



Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA MELHIORA VATELĒ [MELCHIOR WATHELET]
SECINĀJUMI,
sniegti 2018. gada 11. janvārī¹

Lieta C-488/16 P

Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV
pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (EUIPO)

Apelācija – Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesamības atzīšanas process – Vārdiska preču zīme “NEUSCHWANSTEIN” – Pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu noraidīšana – Absolūti atteikuma pamati – Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts – Aprakstošais raksturs – Ģeogrāfiskās izcelsmes norāde – Atšķirtspēja – Regulas (EK) Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunkts – Ļaunticība

I. Ievads

1. Ar savu apelācijas sūdzību apelācijas sūdzības iesniedzēja *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise eV* (turpmāk tekstā – “BSGE”) lūdz atcelt Vispārējās tiesas 2016. gada 5. jūlija spriedumu *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO – Freistaat Bayern* (“NEUSCHWANSTEIN”) (T-167/15, nav publicēts, EU:T:2016:391), ar kuru Vispārējā tiesa noraidīja tās prasību atcelt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO) Apelācijas piektās padomes 2015. gada 22. janvāra lēmumu lietā R 28/2014-5 attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas procesu starp *BSGE* un *Freistaat Bayern* (Bavārijas brīvvalsts, Vācija) (turpmāk tekstā “pārsūdzētais spriedums”).

II. Tiesvedības priekšvēsture

2. 2011. gada 22. jūlijā Bavārijas brīvvalsts, pamatojoties uz Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.), iesniedza EUIPO pieteikumu reģistrēt vārdisku apzīmējumu “NEUSCHWANSTEIN” (turpmāk tekstā – “apstrīdētā preču zīme”) kā Eiropas Savienības preču zīmi.

3. Apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” attiecas uz Švangavas [*Schwangau*] pašvaldības (Vācija) teritorijā esošo slaveno Neišvānšteinas pili, kas tagad pieder Bavārijas brīvvalstij un ko tika sākts, bet netika pabeigts celt Bavārijas karaļa Ludviga II valdīšanas laikā no 1869. līdz 1886. gadam.

4. Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem ir iesniegts reģistrācijas pieteikums, ietilpst 3., 8., no 14. līdz 16., 18., 21., 25., 28., 30., no 32. līdz 36., 38. un 44. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām (turpmāk tekstā – “Nicas nolīgums”).

¹ Oriģinālvaloda – franču.

5. Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts 2011. gada 2. septembra *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetenā] Nr. 166/2011, un preču zīme tika reģistrēta 2011. gada 12. decembrī ar numuru 10144392.

6. 2012. gada 10. februārī *BSGE* attiecībā uz apstrīdēto preču zīmi par visām precēm un pakalpojumiem, kas minēti šo secinājumu 4. punktā, iesniedza pieteikumu par spēka neesamības atzīšanu saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu, lasot to kopsakarā ar šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktu.

7. 2013. gada 21. oktobrī *EUIPO* Anulēšanas nodaļa noraidīja pieteikumu par spēka neesamības atzīšanu, secinot, ka apstrīdēto preču zīmi neveido nedz norādes, kuras varētu tikt izmantotas, lai norādītu ģeogrāfisko izcelsmi, nedz citas attiecīgo preču un pakalpojumu īpašības un ka tādējādi nav pārkāpts Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts. Turklāt tā uzskatīja, ka, tā kā attiecīgā preču zīme ir atšķirtspējīga attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem, šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts nav pārkāpts. Visbeidzot tā uzskatīja, ka *BSGE* nav pierādījusi, ka apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikums būtu iesniegts ļaunticīgi, un tādēļ nav pārkāpts minētās regulas 52. panta 1. punkta b) apakšpunkts.

8. 2013. gada 20. decembrī *BSGE*, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pantu, iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību par Anulēšanas nodaļas lēmumu.

9. Ar 2015. gada 22. janvāra lēmumu *EUIPO* Apelācijas piektā padome atstāja spēkā Anulēšanas nodaļas lēmumu un noraidīja apelācijas sūdzību. It īpaši tā uzskatīja, ka apstrīdētajā preču zīmē nav ietverta norāde uz ģeogrāfisku izcelsmi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē un ka tai ir atšķirtspēja, kas pieprasīta atbilstoši šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunktam. Turklāt tā norādīja, ka nav izdevies konstatēt Bavārijas brīvvalsts ļaunticību minētās regulas 52. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

III. Prasība Vispārējā tiesā un pārsūdzētais spriedums

10. Ar 2015. gada 2. aprīlī Vispārējās tiesas kancelejā iesniegto prasības pieteikumu *BSGE* cēla prasību atcelt *EUIPO* Apelācijas piektās padomes 2015. gada 22. janvāra lēmumu.

