākās preču zīmes atšķirtspēja (spriedums, 1997. gada 11. novembris, *SABEL*, C-251/95, Krājums, EU:C:1997:528, 24. punkts; *Canon*, minēts 58. punktā, EU:C:1998:442, 18. punkts, un 2013. gada 18. jūlijs, *Specsavers International*

Healthcare u.c., C-252/12, Krājums, EU:C:2013:497, 36. punkts). Pat pieņemot, ka izskatāmajā lietā agrākās preču zīmes būtu ieguvušas augstu atšķirtspēju, šis apstāklis nevar kompensēt pilnīgu ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču un pakalpojumu līdzības neesamību.

63 Tādējādi pirmais pamats ir jānoraida kopumā.

Par otro pamatu, kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta pārkāpumu

64 Ar otro pamatu prasītāja norāda, ka Apelācijas padome esot kļūdaini uzskatījusi, ka izskatāmajā lietā nebija izpildīti Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumi.

65 Jāatgādina, ka atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktam, “ja 2. punkta nozīmē agrākās preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi neregistrē, ja tā ir identiska vai līdzīga agrākajai preču zīmei un to registrē precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem ir registrēta agrākā preču zīme, ja attiecībā uz agrāku Kopienas preču zīmi tā ir Kopienā pazīstama un attiecībā uz agrāku valsts preču zīmi tā ir pazīstama attiecīgajā dalībvalstī un ja pieteiktās preču zīmes izmantošanā bez pietiekama iemesla varētu netaisnīgi gūt labumu no agrākās preču zīmes atšķirīguma [atšķirtspējas] vai atpazīstamības vai tai kaitēt”.

66 Preču zīmes galvenā funkcija neapšaubāmi ir izcelsmes norādes funkcija, tomēr preču zīmei piemīt arī autonoma saimnieciskā vērtība, kas ir nodalāma no to preču vai pakalpojumu vērtības, attiecībā uz kuriem tā ir registrēta. Tādējādi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkts nodrošina preču zīmes ar reputāciju aizsardzību saistībā ar jebkādu identiskas vai līdzīgas preču zīmes registrācijas pieteikumu, kas varētu apdraudēt tās tēlu, pat ja ar registrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces nav līdzīgas tām, attiecībā uz kurām ir registrēta agrākā preču zīme (spriedumi, 2007. gada 22. marts, *Sigla/ITSB – Elleni Holding* (“VIPS”), T-215/03, Krājums, EU:T:2007:93, 35. punkts, un 2011. gada 8. decembris, *Aktieselskabet af 21. november 2001/ITSB – Parfums Givenchy* (“only givenchy”), T-586/10, EU:T:2011:722, 58. punkts).

67 No šīs tiesību normas formulējuma izriet, ka tās piemērošana ir pakļauta trim nosacījumiem, proti, pirmkārt, konfliktējošo preču zīmju identiskums vai līdzība, otrkārt, iebildumu pamatojumam norādītās agrākās preču zīmes reputācijas esamība un, treškārt, iespējas esamība, ka registrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanas bez pietiekama iemesla rezultātā netaisnīgi tiks gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai tai tiks nodarīts kaitējums. Šie trīs nosacījumi ir kumulatīvi, un viena no tiem neesamība ir pietiekama, lai minēto normu padarītu par nepiemērojamu (skat. spriedumu, 2014. gada 12. novembris, *Volvo Trademark/ITSB – Hebei Aulion Heavy Industries* (“LOVOL”), T-525/11, EU:T:2014:943, 18. punkts un tajā minētā judikatūra).

68 Turklāt Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā ir paredzēts, ka tajā minētie trīs kaitējumi, kad tie tiek norādīti, ir sekas zināmai agrākas un vēlākas preču zīmes līdzības pakāpei, kuras dēļ konkrētā sabiedrības daļa sasaista šīs abas preču zīmes, proti, nodibina starp tām saikni, pat ja šī sabiedrības daļa tās nesajauc (skat. spriedumu, 2012. gada 14. decembris, *Bimbo/ITSB – Grupo Bimbo* (“GRUPO BIMBO”), T-357/11, EU:T:2012:696, 29. punkts un tajā minētā judikatūra). Līdz ar to būtisks, netieši izteikts nosacījums, lai piemērotu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, ir šādas saiknes starp registrācijai pieteikto preču zīmi un agrāko preču zīmi no konkrētā sabiedrības daļas viedokļa esamība (skat. spriedumus, 2005. gada 25. maijs, *Spa Monopole/ITSB – Spa-Finders Travel Arrangements* (“SPA-FINDERS”), T-67/04, Krājums, EU:T:2005:179, 41. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2014. gada 11. decembris, *Coca-Cola/ITSB – Mitico* (“Master”), T-480/12, Krājums, EU:T:2014:1062, 26. punkts un tajā minētā judikatūra).

69 Šo ievada apsvērumu kontekstā būtu jāizskata prasītājas izvirzītais otrais pamats.

Par konkrēto sabiedrības daļu

- 70 Ir jāuzsver, ka, lai piemērotu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, tāpat kā šī paša panta 1. punkta piemērošanas ietvaros, konkrētās sabiedrības daļas definīcija ir nepieciešams priekšnoteikums. Konkrētāk, līdzības starp konfliktējošajiem apzīmējumiem esamība, agrākās preču zīmes iespējamā reputācija un, visbeidzot, saiknes starp konfliktējošajiem apzīmējumiem esamība ir jāizvērtē, ņemot vērā šo sabiedrību.
- 71 Turklāt ir jāatgādina, ka sabiedrības daļa, kas jāņem vērā, lai novērtētu viena no Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā paredzētajiem kaitējumiem esamību, ir atkarīga no agrākās preču zīmes īpašnieka apgalvotā kaitējuma. Tādējādi, ja runa ir par netaisnīgi gūtu labumu no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, konkrētā sabiedrības daļa, kuru ņemot vērā ir veicams vērtējums, ir preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir pieteikta vēlākā preču zīme, vidusmēra patērētājs (spriedums, 2009. gada 12. marts, *Antartica*/ITSB, C-320/07 P, EU:C:2009:146, 46.–48. punkts). Turpretī, ja runa ir par kaitējumu, kas tiek nodarīts agrākās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai, sabiedrības daļa, kuru ņemot vērā ir jāveic vērtējums, ir preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta šī preču zīme, vidusmēra patērētājs, kas ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs (skat. pēc analogijas spriedumu, 2008. gada 27. novembris, *Intel Corporation*, C-252/07, Krājums, EU:C:2008:655, 35. punkts).
- 72 Ņemot vērā iepriekš izklāstītos apvērumus attiecībā uz konkrētās sabiedrības daļas definīciju prasītājas pirmā pamata izskatīšanas ietvaros un faktu, ka tiesvedības dalībnieki šajā ziņā apstrīdēto lēmumu neapstrīd, ir jāuzskata, pirmkārt, ka attiecībā uz ar agrākām preču zīmēm aptvertajām precēm konkrēto sabiedrības daļu veido plaša Savienības sabiedrība un, otrkārt, ka attiecībā uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi konkrētās sabiedrības daļu saistībā ar 25. klasē ietilpstošajām precēm tāpat veido plaša Savienības patērētāju sabiedrība, turpretī saistībā ar 35. un 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem konkrēto sabiedrības daļu veido galvenokārt minēto nozaru profesionāļi.

Par konfliktējošo apzīmējumu līdzību

- 73 Kā pamatoti norāda Apelācijas padome, izskatāmajā lietā netiek apstrīdēts, ka konfliktējošie apzīmējumi ir identiski no fonētiska viedokļa un ļoti līdzīgi no vizuālā viedokļa. Tāpat tas ir arī saistībā ar konfliktējošo apzīmējumu konceptuālo salīdzinājumu. Vārdiskais elements “darjeeling”, kurš konfliktējošajiem apzīmējumiem ir kopīgs, var būt gan saistīts ar tējas šķirni “*Darjeeling*”, gan arī norādīt uz homonīmu Indijas reģionu.

