

7. Apelācijas sūdzības iesniedzēja uzskata, ka pazīmes, kuras Vispārējā tiesa ir konstatējusi saistībā ar "DARJEELING", var tikt attiecinātas uz tādiem pakalpojumiem, kā piemēram, konsultācijas uzņēmējdarbībā vai telekomunikācijās un šajā ziņā palielinātu apstrīdētās preču zīmes pievilcību. Turklāt apelācijas sūdzības iesniedzēja uzsver, ka Vispārējā tiesa nav pamatojusi savu secinājumu, saskaņā ar kuru ar preču zīmi "DARJEELING" asociētās pazīmes nevar tikt attiecinātas uz 35. un 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, kas pats par sevi ir uzskatāms par kļūdu tiesību piemērošanā.

⁽¹⁾ Padomes 2009. gada 26. februāra Regula (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi, OV L 78, 1. lpp.

⁽²⁾ 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.).

Apelācijas sūdzība, ko par Vispārējās tiesas (astotā palāta) 2015. gada 2. oktobra spriedumu lietā T-625/13 *The Tea Board*/Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmes, paraugi un modeļi) 2015. gada 15. decembrī iesniedza *The Tea Board*

(Lieta C-674/15 P)

(2016/C 106/16)

Tiesvedības valoda – angļu

Lietas dalībnieki

Apelācijas sūdzības iesniedzēja: *The Tea Board* (pārstāvji – M. C. Maier, A. Nordemann, Rechtsanwältin)

Pārējie lietas dalībnieki: Iekšējā tirgus saskaņošanas birojs (preču zīmes, paraugi un modeļi), *Delta Lingerie*

Apelācijas sūdzības iesniedzējas prasījumi:

- atcelt Vispārējās tiesas 2015. gada 2. oktobra spriedumu lietā T-625/13, ciktāl Vispārējā tiesa noraidīja prasību attiecībā uz tālāk uzskaitītajiem pakalpojumiem, kas aptverti ar apstrīdēto preču zīmi un kas ietilpst 35. un 38. klasē:

Konsultācijas uzņēmējdarbībā attiecībā uz mazumtirdzniecības punktu, mazumtirdzniecības centraļu un reklāmas izveidi un ekspluatēšanu; tirdzniecības veicināšana (trešo personu interesēs), reklāma, komercdarījumu vadīšana, komerciāla administrēšana, tiešsaistes reklāma datortīklā, reklāmas materiāla izplatīšana (informācijas lapiņas, prospekti, bezmaksas laikraksti, paraugi), avižu abonēšanas pakalpojumi trešo personu interesēs; darījumu informācijas sniegšana un izpēte; pasākumu, izstāžu rīkošana komerciālos vai reklāmas nolūkos, reklāmas vadība, reklāmas laukumu noma, radio un televīzijas reklāma, veicināšana ar reklāmu (35. klase);

Telekomunikācijas, paziņojumu un attēlu pārraide ar datoru palīdzību, interaktīvās teleapraides pakalpojumi saistībā ar preču prezentāciju, sakari, izmantojot datortermināļus, sakari (pārraides) atvērtā vai slēgtā globālajā tīmeklī (38. klase).

- attiecīgā gadījumā nodot lietu atpakaļ Vispārējai tiesai;

- piespriest atbildētājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Pamati un galvenie argumenti

1. Ar apelācijas sūdzību tiek lūgts daļēji atcelt Vispārējās tiesas 2015. gada 2. oktobra spriedumu lieta T-625/13, ciktāl ar to Vispārējā tiesa noraidījusi prasību attiecībā uz pakalpojumiem, kas aptverti ar apstrīdēto preču zīmi un kas ietilpst 35. un 38. klasē.
2. Apelācijas sūdzība ir balstīta uz diviem pamatiem: Regulas Nr. 207/2009⁽¹⁾ 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu un Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta pārkāpumu.