11. Savas prasības pamatojumam prasītāja izvirzīja trīs pamatus, kas attiecīgi balstīti uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu, šīs regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu un minētās regulas 52. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

12. Vispārējā tiesa vispirms izvērtēja otro prasības pamatu, ar kuru *BSGE* apgalvoja, ka *EUIPO* Apelācijas piektā padome esot pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, jo tā esot nolēmusi, ka apstrīdētā preču zīme nav aprakstoša norāde attiecīgajām precēm un pakalpojumiem. Tā noraidīja šo pamatu, pārsūdzētā sprieduma 27. punktā būtībā nospriežot, ka, tā kā Neišvānšteinas pils galvenokārt ir muzeja apskates vieta, tā pati par sevi nav preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas vieta un ka līdz ar to apstrīdētā preču zīme nevar norādīt uz ar to aptvertu preču un pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi.

13. Vispārējā tiesa noraidīja arī pirmo prasības pamatu, ar kuru *BSGE* apgalvoja, ka *EUIPO* Apelācijas piektā padome esot pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, jo tā esot uzskatījusi, ka apstrīdētajai preču zīmei ir atšķirtspēja. Šajā ziņā pārsūdzētā sprieduma 41. un 42. punktā tā būtībā nosprieda, ka attiecīgās preces un pakalpojumi ir ikdienā patērējamas preces un pakalpojumi, kas atšķiras no suvenīrprecēm un citiem pakalpojumiem, kuri saistīti ar tūrisma aktivitātēm vienīgi pēc to nosaukuma, un ka apstrīdēto preču zīmi veidojošais vārdiskais elements ir savāds vārds, kuram nav aprakstošas saiknes ar tirgotajām un piedāvātajām precēm un pakalpojumiem.

14. Visbeidzot Vispārējā tiesa noraidīja trešo prasības pamatu, saskaņā ar kuru *BSGE* apgalvoja, ka *EUIPO* Apelācijas piektā padome esot pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta b) apakšpunktu, jo tā esot uzskatījusi, ka nav izdevies konstatēt Bavārijas brīvvalsts ļaunticību. Šajā ziņā tā pārsūdzētā sprieduma 55. punktā nosprieda, ka *BSGE* nav iesniegusi pierādījumus, lai pamatotu objektīvos apstākļus, kādos Bavārijas brīvvalsts tikusi informēta par to, ka *BSGE* vai citas trešās personas būtu pārdevušas dažas no attiecīgajām precēm un pakalpojumiem.

15. Tādējādi Vispārējā tiesa noraidīja prasību kopumā.

IV. Tiesvedība Tiesā

16. Apelācijas sūdzībā *BSGE* prasījumi Tiesai ir šādi:

- atcelt pārsūdzēto spriedumu,
- atzīt par spēkā neesošu preču zīmes “NEUSCHWANSTEIN” reģistrāciju un
- piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

17. *EUIPO* lūdz Tiesu noraidīt apelācijas sūdzību un piespriest *BSGE* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

18. Bavārijas brīvvalsts lūdz Tiesu noraidīt apelācijas sūdzību un piespriest *BSGE* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, tostarp arī tos, kas radušies Bavārijas brīvvalstij.

19. 2017. gada 29. novembrī notika tiesas sēde, kuras laikā *BSGE*, *EUIPO* un Bavārijas brīvvalsts tika aicināti koncentrēt savus mutvārdu paskaidrojumus uz apelācijas sūdzības pirmā pamata otro daļu un otrā pamata pirmo daļu.

V. Par apelācijas sūdzību

20. Saskaņā ar Tiesas lūgumu šajos secinājumos galvenā uzmanība tiks pievērsta apelācijas sūdzības pirmā pamata otrajai daļai un otrā pamata pirmajai daļai.