Par agrāko preču zīmju reputāciju

- 74 Vispirms ir jāatgādina, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā nav definēts reputācijas jēdziens. Tomēr no Tiesas judikatūras par to, kā interpretēt 5. panta 2. punktu Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmajā direktīvā 89/104/EEK, ar ko tuvína dalībvalstu likumdošanu par preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), kura normatīvais saturs būtībā ir identisks Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktam, izriet – lai izpildītu nosacījumu attiecībā uz preču zīmes reputāciju, agrākajai preču zīmei jābūt pazīstamai nozīmīgā konkrētās sabiedrības daļā, kuru skar šīs preču zīmes aptvertās preces vai pakalpojumi (spriedums “TDK”, minēts 29. punktā, EU:T:2007:35, 48. punkts).
- 75 Protams, Tiesa šajā ziņā ir nospriedusi, ka, lai uzskatītu, ka preču zīmei ir reputācija, tai nav jābūt zināmā noteiktai konkrētās sabiedrības daļas procentuālajai daļai (skat. spriedumu “TDK”, minēts 29. punktā, EU:T:2007:35, 49. punkts un tajā minētā judikatūra). Tomēr, veicot agrākas preču zīmes reputācijas vērtējumu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē, ir jāņem vērā visi apstākļi, kam ir nozīme lietā, proti, it īpaši preču zīmes tirgus daļa, šīs preču zīmes izmantošanas intensitāte,

ģeogrāfiskā platība un ilgums, kā arī uzņēmuma šīs preču zīmes popularizēšanai ieguldīto investīciju apjoms (skat. spriedumu, 2012. gada 27. septembris, *El Corte Inglés/ITSB – Pucci International* (“Emidio Tucci”), T-373/09, EU:T:2012:500, 58. punkts un tajā minētā judikatūra).

- 76 Kā tika atgādināts iepriekš 33. un 34. punktā, norādēm, kuras var tirdzniecībā kalpot kā norādes uz aptverto preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, tiklīdz tās ir reģistrētas kā Kopienas kolektīvas preču zīmes atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktam un atkāpjoties no tās 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, tāpat kā visām Kopienas kolektīvajām preču zīmēm ir piemērojami minētās regulas noteikumi. Tātad ikviens vērtējums saistībā ar Kopienas preču zīmi, kas izriet no Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta, tostarp tās reputācijas vērtējums šīs pašas regulas 8. panta 5. punkta izpratnē, ir jāveic atbilstoši tiem pašiem kritērijiem, kādi ir piemērojami individuālajām preču zīmēm.
- 77 Izskatāmajā lietā iebildumu nodaļa noraidīja iebildumus tiktāl, ciktāl tie bija balstīti uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, uzskatot, ka, neraugoties uz pierādīto agrāko preču zīmju izmantošanu, prasītājas iesniegtie dokumenti un pierādījumi sniedza tikai nedaudz informācijas par šīs izmantošanas faktisko apjomu un nebija pietiekamu norāžu attiecībā uz atpazīstamības pakāpi, kādi agrākajām preču zīmēm bija no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa. Konkrētāk, Iebildumu nodaļa uzskatīja, ka prasītāja nav iesniegusi pietiekamas norādes saistībā ar agrāko preču zīmju pārdošanas apjomu, tirgus daļu vai popularizēšanas platību.
- 78 Savukārt Apelācijas padome, konstatējot, ka prasītājas izvirzītajos pierādījumos nav īpašas atsauces uz agrākajām preču zīmēm, secināja, ka Iebildumu nodaļa “ir varējusi uzskatīt, ka reputācija, kāda [esot] bijusi “Darjeeling” kā [aizsargātai ģeogrāfiskās izcelsmes norādei] attiecībā uz tēju, [esot] tikusi attiecināta uz tādu pašu aizsargātu apzīmējumu kā kolektīvo preču zīmi saistībā ar identiskām precēm, vismaz ciktāl tas attiec[ās] uz agrāko vārdisko preču zīmi”. Pēc tam tā noraidīja, ka būtu nozīmīgs apgalvotais fakts, ka to Savienībā pārdoto preču skaits, uz kurām ir izvietota agrākā preču zīme, nebija konkrēti norādīts, apgalvodama, ka tēja “Darjeeling” tika “pārdota Savienībā, kurā tai turklāt [esot] bijusi reputācija”. Runājot konkrētāk par agrāko grafisko preču zīmi, Apelācijas padome precizēja, ka “tiktāl, ciktāl iesniegtie pierādījumi [aplīdzināja] galvenokārt norādi uz vārdisko elementu “darjeeling””, tas, ka agrākā grafiskā preču zīme tika izmantota Savienībā, “[neesot pietiekami], lai secinātu, ka tai [bija] reputācija”. Visbeidzot, Apelācijas padome, pirms tā turpināja analīzi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nolūkā, apstrīdētā lēmuma 24. punktā apgalvoja, ka “katrā ziņā, pat ja agrāko preču zīmju reputācija būtu pierādīta, [neesot] bijuši izpildīti pārējie [Regulas Nr. 207/2009] 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumi”.
- 79 Ņemot vērā tikko izklāstīto, ir jākonstatē, ka, runājot par to, vai agrākajām preču zīmēm ir vai nav reputācija Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē, apstrīdētā lēmuma formulējums ir vismaz neskaidrs. Vienīgais teikums, kurš šajā apstrīdētā lēmuma sadaļā nav neskaidrs, ir tas, kas ir minēts iepriekš 78. punktā un ir ietverts apstrīdētā lēmuma 24. punktā. No šī teikuma izriet, ka Apelācijas padome nav galīgi konstatējusi agrāko preču zīmju reputācijas esamību. Atbildot uz jautājumiem Tiesas sēdē, ITSB apstiprināja galīgā konstatējuma šajā ziņā neesamību.
- 80 Tomēr, tā kā Apelācijas padome savu analīzi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nolūkā turpināja, ir jāuzskata, ka šī analīze ir balstīta uz hipotētisku premisu, ka agrāko preču zīmju reputācija ir tikusi pierādīta.
- 81 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka, lai gan reputācija ir viens no kumulatīviem Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumiem, agrākas preču zīmes vai agrāku preču zīmju reputācija un it īpaši tās intensitāte ir viens no faktoriem, kurš ir jāņem vērā, gan novērtējot asociācijas saiknes esamību starp agrākajām preču zīmēm un reģistrācijai pieteikto preču zīmi sabiedrības apziņā, gan risku, ka tiks nodarīts viens no trim šajā pašā tiesību normā paredzētajiem kaitējumiem (skat. pēc analogijas spriedumus *Intel Corporation*, minēts 71. punktā, EU:C:2008:655, 42. punkts, un *Specsavers International Healthcare u.c.*, minēts 62. punktā, EU:C:2013:497, 39. punkts un tajā minētā judikatūra).

- 82 No šīs judikatūras izriet, ka agrākas preču zīmes vai agrāku preču zīmju reputācijas esamības vērtējums ir nepieciešams posms Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērojamības pārbaudē. Līdz ar to minētā panta piemērošana noteikti prasa galīgu secinājumu par šādas reputācijas esamību vai neesamību, kas principā izslēdz to, ka analīze saistībā ar šī panta iespējamo piemērošanu tiek veikta, pamatojoties uz nepārliciecināšu pieņēmumu, proti, pieņēmumu, kurš nav balstīts uz konkrētas intensitātes reputācijas atzinumu.
- 83 Jāsecina, ka izskatāmajā lietā Apelācijas padome nav izteikusi šādu nepārliciecināšu pieņēmumu. Tieši no apstrīdētā lēmuma 24. punkta, citēts iepriekš 78. punktā, formulējuma izriet, ka Apelācijas padome ir balstījies uz hipotētisku premisu, ka agrākajām preču zīmēm ir noteiktas intensitātes reputācija, proti, tādas intensitātes, kas atbilst tai, kuru prasītāja centās pierādīt kompetentajās ITSB instancēs.
- 84 Šajās instancēs prasītāja centās pierādīt īpaši augstas intensitātes reputāciju. Šajā ziņā ir raksturīgi, ka prasītāja, iesniedzot dažādus pierādījumus, savu iebildumu pamatojumam izteiktajos apsvērumos norādīja, ka tēja “Darjeeling” tiek uzskatīta par “tēju šampanieti” un ka “DARJEELING” kopš vairāk nekā 150 gadiem [esot] izcila reputācija kā visaugstākās kvalitātes tējai”.
- 85 Tātad ir jāuzskata, ka Apelācijas padome analīzes turpināšanas nolūkos ir balstījies uz hipotētisku premisu, ka agrākajām preču zīmēm bija reputācija Savienības teritorijā, turklāt šīs reputācijas intensitāte bija īpaši augsta.
- 86 Līdz ar to atliek pārbaudīt vērtējumu, kurš, pamatojoties uz šo Apelācijas padomes hipotētisko premisu, ir veikts Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nolūkā, proti, pirmkārt, saiknes starp konfliktējošajiem apzīmējumiem konkrētās sabiedrības daļas apziņā esamības vērtējumu un, otrkārt, trīs minētajā pantā norādīto risku esamības vērtējumu.