3. Apelācijas sūdzības iesniedzēja uzskata, ka Kopienas kolektīvās preču zīmes, kuras veido norāde uz konkrēto preču ģeogrāfisko izcelsmi, galvenā funkcija saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktu nav norādīt komerciālo izcelsmi, bet vienīgi garantēt ar šo preču zīmi piedāvāto un pārdoto preču un pakalpojumu kolektīvo izcelsmi, proti, ka produkti nāk no uzņēmuma, kas atrodas tādā ģeogrāfiskā reģionā, kas atzīts kā Kopienas kolektīva preču zīme, un kuram ir tiesības izmantot šo Kopienas kolektīvo preču zīmi.
4. Līdz ar to apelācijas sūdzības iesniedzējas ieskatā ir jāsecina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu ģeogrāfiskā izcelsme ir jāņem vērā kā atbilstošs faktors gan novērtējot konkrēto preču un/vai pakalpojumu līdzību, gan/vai, veicot sajaukšanas iespējas visaptverošu vērtējumu.
5. Tādējādi saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktu salīdzinot ar agrāku Kopienas kolektīvu preču zīmi, kuru veido ģeogrāfiska norāde, aptvertās preces un/vai pakalpojumus ar precēm un/vai pakalpojumiem, kas aptverti ar Kopienas individuālu preču zīmi, apelācijas sūdzības iesniedzējas ieskatā tam, vai konkrētās preces un pakalpojumi ir vai nav līdzīgi, ņemot vērā to raksturu, galamērķi, gala lietotājus un/vai to izplatīšanas kanālus, nav izšķiroša nozīme. Drīzāk ir jāmēģina noskaidrot, vai konkrētajām precēm un/vai pakalpojumiem var būt tā pati ģeogrāfiskā izcelsme.
6. No Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta interpretācijas, uz kuru atsaucas prasītāja, izriet:

1) Regulas Nr. 207/2009 iekšējā struktūra, it īpaši tas, ka

- Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts veido izņēmumu minētās regulas kontekstā, jo saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu neregistrē preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi;
- saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 67. panta 2. punktu noteikumos, kas reglamentē Kopienas kolektīvās preču zīmes, kuru veido ģeogrāfiska norāde, izmantošanu, *jebkurai* personai, kuras preces vai pakalpojumi nāk no attiecīgā ģeogrāfiskā reģiona, ir jāatļauj kļūt par asociācijas, kas ir preču zīmes īpašniece, biedri un līdz ar to Kopienas kolektīvā preču zīme, kuru veido ģeogrāfiska norāde, *nekad* neļauj nošķirt asociācijas, kas ir preču zīmes īpašniece, preces un pakalpojumus no pārējo uzņēmumu precēm un pakalpojumiem.

2) minētās tiesību normas interpretācija Regulas Nr. 1151/2012⁽²⁾ un TRIPS nolīguma gaismā, saskaņā ar kuru ir jānodrošina augsts aizsardzības līmenis ģeogrāfiskajām norādēm un saskaņā ar kuru ir jāaizliedz tāds preces izskats, kas norāda vai ļauj pieņemt, ka konkrētās preces izcelsme ir ģeogrāfisks reģions, kas nav tās faktiskā izcelsmes vieta, tādējādi maldinot sabiedrību par preces ģeogrāfisko izcelsmi.

7. Apelācijas sūdzības iesniedzēja uzskata, ka pazīmes, kuras Vispārējā tiesa ir konstatējusi saistībā ar "DARJEELING", var tikt attiecinātas uz tādiem pakalpojumiem, kā piemēram, konsultācijas uzņēmējdarbībā vai telekomunikācijās un šajā ziņā palielinātu apstrīdētās preču zīmes pievilcību. Turklāt apelācijas sūdzības iesniedzēja uzsver, ka Vispārējā tiesa nav pamatojusi savu secinājumu, saskaņā ar kuru ar preču zīmi "DARJEELING" asociētās pazīmes nevar tikt attiecinātas uz 35. un 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, kas pats par sevi ir uzskatāms par kļūdu tiesību piemērošanā.

⁽¹⁾ Padomes 2009. gada 26. februāra Regula (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi, OV L 78, 1. lpp.

⁽²⁾ 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.).