A. Par pirmā pamata otro daļu, kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu

1. Lietas dalībnieku argumenti

21. Ar pirmā pamata otro daļu *BSGE* pārmet Vispārējai tiesai, ka tā nav ievērojusi vispārīgās intereses, kas ir Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā, kā arī judikatūru, kas it īpaši izriet no 1999. gada 4. maija sprieduma *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230), tai pārsūdzētā sprieduma 27. punktā nospriežot, ka Neišvānšteinas pils pati par sevi nav preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas vieta un ka līdz ar to apstrīdētā preču zīme nevar norādīt uz ar to aptverto preču un pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi.

22. *BSGE* uzskata, ka Neišvānšteinas pils ir ģeogrāfiski lokalizējama un tādējādi apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” varētu norādīt uz ģeogrāfisku izcelsmi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, jo šajā vietā tiek tirgotas preces un pakalpojumi, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme.

23. EUIPO un Bavārijas brīvvalsts atbalsta analīzi, ko Vispārējā tiesa veikusi pārsūdzētā sprieduma 27. punktā.

24. EUIPO uzskata, ka no lietas materiāliem neizriet, ka apstrīdētā preču zīme tiktu izmantota, lai tirgotu īpašus suvenīrus un piedāvātu konkrētus pakalpojumus, kādēļ konkrētā sabiedrības daļa varētu domāt, ka tā ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde. Tas uzskata, ka preces un pakalpojumi, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, ir paredzēti ikdienas patēriņam, ka tiem nav īpašu pazīmju un ka tie var kļūt par suvenīriem tikai tad, ja tiem tiek pievienots apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN”.

25. Bavārijas brīvvalsts apgalvo, ka ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu var tikt pamatots atteikums reģistrēt kā Eiropas Savienības preču zīmi tādu objektu nosaukumus, kuri ir ģeogrāfiski lokalizējami, bet tikai tad, ja attiecīgā preču zīme ir objektīvi aprakstoša attiecībā uz pieteiktajām precēm un pakalpojumiem; taču tas tā nav preču un pakalpojumu, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, gadījumā.

26. Proti, Bavārijas brīvvalsts uzskata, ka patīkamas sajūtas vai pozitīvas asociācijas, kuras apstrīdētā preču zīme varētu izraisīt konkrētajai sabiedrības daļai, un preču un pakalpojumu, uz kuriem tā attiecas, tirdzniecības vieta var nebūt pietiekamas, lai uzskatītu, ka apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

2. Vērtējums

27. Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts liedz reģistrēt Eiropas Savienības preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu tostarp reģistrācijai pieteikto preču ražošanas vai reģistrācijai pieteikto pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi.

28. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru “tādējādi [Regulas Nr. 207/2009] 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam ir vispārējo interešu mērķis, kas prasa, lai visi varētu brīvi izmantot norādes vai apzīmējumus, kuri ir aprakstoši attiecībā uz reģistrācijai pieteikto preču vai pakalpojumu kategoriju, tostarp kā kolektīvas preču zīmes vai kombinētās vai grafiskās preču zīmēs. Tātad šī norma liedz rezervēt šādus apzīmējumus vai norādes kādam vienam uzņēmumam, pamatojoties uz to, ka tie ir reģistrēti kā preču zīme”².

29. Konkrētāk attiecībā uz apzīmējumiem vai norādēm, kas var tikt izmantoti, lai apzīmētu ģeogrāfisko izcelsmi, it īpaši ģeogrāfiskajiem nosaukumiem, Tiesa nosprieda, ka “pastāv vispārēja interese saglabāt to pieejamību tostarp tāpēc, ka tās ne tikai var norādīt uz attiecīgo preču kategoriju kvalitāti un citām īpašībām, bet arī daudzveidīgi ietekmēt to, kam patērētāji dod priekšroku, piemēram, asociējot noteiktas preces ar vietu, kura tiem varētu izraisīt pozitīvas sajūtas”³.

30. Pamatojoties uz šo vispārējo interešu apsvēršanu, Tiesa nosprieda, ka ir jāpārbauda, vai ģeogrāfisks nosaukums apzīmē vietu, kurai – faktiski vai potenciāli – ieinteresēto personu skatījumā ir saistība ar attiecīgo preču vai pakalpojumu kategoriju, un ka, ja tas tā ir, būtu jāatsaka šī nosaukuma reģistrācija par Eiropas Savienības preču zīmi⁴.