Par saiknes sabiedrības apziņā esamību

- 87 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, tas, vai pastāv saikne starp reģistrācijai pieteikto preču zīmi un agrāko preču zīmi ar reputāciju, ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus izskatāmajā lietā nozīmīgos faktorus, starp kuriem ir konfliktējošo preču zīmju līdzības pakāpe, preču vai pakalpojumu, uz kuriem attiecas konfliktējošās preču zīmes, raksturs, tostarp šo preču vai pakalpojumu, kā arī konkrētās sabiedrības daļas līdzības vai atšķirības pakāpe, agrākās preču zīmes reputācijas intensitāte, agrākās preču zīmes atšķirtspējas, raksturīguma vai izmantošanas rezultātā iegūtās atšķirtspējas pakāpe un sajaukšanas iespējas esamība sabiedrības apziņā (rikojums, 2009. gada 30. aprīlis, *Japan Tobacco/ITSB*, C-136/08 P, EU:C:2009:282, 26. punkts; spriedumi *Intel Corporation*, minēts 71. punktā, EU:C:2008:655, 42. punkts, un 2012. gada 6. jūlijs, *Jackson International/ITSB – Royal Shakespeare* (“ROYAL SHAKESPEARE”), T-60/10, EU:T:2012:348, 21. punkts).
- 88 Ja šādas asociēšanas saiknes sabiedrības apziņā nav, ar vēlākas preču zīmes izmantošanu nevar netaisnīgi tikt gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai nodarīts kaitējums šai atšķirtspējai vai reputācijai (skat. rikojumu *Japan Tobacco/ITSB*, minēts 87. punktā, EU:C:2009:282, 27. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 89 Izskatāmajā lietā, lai gan apstrīdētajā lēmumā ir noteikts, ka trīs Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā minētie kaitējumi “ir sekas zināmai agrākas un vēlākas preču zīmes līdzības pakāpei, kuras dēļ konkrētā sabiedrības daļa sasaista šīs abas preču zīmes, proti, nodibina starp tām saikni”, tomēr nekāda konkrēta analīze šādai saiknei nav veltīta.
- 90 Savā atbildes rakstā ITSB norāda, ka Apelācijas padome netieši šādu saikni ir noraidījusi. Šajā ziņā tas atsaucas uz apstrīdētā lēmuma 29. un 36. punktu. Tajos Apelācijas padome ir uzskatījusi, pirmkārt, ka, ņemot vērā konstatētās ārkārtīgi lielās atšķirības starp ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm un pakalpojumiem, patērētāji neuzskatīs, ka starp tējas ražotājiem un personas, kas iestājusies

lietā, sabiedrību pastāvētu jebkāda saistība un, otrkārt, ka, tā kā ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertas preces un pakalpojumi no komerciāla viedokļa ir pilnīgi atšķirīgi no prasītājas precēm, esot “maz ticams, ka konkrētā sabiedrības daļa saskat[ītu] intelektuālu saikni” starp preču zīmēm.

- 91 Tomēr ir jānorāda, ka, ņemot vērā iepriekš 88. punktā minēto judikatūru, ja Apelācijas padome patiešām būtu secinājusi, ka nevar tikt nodibināta saikne starp konfliktējošajiem apzīmējumiem, šis secinājums būtu bijis pietiekams, lai izslēgtu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanu. Taču Apelācijas padome turpināja savu analīzi, lai novērtētu, vai pastāv kāds no trim šajā pantā norādītajiem riskiem.
- 92 Tātad, ņemot vērā no apstrīdētā lēmuma šajā ziņā izrietošo neskaidrību un to, ka Apelācijas padome tomēr ir turpinājusi savu analīzi, ir jāuzskata, ka tā attiecībā uz saiknes iepriekš minētās judikatūras izpratnē esamību vai neesamību rīkojās tāpat, kā tā rīkojās saistībā ar iespējamo agrāko preču zīmju reputācijas esamību vai neesamību, proti, tā turpināja savu analīzi, nepaužot galīgos secinājumus saistībā ar saiknes starp konfliktējošajiem apzīmējumiem esamību vai neesamību, bet pamatojoties uz hipotētisku premisu, ka minētā saikne varētu tikt pierādīta.
- 93 Pirms tālāk tiek veikta apstrīdētā lēmuma pārbaude saistībā ar pēdējo Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumu, proti, šajā tiesību normā minēto trīs risku esamības vērtējumu, ir jāapkopo iepriekš izklāstītais, atgādinot, ka Apelācijas padome savu analīzi ir veikusi minētās tiesību normas piemērošanas nolūkā, pamatojoties uz divām hipotētiskām premisām: pirmā – ka agrākajām preču zīmēm ir reputācija, kuras intensitāte ir tāda, kādu tām piedēvēja prasītāja, proti, īpaši augsta; otrā – ka ir iespējams, ka konkrētā sabiedrības daļa saskatīs saikni starp konfliktējošajiem apzīmējumiem.

Par Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā minētajiem riskiem

- 94 Vispirms ir jāatgādina, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā ir paredzēti trīs dažādu veidu riski, proti, ka ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu bez pietiekama iemesla, pirmkārt, tiek nodarīts kaitējums agrākās preču zīmes atšķirtspējai, otrkārt, tiek nodarīts kaitējums agrākās preču zīmes reputācijai vai, treškārt, netaisnīgi tiek gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas. Ņemot vērā Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta redakciju, pietiek, ka pastāv viens no šo iepriekš minēto risku veidiem, lai būtu piemērojams šis noteikums (spriedums “VIPS”, minēts 66. punktā, EU:T:2007:93, 36. punkts).
- 95 Kā tika atgādināts iepriekš 71. punktā, tas, vai pastāv risks, ka tiks radīti aizskārumi, kas nodarīti ar kaitējumu agrākās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai, ir jāvērtē, ņemot vērā preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta šī preču zīme, vidusmēra patērētājs, kas ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs. Turpretī kaitējuma, kad netaisnīgi tiek gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, esamība, ciktāl tas, kas ir aizliegts, ir labums, ko no šīs preču zīmes gūst vēlākās preču zīmes īpašnieks, ir jāvērtē, ņemot vērā preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir iesniegts vēlākās preču zīmes reģistrācijas pieteikums, vidusmēra patērētāju, kas ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs.
- 96 Turklāt, ja saiknes esamība starp konfliktējošajiem apzīmējumiem sabiedrības apziņā ir nepieciešams Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījums, tā pati par sevi nav pietiekama, lai varētu secināt, ka pastāv viens no trim šajā tiesību normā minētajiem riskiem (skat. spriedumu “ROYAL SHAKESPEARE”, minēts 87. punktā, EU:T:2012:348, 20. punkts un tajā minētā judikatūra). Tādējādi saiknes starp konfliktējošajām preču zīmēm esamība neatbrīvo agrākās preču zīmes īpašnieku no pienākuma sniegt pierādījumus par reālu un pastāvošu kaitējumu tā preču zīmei Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē vai par nopietnu risku, ka šāds kaitējums radīsies nākotnē (skat. pēc analogijas spriedumu *Intel Corporation*, minēts 71. punktā, EU:C:2008:655, 71. punkts).

