



Judikatūras krājums

Lieta T-11/15

Internet Consulting GmbH
pret
Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju

Eiropas Savienības preču zīme — Spēkā neesamības atzīšanas process — Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “SUEDTIROL” — Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts un 52. panta 1. punkta a) apakšpunkts — Absolūts atteikuma pamats — Ģeogrāfiskās izcelsmes norāde — Aprakstošs raksturs

Kopsavilkums – Vispārējās tiesas (ceturtā palāta) 2016. gada 20. jūlija spriedums

- Eiropas Savienības preču zīme — Atteikšanās, atcelšana un spēkā neesamība — Pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu — Pieņemamība — Nosacījumi — Interese celt prasību*
(Padomes Regulas Nr. 207/2009 5. un 52. pants un 56. panta 1. punkta a), b) un c) apakšpunkts)
- Eiropas Savienības preču zīme — Eiropas Savienības preču zīmes definīcija un iegūšana — Absolūti atteikuma pamati — Preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri var kalpot, lai apzīmētu preces vai pakalpojuma īpašības — Apzīmējuma aprakstošā rakstura novērtēšana — Ģeogrāfiskie nosaukumi*
(Padomes Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts un 66. panta 2. punkts; Padomes Regula Nr. 2081/92)
- Eiropas Savienības preču zīme — Eiropas Savienības preču zīmes definīcija un iegūšana — Absolūti atteikuma pamati — Preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri var kalpot, lai apzīmētu preces vai pakalpojuma īpašības — Vārdiska preču zīme “SUEDTIROL”*
(Padomes Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts)
- Eiropas Savienības preču zīme — Eiropas Savienības preču zīmes definīcija un iegūšana — Absolūti atteikuma pamati — Preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri var kalpot, lai apzīmētu preces vai pakalpojuma īpašības — Mērķis — Pieejamības prasība — Saikne starp ģeogrāfiskās izcelsmes norādi un precēm vai pakalpojumiem — EUIPO pārbaudes apjoms*
(Padomes Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts)
- Eiropas Savienības preču zīme — Eiropas Savienības preču zīmes iedarbība — Ierobežojumi — Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punkts — Priekšmets — Saistība ar minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu*
(Padomes Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts un 12. panta b) punkts)

1. Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 5. pantā ir sniegta personu, kas var būt Eiropas Savienības preču zīmju īpašnieces, vispārīgā definīcija. Tajā ir precizēts, ka “[Eiropas Savienības] preču zīmes īpašniece var būt jebkura fiziska vai juridiska persona, tostarp iestādes, kas izveidotas saskaņā ar publiskajām tiesībām”.

No tā izriet, ka publisko tiesību subjekti šajā pantā ir minēti tikai kā tādu juridisku personu piemērs, kuras var būt šādas preču zīmes īpašnieces, un ka tās var īstenot savas tiesības atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 56. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktam. Turpretim nav nekādu norāžu, kas liecinātu, ka šīs pašas regulas 56. panta 1. punkta a) apakšpunkts, kurā atšķirībā no minētās regulas 5. panta tostarp ir minēta tikai “jebkura fiziska vai juridiska persona”, būtu jāinterpretē tādējādi, ka tas neaptver publisko tiesību subjektus. Proti, uz atcelšanas un spēkā neesamības pamatiem, it īpaši absolūtiem spēkā neesamības pamatiem Regulas Nr. 207/2009 52. panta izpratnē, var atsaukties jebkura persona – neatkarīgi no tā, vai tai ir privāts vai publisks statuss, un šī iemesla dēļ šīs pašas regulas 56. panta 1. punkta a) apakšpunkta beigu daļā ir vienīgi prasīts, lai minētā persona “var[ētu] savā vārdā iesniegt prasību tiesā un būt par šādas prasības subjektu”. Tātad apstākļi, ka Regulas Nr. 207/2009 56. panta 1. punkta a) apakšpunktā nav skaidri minēti publisko tiesību subjekti, nevar tikt interpretēti tādējādi, ka tie ir izslēgti no šīs tiesību normas piemērošanas jomas.

(sal. ar 18. un 19. punktu)

2. No judikatūras izriet, ka Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam ir vispārējo interešu mērķis, kas prasa, lai visi varētu brīvi izmantot apzīmējumus vai norādes, kas apraksta preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir iesniegts reģistrācijas pieteikums, kategorijas. Šis noteikums tātad neļauj rezervēt šādus apzīmējumus vai norādes tikai vienam uzņēmumam, reģistrējot tos kā preču zīmi.