2 Spriedums, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 25. punkts). Šajā nozīmē skat. arī spriedumus, 2003. gada 8. aprīlis, *Linde* u.c. (no C-53/01 līdz C-55/01, EU:C:2003:206, 73. punkts); 2003. gada 6. maijs, *Libertel* (C-104/01, EU:C:2003:244, 52. punkts); 2003. gada 23. oktobris, *ITSB/Wrigley* (C-191/01 P, EU:C:2003:579, 31. punkts); 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland* (C-363/99, EU:C:2004:86, 54. punkts); 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB* (C-51/10 P, EU:C:2011:139, 37. punkts); 2014. gada 10. jūlijs, *BSH/ITSB* (C-126/13 P, nav publicēts, EU:C:2014:2065, 19. punkts), un 2017. gada 6. jūlijs, *Moreno Martín* u.c. (C-139/16, EU:C:2017:518, 23. punkts).

3 Spriedums, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 26. punkts).

4 Skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 31.–33. un 37. punkts).

31. Proti, prasība, ka šāda saikne pastāv vai var tikt izveidota starp attiecīgo precī vai pakalpojumu un ģeogrāfisko nosaukumu, izriet no paša jēdziena “ģeogrāfiska *izcelsme*”. Šajā ziņā, lai būtu pamats atteikumam reģistrēt ģeogrāfisku nosaukumu kā Eiropas Savienības preču zīmi, ir nepieciešams, lai šis nosaukums varētu norādīt uz izcelsmi, proti, uz saiknes starp precī vai pakalpojumu un ģeogrāfisku nosaukumu esamību⁵, jo ģeogrāfisks nosaukums pats par sevi nenorāda uz šādu izcelsmi. Saskaņā ar ģenerāladvokāta G. Kosmas [G. Cosmas] sniegto ļoti ilustratīvo piemēru neviens nevarētu uzskatīt, ka pildspalva “Mont Blanc” nāk no līdzīga nosaukuma kalna⁶.

32. Tomēr, kā ir nospriedusi Tiesa, šīs saiknes starp precī un ģeogrāfisku vietu pastāvēšana nav atkarīga vienīgi no vietas, kur šī prece ir vai varētu tikt ražota, bet var būt atkarīga arī no citiem saikni veidojošiem faktoriem, piemēram, no vietas, kur šī prece ir izstrādāta un veidota⁷.

33. Šajā ziņā Vispārējā tiesa pārsūdzētā sprieduma 27. punktā nosprieda, ka Neišvānšteinas pils ir nevis ģeogrāfiska vieta, bet gan muzeja apskates vieta, kuras galvenā funkcija ir kultūras mantojuma saglabāšana, nevis suvenīrpreču ražošana vai tirgošana vai pakalpojumu sniegšana. Turklāt Vispārējā tiesa norādīja, ka Neišvānšteinas pils nav pazīstama tās suvenīrpreču, kas šajā pilī netiek ražotas, bet tur tikai tiek pārdotas tūristiem, dēļ. Līdz ar to Vispārējā tiesa nosprieda, ka apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” nevar tikt atzīts par ģeogrāfiskas izcelsmes norādi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

34. Protams, šajā sprieduma punktā Vispārējā tiesa izdarīja vairākus faktu konstatējumus, kuri nevar tikt apstrīdēti apelācijā, ja vien fakti nav sagrozīti, ko *BSGE* neapgalvo.

35. Tomēr šajā apelācijā var tikt pārbaudīta noteiktu faktu juridiskā kvalifikācija, tostarp ģeogrāfiskas izcelsmes norādīšana ar apzīmējumu “NEUSCHWANSTEIN”.

36. Manuprāt, jautājums par to, vai, kā to apgalvo *BSGE*, Neišvānšteinas pils ir ģeogrāfiska vieta, vai jautājums par to, vai tā ir tik slavēta, ka konkrētās sabiedrības daļas acīs nosaukums “Neuschwanstein” dominē pār tās vietas nosaukumu, kur atrodas pils (proti, Švangavas [*Schwangau*] pašvaldība), nav noteicošs. Savukārt svarīgi ir tas, ka apzīmējumi vai norādes, kas veido Eiropas Savienības preču zīmi, var tikt izmantoti kā pamats, lai norādītu preču vai pakalpojumu, uz kuriem tā attiecas, ģeogrāfisko *izcelsmi*.