- 97 No judikatūras izriet, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta mērķis nav radīt šķēršļus ikvienas preču zīmes reģistrācijai, kas ir identiska vai līdzīga preču zīmei, kurai ir reputācija. Šīs normas mērķis ir tostarp sniegt valsts vai Kopienas preču zīmes, kurai ir reputācija, īpašniekam iespēju iebilst pret tādas preču zīmes reģistrāciju, kas var vai nu radīt kaitējumu agrākās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai, vai netaisnīgi gūt labumu no šīs reputācijas vai atšķirtspējas. Šajā ziņā ir jāprecizē, ka agrākās preču zīmes īpašniekam nav jāpierāda, ka pastāv reāls un aktuāls kaitējums viņa preču zīmei. Tomēr viņam ir jāsniedz pierādījumi, kas ļautu konstatēt *prima facie* nākotnē paredzamu, bet ne hipotētisku, netaisnīgu labuma gūšanas vai kaitējuma iespēju (skat. spriedumu “VIPS”, minēts 66. punktā, EU:T:2007:93, 46. punkts un tajā minētā judikatūra). Šādu secinājumu var izdarīt, it īpaši pamatojoties uz loģiskiem secinājumiem, kas izriet no iespējamību analīzes, un ņemot vērā parasto praksi attiecīgajā komercnozārē, kā arī jebkuru citu šīs lietas apstākli (spriedumi, 2012. gada 10. maijs, *Rubinstein un L’Oréal/ITSB*, C-100/11 P, Krājums, EU:C:2012:285, 95. punkts, un 2014. gada 9. aprīlis, *EI du Pont de Nemours/ITSB – Zueco Ruiz (“ZYTEL”)*, T-288/12, EU:T:2014:196, 59. punkts).
- 98 Ņemot vērā šos apsvērumus, ir jāpārbauda, vai Apelācijas padome pamatoti ir secinājusi, ka neviens no trim Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā paredzētajiem riskiem izskatāmajā lietā nevar tikt pierādīts.
- Par agrāko preču zīmju atšķirtspējai nodarīto kaitējumu
- 99 Kaitējums preču zīmes atšķirtspējai, ko apzīmē arī kā “atšķaidīšanu”, “samazināšanu” vai “pārklāšanu”, rodas tādēļ, ka tiek vājināta šīs preču zīmes spēja identificēt preces vai pakalpojumus, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, jo tas, ka trešā persona izmanto identisku vai līdzīgu apzīmējumu, izraisa preču zīmes identitātes un tās ietekmes uz sabiedrības apziņu izkliešanās. It īpaši tas tā ir gadījumā, kad preču zīme, kas radīja tūlītēju asociāciju ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, vairs to nespēj (skat. spriedumu, 2009. gada 18. jūnijs, *L’Oréal u.c.*, C-487/07, Krājums, EU:C:2009:378, 39. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 100 Saskaņā ar judikatūru pierādījums par to, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošana nodara vai varētu nodarīt kaitējumu agrākās preču zīmes atšķirtspējai, prezumē, ka tiek pierādītas izmaiņas preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta agrākā preču zīme, vidusmēra patērētāja ekonomiskajā rīcībā sakarā ar vēlākas preču zīmes izmantošanu vai nopietnu risku, ka šādas izmaiņas radīsies nākotnē (šajā ziņā skat. spriedumu, 2013. gada 14. novembris, *Environmental Manufacturing/ITSB*, C-383/12 P, Krājums, EU:C:2013:741, 34. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 101 Kā tiesa ir uzsvērusi, ar jēdzienu “izmaiņas vidusmēra patērētāja ekonomiskajā rīcībā” tiek izvirzīts objektīva rakstura nosacījums. Šīs izmaiņas nevar izsecināt tikai no tādiem subjektīviem elementiem kā tikai patērētāju uztvere. Vienīgi fakts, ka patērētāji ievēro jauna agrākam apzīmējumam līdzīga apzīmējuma esamību, pats par sevi nav pietiekams, lai pierādītu agrākās preču zīmes atšķirtspējai nodarītā kaitējuma vai šī kaitējuma riska esamību Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē (spriedums *Environmental Manufacturing/ITSB*, minēts 100. punktā, EU:C:2013:741, 37. punkts).
- 102 Regulā Nr. 207/2009 un judikatūrā agrākās preču zīmes īpašniekam netiek prasīts sniegt faktiska kaitējuma pierādījumus, bet tiek pieļauts arī šāda kaitējuma būtisks risks, kas ļauj izmantot loģiskus secinājumus (spriedums *Environmental Manufacturing/ITSB*, minēts 100. punktā, EU:C:2013:741, 42. punkts). Tomēr šādi secinājumi nedrīkst izrietēt no vienkāršiem pieņēmumiem, bet šādu secinājumus ir jāizdara, pamatojoties uz iespējamību pārbaudi, kurā ir ņemta vērā ierastā prakse nozīmīgajā komercnozārē, kā arī visi pārējie šīs lietas apstākļi (spriedums *Environmental Manufacturing/ITSB*, minēts 100. punktā, EU:C:2013:741, 43. punkts). No Tiesas judikatūras izriet, ka, atsaucoties uz iepriekš minēto jēdzienu, Tiesa, lai varētu konstatēt agrākās preču zīmes atšķirtspējai nodarīto kaitējumu vai šī kaitējuma risku iepriekš minētās tiesību normas izpratnē, skaidri ir izteikusi vajadzību pieprasīt augstāku pierādījuma standartu (spriedums *Environmental Manufacturing/ITSB*, minēts 100. punktā, EU:C:2013:741, 40. punkts).

- 103 Izskatāmajā lietā Apelācijas padome ir izslēgusi risku, ka agrākajām preču zīmēm var tikt nodarīts kaitējums, ņemot vērā to, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces un pakalpojumi bija pilnīgi atšķirīgi no precēm, kas aptvertas ar agrākajām preču zīmēm, un apgalvojot, ka prasītājas minētais risks šķiet pilnīgi hipotētisks. Turklāt tā ir norādījusi, ka, tā kā vārds “*darjeeling*” ir ģeogrāfisks nosaukums, konkrētā sabiedrības daļa nebūs pārsteigta, ka dažādi uzņēmumi to var izmantot dažādu nozaru tirgos, lai gan runa ir par aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norādi attiecībā uz tēju.
- 104 Prasītāja atsaucas uz judikatūru *Environmental Manufacturing*, minēta iepriekš 100. punktā (EU:C:2013:741), un uzskata, ka pastāv vismaz būtisks risks, ka nākotnē notiks izmaiņas vidusmēra patērētāja ekonomiskajā rīcībā. Šajā ziņā tā apgalvo, ka, ciktāl ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču izcelsme nav no Dārdžilingas [*Darjeeling*] reģiona (Indija), tas radīs apjukumu vidusmēra patērētājam ne tikai saistībā ar to izcelsmi, bet arī saistībā ar tās tējas izcelsmi, kas tam tiek piedāvāta kā “*Darjeeling*” tēja. Tādējādi, pēc prasītājas domām, personas, kas iestājusies lietā, veiktā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošana ļoti negatīvi ietekmēs ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “*Darjeeling*” reputāciju un specifiskumu, kā arī tās spēju pildīt savu pamatfunkciju, proti, nodrošināt patērētājam to tējas produktu ģeogrāfisko izcelsmi, kuri tam tiek piedāvāti ar Kopienas kolektīvajām preču zīmēm.
- 105 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.
- 106 Ir jākonstatē, tāpat kā to dara persona, kas iestājusies lietā, un ITSB, ka prasītājas argumenti nav pietiekami, lai pierādītu būtisku risku, ka agrāko preču zīmju atšķirtspējai tiks nodarīts kaitējums nesenās Tiesas judikatūras izpratnē, kurā, kā tas izriet no 102. punkta, lai apstiprinātu šādu risku, tiek prasīts augstāks pierādījuma standarts. Konkrētāk, neviens no prasītājas izvirzītajiem argumentiem neļauj pierādīt būtisku risku, ka nākotnē notiks izmaiņas vidusmēra patērētāja ekonomiskajā rīcībā, ņemot vērā ierasto praksi izskatāmajā lietā nozīmīgajās komercnozārēs.
- 107 Kā izriet no apstrīdētā lēmuma un ņemot vērā pilnīgu ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču un pakalpojumu līdzības neesamību, prasītājas izvirzītais risks šķiet pilnībā hipotētisks.
- 108 Šajā ziņā no judikatūras izriet, ka agrāko preču zīmju kā kolektīvu preču zīmju reģistrācija pati par sevi nerada pieņēmumu par vidējas atšķirtspējas esamības prezumpciju (rikojums, 2013. gada 21. marts, *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/ITSB*, C-393/12 P, EU:C:2013:207, 36. punkts, un spriedums “HELLIM”, minēts 42. punktā, EU:T:2012:292, 52. punkts).
- 109 Kā tika norādīts apstrīdētajā lēmumā, vārdiskais elements “*darjeeling*”, kurš vienīgais veido agrāko vārdisko preču zīmi un kuru ietver agrākā grafiskā preču zīme, ir ģeogrāfisks nosaukums. Neatkarīgi no tā, vai tādēļ minētajam vārdiskajam elementam ir īpaša atšķirtspēja (skat. pēc analogijas rikojumu *Foundation for the Protection of the Traditional Cheese of Cyprus named Halloumi/ITSB*, minēts 108. punktā, EU:C:2013:207, 33. punkts), ir jāatgādina, ka Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta otrajā teikumā ir noteikts, ka kolektīva preču zīme, kas reģistrēta atbilstoši minētajai tiesību normai, nedod tiesības tās īpašniekam aizliegt trešajām personām šos apzīmējumus vai norādes izmantot tirdznieciskos darījumos, ar nosacījumu, ka trešās personas rūpnieciskos vai komercdarījumos tās izmanto godīgi un it īpaši ka šo preču zīmi nevar izmantot pret trešo personu, kam ir tiesības izmantot ģeogrāfisku nosaukumu.
- 110 Ņemot vērā iepriekš izklāstīto, ir jākonstatē, ka, tā kā nav pierādījumu, kas pamatotu būtisku izmaiņu vidusmēra patērētāja ekonomiskajā rīcībā risku, risks, ka agrāko preču zīmju atšķirtspējai tiks nodarīts kaitējums, nevar tikt pamatots vienīgi ar konfliktējošo apzīmējumu līdzību, vēl jo vairāk tādēļ, ka izskatāmajā lietā nav izslēgts, ka vārdiskais elements “*darjeeling*” var tikt izmantots citās preču zīmēs nekā agrākā preču zīme, kā tas izriet no Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta otrā teikuma (skat. pēc analogijas spriedumu, 2008. gada 30. janvāris, *Japan Tobacco/ITSB – Torrefacção Camelo* (“CAMELO”), T-128/06, EU:T:2008:22, 58. punkts un tajā minētā judikatūra). Tātad Apelācijas padome pamatoti ir uzskatījusi, ka konkrētā sabiedrības daļa nebūs pārsteigta, ka dažādi uzņēmumi