Konkrēti attiecībā uz apzīmējumiem vai norādēm, kurus var izmantot, lai apzīmētu to preču kategoriju ģeogrāfisko izcelsmi, attiecībā uz kurām ir iesniegts preču zīmes reģistrācijas pieteikums, it īpaši ģeogrāfiskajiem nosaukumiem, pastāv vispārēja interese aizsargāt to pieejamību, it īpaši ņemot vērā to spēju ne tikai norādīt, iespējams, attiecīgo preču kategoriju kvalitāti un citas īpašības, bet arī dažādi ietekmēt patērētāju izvēli, piemēram, piesaistot preces vietai, kas var izraisīt pozitīvas sajūtas. Šī judikatūra ir piemērojama arī attiecībā uz pakalpojumiem.

Turklāt ir jānorāda, ka, pirmkārt, ģeogrāfiskus nosaukumus neregistrē kā preču zīmes, ja tie apzīmē noteiktas ģeogrāfiskas vietas, kam jau ir zināma reputācija vai kas ir pazīstamas saistībā ar attiecīgo preču vai pakalpojumu kategoriju un ko tādēļ ieinteresētās personas saista ar šo kategoriju, un, otrkārt, neregistrē ģeogrāfiskus nosaukumus, ko var izmantot uzņēmumi un kas arī ir jāatstāj pieejami šiem uzņēmumiem kā attiecīgās preču vai pakalpojumu kategorijas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes.

Šajā ziņā ir jāuzsver, ka Savienības likumdevējs, atkāpjoties no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, ir rezervējis iespēju apzīmējumus, kas var tikt izmantoti, lai norādītu uz ģeogrāfisko izcelsmi, reģistrēt kā kolektīvas preču zīmes atbilstoši minētās regulas 66. panta 2. punktam un, attiecībā uz noteiktām precēm, ja tās atbilst vajadzīgiem nosacījumiem, kā aizsargātās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes vai cilmes vietas nosaukumus saskaņā ar Regulu Nr. 2081/92 par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību.

Tomēr ir jānorāda, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts principā neliedz reģistrēt ģeogrāfiskus nosaukumus, kas nav pazīstami ieinteresēto personu vidū vai vismaz nav pazīstami kā ģeogrāfiskas vietas apzīmējums, vai arī nosaukumus, saistībā ar kuriem apzīmētās vietas īpašību dēļ nav sagaidāms, ka ieinteresēto personu vidū varētu tikt uzskatīts, ka šī vieta ir attiecīgās preču vai pakalpojumu kategorijas izcelsmes vieta.

(sal. ar 29.–34. punktu)

3. No konkrētās sabiedrības daļas, ko veido Itālijas un Savienības vāciski runājošā sabiedrība, kā arī Itālijas itāliski runājošā sabiedrība ar pietiekami augstu uzmanības līmeni, viedokļa vārdiska preču zīme “SUEDTIROL”, kas reģistrēta attiecībā uz “darījumu vadīšanu; uzņēmumu pārvaldīšanu; biroja darbiem”, “preču iesaiņošanu un uzglabāšanu”, “zinātniskajiem un tehnoloģiskajiem pakalpojumiem, izpēti un projektēšanu šajās jomās; rūpniecisko izpēti un izstrādājumus; datoru aparātūras un programmatūras projektēšanu, izstrādājumus un pilnveidošanu; juridiskajiem pakalpojumiem”, kuri ietilpst attiecīgi 35., 39. un 42. klasē Nicas nolīguma izpratnē, ir aprakstoša attiecībā uz attiecīgajiem pakalpojumiem Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

Proti, konkrētā sabiedrības daļa vārdisko preču zīmi “SUEDTIROL” uztvers ne tikai kā norādi uz ģeogrāfisko reģionu, kas izraisa pozitīvas sajūtas, bet arī, ņemot vērā šī reģiona pārticību un straujo tā ekonomikas attīstību, kā norādi uz to, ka tās apzīmēto pakalpojumu izcelsme ir šajā reģionā. Turklāt daudzi šajā reģionā dibināti uzņēmumi faktiski piedāvā tādus pašus pakalpojumus kā preču zīmes “SUEDTIROL” apzīmētie un līdz ar to tad, kad šādi pakalpojumi tiks piedāvāti tirgū, izmantojot minēto preču zīmi, konkrētā sabiedrības daļa šo preču zīmi uztvers kā norādi uz to izcelsmi.