vārdisko elementu “darjeeling” ir izmantojuši dažādu nozaru tirgos, un tādējādi noraidījusi riska, ka agrāko preču zīmju atšķirtspējai tiks nodarīts kaitējums, esamību. Šajā ziņā ir jānoraida prasītājas arguments, saskaņā ar kuru vidusmēra patērētājs nekad neesot ticis konfrontēts ar iespēju, ka precei vai pakalpojumam, kas tam ir piedāvāts ar preču zīmi “DARJEELING”, nav nekāda saikne ar Dārdžilingu, ciktāl nav iesniegts neviens pierādījums, kas spētu pamatot šo apgalvojumu.

- 111 Turklāt, kā apgalvo ITSB, starp ģeogrāfisko nosaukumu “Darjeeling” un tēju “Darjeeling” pastāv vienreizēja saikne, kāda nepastāv starp minēto nosaukumu un precēm un pakalpojumiem, kas aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi. Prasītāja nav iesniegusi nevienu pierādījumu, kurš varētu pamatot, ka, pēc ieinteresēto personu domām, attiecīgais ģeogrāfiskais nosaukums faktiski būtu saistīts ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aptvertajām precēm vai pakalpojumiem vai ka ieinteresētie uzņēmumi minēto nosaukumu varētu izmantot kā [minēto preču vai pakalpojumu] ģeogrāfiskās izcelsmes norādi (šajā ziņā un pēc analogijas skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, Krājums, EU:C:1999:230, rezolutīvās daļas 1) punkts; ģenerāladvokāta G. Kosmas [*G. Cosmas*] secinājumus apvienotājās lietās *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, Krājums, EU:C:1998:198, 36. un 46. punkts, un spriedumu, 2003. gada 15. oktobris, *Nordmilch/ITSB* (“OLDENBURGER”), T-295/01, Krājums, EU:T:2003:267, 33. punkts). Šajā ziņā prasītājas izvirzītais arguments, saskaņā ar kuru Indija esot valsts, kurā tiek ražoti apģērbi, pats par sevi nav pietiekams, lai pierādītu šādu specifisku saikni. Tātad ir maz ticams, ka konkrētā sabiedrības daļa varētu tikt vedināta domāt, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu izcelsme ir no Dārdžilingas reģiona, un vēl jo mazāk, to konstatējot, šaubīties par ar agrākajām preču zīmēm aptverto preču izcelsmi, kas, pēc prasītājas domām, radītu izmaiņas vidusmēra patērētāja ekonomiskajā rīcībā iepriekš 100. punktā minētās judikatūras izpratnē.
- 112 Katrā ziņā, pat pieņemot, ka atbilstoši prasītājas norādītajam agrākai vārdiskajai preču zīmei ir augsta atšķirtspēja, ko tai piešķir tās, kā apgalvots, īpaši augstā reputācija – hipotētiskā premisa, uz kuru turklāt ir balstīts apstrīdētais lēmums (skat. iepriekš 83. punktu) –, prasītāja nav iesniegusi nevienu pierādījumu, kas ļautu pamatot būtisku izmaiņu vidusmēra patērētāja ekonomiskajā rīcībā risku iepriekš 100. punktā minētās judikatūras izpratnē.
- 113 Tādējādi ir jāapstiprina Apelācijas padomes secinājums attiecībā uz riska, ka agrāko preču zīmju atšķirtspējai tiks nodarīts kaitējums, neesamību.
- Par agrāko preču zīmju reputācijai nodarīto kaitējumu
- 114 Kaitējums preču zīmes reputācijai, ko apzīmē arī kā “aptraipīšanu” vai “pasliktināšanu”, rodas tad, ja preces vai pakalpojumus, attiecībā uz kuriem trešā persona izmanto identisku vai līdzīgu apzīmējumu, sabiedrība var uztvert tādā veidā, ka preču zīmes pievilksanas spēks ir mazināts. Šāda kaitējuma draudi var izrietēt it īpaši no tā, ka trešās personas piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem piemīt kāda pazīme vai īpašība, kas var negatīvi ietekmēt preču zīmes tēlu (spriedums *L’Oréal* u.c., minēts 99. punktā, EU:C:2009:378, 40. punkts).
- 115 Izskatāmajā lietā Apelācijas padome uzskatīja, ka prasītāja nav iesniegusi nevienu argumentu saistībā ar kaitējumu, kāds, iespējams, varētu tikt nodarīts agrāko preču zīmju reputācijai, un ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto apģērbus un pakalpojumu vispārēji radītais iespaids nebija negatīvs.
- 116 Šajā ziņā prasītāja vienīgi ir norādījusi uz iespējamo personas, kas iestājusies lietā, “parazītisko” rīcību, kura apdraudot agrākās preču zīmes kā ģeogrāfiskas izcelsmes norādes pievilksanas spēku, jo, ja ar tādu pašu preču zīmi tiktu piedāvātas citas preces un pakalpojumi, kas nav tēja, tā vairs nevarētu kalpot par vienreizēju ģeogrāfiskās izcelsmes norādi tējas apzīmēšanai. Turklāt tā atsauca uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes grafisko attēlu un, konkrētāk, punktiem, kuriem ir tējas lapu forma, uz burtiem “j” un “i”.

- 117 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.
- 118 Ir jākonstatē, ka prasītāja nav izvirzījusi nevienu specifisku argumentu, lai pierādītu būtisku risku, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošana var radīt kaitējumu agrāko preču zīmju reputācijai iepriekš 114. punktā minētās judikatūras izpratnē. Šajā ziņā tā nav norādījusi ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču vai pakalpojumu īpašības vai kvalitātes, kuras varētu atstāt negatīvu ietekmi uz agrāko preču zīmju iespaidu.
- 119 Turklāt, kā norādīja Apelācijas padome, neviens no lietas materiāliem neļauj pierādīt, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto apģērbu un pakalpojumu vispārēji radītais iespaids ir negatīvs. Kā savā atbildes rakstā uzsver ITSB, pie tam nav tādu antagonismu starp tējas un ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču vai pakalpojumu izmantošanas raksturu un veidu, kuru dēļ agrāko preču zīmju iespaids varētu tikt sabojāts ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu (šajā ziņā skat. spriedumu “CAMELO”, minēts 110. punktā, EU:T:2008:22, 62. punkts).
- 120 Turpinot, ņemot vērā iepriekš 111. punktā izklāstīto, vienreizējā saikne, kas pastāv starp Dārdžilingas ģeogrāfisko reģionu un ar agrākajām preču zīmēm aptverto preču kategoriju, un šādas saiknes starp ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām precēm un pakalpojumiem un minēto reģionu neesamība palielina agrāko preču zīmju pievilksanas spēka mazināšanās riska hipotētisko raksturu.
- 121 Šie secinājumi nav apšaubāmi ar prasītājas argumentu, kas attiecas uz burtu “j” un “i” grafisko attēlu reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē. Pat pieņemot, ka punkti, kas ir uz minētajiem burtiem, patiešām līdzinās lapām, konkrētāk – tējas lapām, un var tikt pierādīta saikne starp konfliktējošajiem apzīmējumiem sabiedrības apziņā, atbilstoši iepriekš 96. punktā minētajai judikatūrai, šī saikne pati par sevi nevar būt pietiekama, lai tiktu secināts, ka pastāv Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā minētie riski.
- 122 Līdz ar to ir jākonstatē, ka Apelācijas padome pamatoti ir uzskatījusi, ka nepastāv risks, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošana rada kaitējumu agrāko preču zīmju reputācijai, pat no hipotētiskas premisas viedokļa, uz kuru iz balstīts apstrīdētais lēmums, to uzskatot par īpaši augstu.
- Par netaisnīgi gūtu labumu no agrāko preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas
- 123 Jēdziens “no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas netaisnīgi gūts labums”, ko apzīmē arī kā “parazītismu” un “*free-riding*”, ir saistīts ne tikai ar kaitējumu, kas nodarīts preču zīmei, bet arī ar priekšrocībām, kuras trešā persona guvusi no identiska vai līdzīga apzīmējuma izmantošanas. Tas attiecas it īpaši uz gadījumiem, kad, ņemot vērā preču zīmes iespaidu vai tās īpašību pārņemšanu uz precēm, kas apzīmētas ar identisko vai līdzīgo apzīmējumu, pastāv acīmredzama ar reputāciju apveltītās preču zīmes atstātā iespaida izmantošana (skat. pēc analogijas spriedumu *L’Oréal* u.c., minēts 99. punktā, EU:C:2009:378, 41. punkts). Labuma netaisnīgais raksturs šādos apstākļos izrietot no tā, ka bez jebkādas finanšu atlīdzības un bez vajadzības šajā ziņā ieguldīt paša spēkus tiek izmantotas agrākās preču zīmes īpašnieka veiktās komerciāla rakstura pūles, lai radītu un uzturētu šīs preču zīmes iespaidu (skat. spriedumu “ROYAL SHAKESPEARE”, minēts 87. punktā, EU:T:2012:348, 56. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 124 Atbilstoši iepriekš minētajai judikatūrai un atšķirībā no Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā minētās sajukšanas iespējas, risks, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes bez pietiekama iemesla izmantošanas dēļ netaisnīgi tiks gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, joprojām pastāv, ja patērētāju, obligāti nesajaucot ar konfliktējošajām preču zīmēm aptverto preču vai pakalpojumu izcelsmi, īpaši piesaista reģistrācijas pieteicēja preces vai pakalpojumi tikai tādēļ, ka tos apzīmē agrākajai preču zīmei ar reputāciju identiska vai līdzīga preču zīme. Tas prasa pierādījumu par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes asociēšanu ar identiskas vai līdzīgas agrākās

- preču zīmes pozitīvajām īpašībām, kuru dēļ varētu notikt acīmredzama ekspluatēšana vai parazitisms ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi (skat. spriedumu “CAMELO”, minēts 110. punktā, EU:T:2008:22, 65. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 125 Lai noteiktu, vai apstrīdētā apzīmējuma izmantošanas rezultātā netaisnīgi tiek gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, ir jāveic visaptverošs novērtējums, kurā tiek ņemti vērā visi atbilstošie attiecīgam gadījumam raksturīgie faktori, kuru skaitā ir arī preču zīmes reputācijas intensitāte un atšķirtspējas pakāpe, konfliktējošo preču zīmju līdzības pakāpe, kā arī attiecīgo preču vai pakalpojumu raksturs un pielīdzināmības pakāpe. Attiecībā uz preču zīmes reputācijas intensitāti un atšķirtspējas pakāpi Tiesa jau ir nospriedusi, ka jo nozīmīgāka ir šīs preču zīmes atšķirtspēja un reputācija, jo vieglāk var pieļaut kaitējuma esamību (skat. pēc analogijas spriedumu *Specsavers International Healthcare* u.c., minēts 62. punktā, EU:C:2013:497, 39. punkts un tajā minētā judikatūra). No judikatūras arī izriet, ka, jo ātrāk un spēcīgāk apzīmējums atsauc atmiņā preču zīmi, jo nozīmīgāks ir risks, ka apzīmējuma faktiskās vai nākotnē iespējamās izmantošanas rezultātā netaisnīgi tiek gūts labums no preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas (skat. spriedumus “GRUPO BIMBO”, minēts 68. punktā, EU:T:2012:696, 43. punkts un tajā minētā judikatūra, un “ROYAL SHAKESPEARE”, minēts 87. punktā, EU:T:2012:348, 54. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 126 Izskatāmajā lietā Apelācijas padome ir noraidījusi risku, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi netaisnīgi tiek gūts labums no agrāko preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas. Tā uzskatīja, ka, ņemot vērā pilnīgu ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču un pakalpojumu līdzības neesamību, patērētāji neuzskatīs, ka pastāv jebkāda saistība starp tējas ražotājiem un reģistrācijas pieteikuma iesniedzēju sabiedrību, kura piedāvā apģērbus un ar tiem saistītus pakalpojumus. Tā secināja, ka prasītāja nav pierādījusi, kādā ziņā apģērba preču zīme varētu gūt priekšrocības, ja tā tiktu asociēta ar preču zīmi, kurai ir reputācija augstas kvalitātes tējas dēļ, ciktāl apģērba nozarē luksusa iespaids ir atkarīgs no atšķirīgiem nosacījumiem un faktoriem nekā tējas nozares nosacījumi un faktori. Visbeidzot tāpat tas ir attiecībā uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem un 35. un 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, kuri atbilstoši apstrīdētajam lēmumam netika īpaši piedāvāti saistībā ar apģērbiem.
- 127 Prasītāja norāda uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādes “Darjeeling” radītā iespaida attiecināšanu komerciālajām interesēm, kas ir personai, kas iestājusies lietā, kura gūs priekšrocības no tā un no agrāko kolektīvo preču zīmju pievilksanas spēka, no to reputācijas un prestiža, kā arī no preču zīmes “DARJEELING” izstarotā iespaida.
- 128 Prasītāja turklāt apgalvo, ka nekas neattaisno to, ka persona, kas iestājusies lietā, izmanto ģeogrāfiskās izcelsmes norādi “Darjeeling” attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuru izcelsme nav no Dārdžilingas reģiona un kuriem nav nekādas saiknes ar šo reģionu. Visbeidzot, tā uzskata, ka vienīgais iemesls, kura dēļ Francijas sabiedrība, proti, persona, kas iestājusies lietā, esot izvēlējusies tādu indiešu vārdu kā *Darjeeling*, ir tas, ka šis vārds ir slavens un tam ir reputācija Savienībā.
- 129 ITSB apgalvo, ka prasītāja nevarot pierādīt risku, ka no reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanas automātiski netaisnīgi tiks gūts labums, ņemot vērā agrāko apzīmējumu reputāciju un to stipro līdzību. ITSB uzsver, ka prasītāja nav nedz izvirzījusi argumentus, ar kuriem varētu tikt paskaidrots, kā agrākās preču zīmes iespaids varētu tikt attiecināts uz apstrīdēto preču zīmi, nedz arī precizējusi ar šo preču zīmi asociētas specifiskas pozitīvas īpašības.
- 130 ITSB turklāt apgalvo, ka šī iespaida pārnešana izskatāmajā lietā nav paredzama, ciktāl, tā kā starp ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm un pakalpojumiem pastāv ārkārtīgi lielas atšķirības, patērētāji neuzskatīs, ka pastāv jebkāda saistība starp tējas ražotājiem un personu, kas iestājusies lietā, jo luksuss abās attiecīgajās nozarēs, proti, apģērba nozarē un tējas nozarē, veidojas atšķirīgi.