Turklāt strīdus preču zīmes apzīmētajiem pakalpojumiem nepiemīt nekāda īpaša kvalitāte, kas varētu mudināt konkrēto sabiedrības daļu neasociēt ģeogrāfisko norādi ar minēto pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi. Līdz ar to ir jāsecina, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts liedz reģistrēt aplūkoto ģeogrāfisko norādi, kura ir pazīstama ieinteresēto personu vidū kā ģeogrāfiskā reģiona apzīmējums, jo ir ticams, ka ieinteresētās personas varētu domāt, ka konkrēto pakalpojumu izcelsme ir šajā reģionā.

(sal. ar 38., 43. un 48. punktu)

4. Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta mērķis ir novērst, ka kāds tirgus dalībnieks monopolizē ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, kaitējot saviem konkurentiem. Lai gan ir taisnība, ka apelācijas padomei, lai tā atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam varētu atteikt preču zīmes reģistrāciju, principā ir jāpārbauda, cik nozīmīga ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde saistībā ar šīs konkurences attiecībām, izvērtējot saikni starp šo izcelsmi un precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir pieteikta preču zīme, tomēr šī pienākuma intensitāte var atšķirties atkarībā no vairākiem faktoriem, tādiem kā konkrētās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes tvērums, reputācija vai raksturs. Proti, iespējamība, ka ģeogrāfiskās izcelsmes norāde varētu ietekmēt konkurences attiecības, ir liela, ja runa ir par kādu lielu reģionu, kuram ir reputācija plašā preču un pakalpojumu klāsta kvalitātes dēļ, un tā ir maza, ja runa ir par konkrētu noteiktu vietu, kuras reputācija ir ierobežota ar nelielu preču vai pakalpojumu skaitu.

Ja ģeogrāfiskās izcelsmes norāde jau ir pazīstama vai tai ir reputācija, Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs var aprobežoties ar saiknes starp izcelsmi un konkrētās preču zīmes apzīmētajiem pakalpojumiem esamības konstatāciju tā vietā, lai veiktu konkrētu pārbaudi par šīs saiknes esamību.

(sal. ar 44.–46. punktu)

5. Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi 12. panta b) punkta, kas attiecas uz preču zīmes iedarbības ierobežojumiem, to aplūkojot saistībā ar šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, mērķis, it īpaši attiecībā uz preču zīmēm, uz kurām pēdējais minētais noteikums neattiecas, jo tās nav pilnībā aprakstošas, cita starpā ir ļaut, ka norādes par ģeogrāfisko izcelsmi, kas turklāt ir kādas saliktas preču zīmes elements, izmantošana netiek pakļauta aizliegumam, ko varētu pieprasīt šādas preču zīmes īpašnieks uz minētās regulas 9. panta pamata, ja šāda norāde rūpnieciskos vai komercdarījumos tiek izmantota godīgi.

Tomēr no judikatūras izrietošajam principam – kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā esošo vispārējo interesi saglabāt ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu pieejamību un ko apstiprina arī minētās regulas 66. panta 2. punktā paredzētā iespēja, saskaņā ar kuru, atkāpjoties no šī 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, apzīmējumi vai norādes, kas var tikt izmantotas kā norādes par preču ģeogrāfisko izcelsmi, var tikt atzītas par kolektīvām preču zīmēm, – nav pretrunā minētās regulas 12. panta b) punkts, kas izšķiroši neietekmē arī pirmās tiesību normas interpretāciju. Proti, Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punkts, kura mērķis ir tostarp atrisināt problēmas, kas rodas līdz ar preču zīmes, kuru pilnībā vai daļēji veido kāds ģeogrāfisks nosaukums, reģistrēšanu, nepiešķir trešajām personām tiesības izmantot šādu nosaukumu kā preču zīmi, bet vienīgi nodrošina, ka tās to var izmantot aprakstošā veidā, t.i., kā norādi par ģeogrāfisko izcelsmi, ar nosacījumu, ka tā rūpnieciskos vai komercdarījumos tiek izmantota godīgi.

Līdz ar to interese saglabāt ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu pieejamību nav pietiekami aizsargāta ar Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punkta saturu.

(sal. ar 53.–56. punktu)