- 131 Visbeidzot, ITSB uzskata, ka prasītājas arguments, kas ir saistīts ar iespējamo personas, kas iestājusies lietā, nodomu ekspluatēt agrākās preču zīmes reputāciju, neko nepierāda, jo tas, ka persona, kas iestājusies lietā, izmanto vārdisko elementu “darjeeling”, kas ir ģeogrāfisks nosaukums, principā ir leģitīmi.
- 132 Savukārt persona, kas iestājusies lietā, būtībā apgalvo, ka Apelācijas padome savus apsvērumus saistībā ar būtiska riska, ka no agrākās preču zīmes vai agrāko preču zīmju reputācijas vai atšķirtspējas netaisnīgi tiks gūts labums, neesamību pamatoti ir balstījusi uz ārkārtīgi lielajām atšķirībām, kas pastāv starp izskatāmajā lietā norādītajām precēm un pakalpojumiem un to, ka nav izpildīts neviens no Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā paredzētajiem nosacījumiem.
- 133 Vispirms ir jānorāda, ka atbilstoši iepriekš 123. punktā atgādinātajam no pastāvīgās judikatūras izriet, ka jēdziens “netaisnīgi gūts labums” attiecas it īpaši uz gadījumiem, kad, ņemot vērā agrākās preču zīmes iespaids vai tās īpašību pārņemšanu uz precēm, kas apzīmētas ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, pastāv acīmredzama ar reputāciju apveltītās preču zīmes atstātā iespaids izmantošana.
- 134 Turklāt saskaņā ar judikatūru, it īpaši iebildumu, kas pamatoti ar preču zīmi, kurai ir īpaši augsta reputācija, gadījumā, ir iespējams, ka riska, kas nav hipotētisks, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi netaisnīgi tiks gūts labums, iespējamība nākotnē būtu tik acīmredzama, ka iebildumu iesniedzējam šajā sakarā nav jāizvirza vai jāpierāda cits faktiskais elements. Līdz ar to nav izslēgts, ka īpaši augsta reputācija izņēmuma gadījumā var pati par sevi būt norāde uz risku, kas nav hipotētisks, nākotnē, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi kā tādu netaisnīgi tiks gūts labums saistībā ar katru no precēm un pakalpojumiem, kuri nav līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta agrākā preču zīme (skat. spriedumu “GRUPO BIMBO”, minēts 68. punktā, EU:T:2012:696, 43. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 135 Izskatāmajā lietā prasītāja ir vienīgi norādījusi uz tūlītējo saikni, kādu sabiedrība saskatīs starp konfliktējošajiem apzīmējumiem “Darjeeling” tējas tādas reputācijas dēļ, kura, pēc prasītājas domām, atspoguļojas uz tās preču zīmi – vismaz uz tās vārdisko preču zīmi.
- 136 Ir jāsecina, ka īpašības, kādas parasti tiek asociētas ar preču zīmi, kurai ir reputācija saistībā ar tēju, pašas par sevi nevar tikt uzskatītas par tādām, kuras var sniegt labumu preču zīmei, ar kādu tiek tirgotas tādas preces vai pakalpojumi kā ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertie, un tas tā ir vēl jo vairāk tādēļ, ka attiecīgās preces un pakalpojumi nevar tikt patērēti vai izmantoti kopā (skat. pēc analogijas spriedumu “CAMELO”, minēts 110. punktā, EU:T:2008:22, 66. punkts).
- 137 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka atbilstoši iepriekš izklāstītajam (skat. iepriekš 80.–85., 92. un 93. punktu) Apelācijas padome savas analīzes Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nolūkā turpinājumā balstījās uz divām hipotētiskām premisām, saskaņā ar kurām, pirmkārt, agrākajām preču zīmēm bija īpaši augsta reputācija un, otrkārt, varēja tikt nodibināta saikne starp konfliktējošajiem apzīmējumiem. Kas attiecas konkrētāk uz agrāko preču zīmju reputācijas intensitāti, apstrīdētais lēmums ir balstīts uz hipotētisku premisu, ka visi prasītājas apgalvojumi ir pierādīti. Atbilstoši šiem apgalvojumiem, kurus prasītāja būtībā atkārtoti Vispārējā tiesā, tēja “Darjeeling”, kuras reputācija atspoguļojoties uz agrākajām preču zīmēm, ir atzīta par izsmalcinātu, vienreizējas kvalitātes un izcilu tēju.
- 138 Kā var izsecināt no iepriekš 66. un 125. punktā minētās judikatūras, ciktāl Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā tā piemērošanai nav prasīta ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču un pakalpojumu līdzība, secinājums, saskaņā ar kuru pastāv ārkārtīgi lielas atšķirības starp norādītajām precēm un pakalpojumiem un patērētāji neuzskatīs, ka starp tējas ražotājiem un reģistrācijas pieteikuma iesniedzēju sabiedrību pastāv jebkāda saistība, nevar būt pietiekams, lai noraidītu risku, ka no agrāko preču zīmju reputācijas, kam ir īpaši augsta intensitāte, netaisnīgi tiks gūts labums atbilstoši hipotētiskajai premisai, uz kuru ir balstīts apstrīdētais lēmums.

- 139 Ja runa ir par preču zīmi ar īpaši augstu reputāciju, pat ja ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertās preces un pakalpojumi ir ļoti atšķirīgi, nav neiedomājami, ka konkrētā sabiedrības daļa šīs agrākās preču zīmes vērtības attiecinātu uz precēm vai pakalpojumiem, kas ir aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi (šajā ziņā skat. rīkojumu, 2013. gada 13. maijs, *You-Q/ITSB*, C-294/12 P, EU:C:2013:300, 69. punkts).
- 140 Izskatāmajā lietā, pirmkārt, konfliktējošajiem apzīmējumiem kopējā elementa, proti, vārdiskā elementa “darjeeling”, atspoguļotās vērtības, kas atgādina tēju, kura tiek tirgota ar agrākajām preču zīmēm, kam ir īpaši augsta reputācija, atbilstoši hipotētiskajai premisai, ar kuru ir pamatots apstrīdētais lēmums, ir izsmalcināta, ekskluzīva, vienreizējas kvalitātes produkta vērtība. Otrkārt, ņemot vērā, ka Apelācijas padome analīze ir balstīta uz hipotētisku premisu par īpaši augstu reputāciju, var tikt uzskatīts, ka liela konkrētās sabiedrības daļa zinās, ka homonīmais reģions, kurā ir šīs preces izcelsme, atrodas Indijā. Tādējādi vārdiskais elements “darjeeling” var atsaukt atmiņā ko eksotisku, kā arī juteklisku un noslēpumainu, kas konkrētās sabiedrības daļas apziņā saistās ar austrumu zemju tēlu.
- 141 Jānorāda, ka šis secinājums nav pretrunā secinājumam, kurš attiecas uz agrāko preču zīmju atšķirtspējai nodarīto kaitējumu (skat. iepriekš 111. punktu). Lai gan saistībā ar agrāko preču zīmju atšķirtspējai nodarītā kaitējuma risku konkrētā sabiedrības daļa, proti, kā tā tika precizēta iepriekš 95. punktā – sabiedrība, uz kuru ir vērsta agrākās preču zīmes, nesaskatīs nekādu saikni starp ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām precēm un pakalpojumiem un Dārdžilingu kā Indijas reģionu, nekas neliedz to, ka sabiedrības, uz kuru ir vērsta reģistrācijai pieteiktā preču zīme, uzmanību var pievērst tas, ka uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi ir pārnestas ar minēto reģionu saistītās vērtības un pozitīvās īpašības.
- 142 Ņemot vērā iepriekš izklāstīto un it īpaši to, ka hipotētiskā premisa, ar kuru ir pamatots apstrīdētais lēmums, atsaucas uz īpaši augstas intensitātes reputāciju, vārdiskā elementa “darjeeling”, kas konfliktējošajiem apzīmējumiem ir kopīgs, atgādinātās pozitīvās īpašības var tikt pārnestas uz noteiktām ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām precēm un pakalpojumiem un līdz ar to pastiprināt šīs preču zīmes pievilcību.
- 143 Runājot par aptvertajām un 25. klasē ietilpstošajām precēm, reģistrācijai pieteiktā preču zīme var gūt labumu no agrāko preču zīmju atspoguļotajām pozitīvajām īpašībām un, konkrētāk, no izsmalcinātības iespaida vai arī eksotiskā jutekliskuma, kādu atspoguļo vārdiskais elements “darjeeling”. Līdz ar to izskatāmajā lietā attiecībā uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām un 25. klasē ietilpstošajām precēm nevar tikt izslēgts netaisnīgi gūta labuma risks.
- 144 Šis konstatējums ir spēkā arī attiecībā uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem, kas ietilpst 35. klasē un kuri ir saistīti ar 25. klasē ietilpstošajām reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aptvertajām precēm, proti, sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu mazumtirdzniecības pakalpojumi. Ņemot vērā preču, ar kuriem tie ir saistīti, raksturu, iepriekš izklāstīto iemeslu dēļ tas tā ir arī attiecībā uz citiem ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem un 35. klasē ietilpstošajiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem, proti, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumi.
- 145 Turpretī tas tā nav nedz attiecībā uz citiem ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem 35. klasē iedilstošajiem pakalpojumiem, nedz arī attiecībā uz visiem 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem. Iemesls, kura dēļ apstrīdētās preču zīmes izmantošana personai, kas iestājusies lietā, sniegtu ekonomiskas priekšrocības saistībā ar citiem pakalpojumiem, kas nav minēti iepriekšējā punktā, nekādi neizriet no lietas materiāliem, un prasītāja nav iesniegusi nevienu specifisku pierādījumu, ar kuru varētu tikt pierādītas šādas iespējamās priekšrocības. Tādējādi ir jāapstiprina Apelācijas padomes šajā ziņā izdarītais secinājums.

- 146 Tātad, ņemot vērā, ka apstrīdētais lēmums ir balstīts uz hipotētisku premisu par agrāko preču zīmju īpaši augsto reputāciju, tas ir daļēji jāatceļ, ciktāl Apelācijas padome ir norādījusi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērojamību, attiecībā uz visām ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām 25. klasē ietilpstošajām precēm un 35. klasē ietilpstošajiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem izslēdzot iespējamu risku, ka ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu bez pietiekama iemesla netaisnīgi tiks gūts labums.
- 147 Pēc šīs daļējās atcelšanas Apelācijas padomei būs atkārtoti jāizvērtē argumenti, kurus prasītāja izvirza savā apelācijas sūdzībā par Iebildumu nodaļas lēmumu un kuri attiecas uz riska, ka netaisnīgi tiks gūts labums Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē, esamību. Pirmām kārtām tai būtu jāpauž galīgais secinājums par agrāko preču zīmju reputācijas esamību un vajadzības gadījumā – par tās intensitāti.
- 148 Ja Apelācijas padome pretēji hipotētiskajai premisai, uz kuru ir balstīts apstrīdētais lēmums, secinās, ka nevienas no agrākajām preču zīmēm reputācija nav galīgi pierādīta, tai būs jāizslēdz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērojamība, jo viens no tā piemērošanas nosacījumiem nebūs izpildīts, un prasītājas apelācijas sūdzība par Iebildumu nodaļas lēmumu ir pilnībā jānoraida.
- 149 Ja Apelācijas padome nonāks pie galīgā secinājuma, ka izskatāmajā lietā, runājot par vismaz vienu no agrākajām preču zīmēm, ir pierādīta par īpaši augstu reputācijas intensitāti, kas ir hipotētiskā premisa, uz kuru ir balstīts apstrīdētais lēmums, zemāka intensitāte, tai būs jāpārbauda, vai sabiedrības apziņā var tikt nodibināta saikne starp konfliktējošajiem apzīmējumiem, un šajā ziņā jāpauž galīgais secinājums. Ja šīs analīzes ietvaros Apelācijas padome secinās, ka šāda saikne nevar tikt nodibināta, tai būs jāizslēdz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērojamība, jo viens no tā piemērošanas nosacījumiem nebūs izpildīts. Turpretī, ja Apelācijas padome secinās, ka šāda saikne var tikt nodibināta, tai pēc tam būs jāpārbauda, vai pastāv risks, ka ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu bez pietiekama iemesla netaisnīgi tiks gūts labums.
- 150 Visbeidzot, ja Apelācijas padome secinās, ka vismaz vienas no agrākajām preču zīmēm īpaši augstā reputācija izskatāmajā lietā ir patiešām pierādīta un ka sabiedrības apziņā var tikt nodibināta saikne starp konfliktējošajiem apzīmējumiem, tai atbilstoši šim spriedumam būs jāuzskata, ka attiecībā uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām un 25. klasē ietilpstošajām precēm, kā arī attiecībā uz “sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumiem”, kas ietilpst 35. klasē un ir aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, pastāv risks, ka ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu bez pietiekama iemesla netaisnīgi tiks gūts labums, un pēc tam, lai lemtu par Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērojamību izskatāmajā lietā, jāpārbauda, vai pastāv pamatots iemesls šādi izmantošanai.
- 151 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka, ņemot vērā to, ka Apelācijas padome, pirmkārt, nav paudusi galīgo secinājumu par agrāko preču zīmju reputāciju, otrkārt, nav paudusi galīgo secinājumu par saiknes esamību starp konfliktējošajiem apzīmējumiem sabiedrības apziņā un, treškārt, kļūdaini noraidījusi riska, ka ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu netaisnīgi tiks gūts labums, esamību, nav pārbaudījusi, vai pastāv šādas izmantošanas pamatojums Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē, Vispārējai tiesai nav pirmoreiz jālemj par šiem trim jautājumiem, veicot apstrīdētā lēmuma tiesiskuma kontroli (šajā ziņā skat. spriedumu “Master”, minēts 68. punktā, EU:T:2014:1062, 92. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 152 Ņemot vērā iepriekš izklāstītos apsvērumus, otrais pamats ir daļēji apmierināms un apstrīdētais lēmums jāatceļ attiecībā uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām un 25. klasē ietilpstošajām precēm un “sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumiem”, kas ietilpst 35. klasē, un pārējā daļā prasība ir noraidāma.

Par tiesāšanās izdevumiem

¹⁵³ Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 3. punktam, ja lietas dalībniekiem spriedums ir daļēji labvēlīgs un daļēji nelabvēlīgs, lietas dalībnieki sedz savus tiesāšanās izdevumus paši. Izskatāmajā lietā gan prasītājam, gan ITSB un personai, kas iestājusies lietā, spriedums ir daļēji labvēlīgs un daļēji nelabvēlīgs. Līdz ar to ir pamats lemt, ka katrs lietas dalībnieks savus tiesāšanās izdevumus sedz pats.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (astotā palāta)

nospriež:

- 1) **atcelt Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) Apelācijas otrās padomes 2013. gada 17. septembra lēmumu lietā R 1504/2012-2, ciktāl tas attiecas uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajām un atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām 25. klasē ietilpstošajām precēm un ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem “sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumiem”, kas atbilstoši minētajam nolīgumam ietilpst 35. klasē;**
- 2) **pārējā daļā prasību noraidīt;**
- 3) **katrs lietas dalībnieks sedz savus tiesāšanās izdevumus pats.**

Gratsias

Kancheva

Wetter

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2015. gada 2. oktobrī.

[Paraksti]