37. Tieši šī iemesla dēļ *BSGE* pārmet Vispārējai tiesai, ka tā nav atzinusi suvenīrpreču pārdošanas vietu par sasaistes elementu, kas varētu nodrošināt saikni starp šīm precēm un apzīmējumu “NEUSCHWANSTEIN” un tādējādi norādīt ģeogrāfisku izcelsmi 1999. gada 4. maija sprieduma *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230) 36. punkta izpratnē.

38. Es nepiekrītu šai pieejai šādu apsvērumu dēļ.

39. Vispirms ir jānorāda, ka no juridiskā viedokļa preces, uz kurām attiecas apstrīdētā preču zīme, ietver nevis suvenīrpreces, bet gan preces, kas ietilpst pārsūdzētā sprieduma 3. punktā norādītajās klasēs, piemēram, T-krekļus, nažus, dakšīņas, šķīvjus, tējkannas utt. Proti, saskaņā ar Nicas nolīgumu nav klases, kurai būtu nosaukums “suvenīrpreces”, jo, ja tāda pastāvētu, šāda klase būtu tik neviendabīga, ka tā nevarētu apzīmēt noteiktu preču kategoriju. Turklāt kā objekti, kas atgādina par kādu personu, vietu vai notikumu, suvenīri ir priekšmeti, kas izraisa emocijas. Tomēr ar Eiropas

5 Šajā nozīmē skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 33. punkts), un ģenerāladvokāta G. Kosmas secinājumus apvienotajās lietās *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1998:198, 35.–37. punkts).

6 Skat. ģenerāladvokāta G. Kosmas secinājumus apvienotajās lietās *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1998:198, 35. punkts).

7 Skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 36. un 37. punkts).

Savienības preču zīmi nevar tikt apzīmētas cilvēku emocijas, jo tās nav preces vai pakalpojumi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē. Šī iemesla dēļ un pretēji tam, ko apgalvo *BSGE*, šajā apelācijā runa ir nevis par suvenīrpriekšu, bet gan par ikdienas patēriņa preču ģeogrāfisko izcelsmi.

40. Attiecībā uz tirdzniecības vietu kā elementu, kas sasaista preci ar ģeogrāfisku vietu, no 1999. gada 4. maija sprieduma *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230) 36. punkta formulējuma izriet, ka Tiesa sasaistes elementus neaprobežoja tikai ar attiecīgo preču ražošanas vietu, jo tā nosprieda, ka “nevar tikt izslēgts, ka saikne starp preču kategoriju un ģeogrāfisko vietu ir atkarīga no citiem sasaistes elementiem, piemēram, no tā, ka prece tikusi izstrādāta un veidota attiecīgajā ģeogrāfiskajā vietā”.

41. Tomēr tas obligāti nenozīmē, ka tirdzniecības vieta var būt sasaistes starp preci vai pakalpojumu un attiecīgo vietu elements, pat runājot par suvenīrpriekšiem. Kā to atzīst *BSGE* apelācijas sūdzības 28. punktā, pilnībā ir iespējams, ka suvenīrpriekšs ar apstrīdēto preču zīmi tiek pārdots ārpus Neišvānšteinas pils apkaimes. Pati šādas iespējas pastāvēšana apstiprina argumentu, ka preces, kurai ir apstrīdētā preču zīme, tirdzniecības vieta ne vienmēr ir elements, kas šo preci sasaista ar Neišvānšteinas pili.

42. Visbeidzot tirdzniecības vieta pati par sevi nevar pierādīt ģeogrāfisko izcelsmi, jo preces pārdošanas vieta neapraksta tās īpašības, kvalitāti vai citus raksturlielumus⁸, un tādējādi konkrētā sabiedrības daļa nevar asociēt ar preci īpašības, kvalitāti vai citus raksturlielumus, pamatojoties uz to, ka tā ir nopirkta noteiktā ģeogrāfiskā vietā. Turpretim konkrētā sabiedrības daļa var izveidot šādu saikni starp kādu preci un tās ražošanas vai tās izstrādes un veidošanas ģeogrāfisko vietu, domājot, ka precei būs īpašības, kvalitāte vai citi raksturlielumi (tostarp izgatavošanas metodes, tradīcija, amatniecības prakse), ņemot vērā, ka tā ir saražota vai izstrādāta un veidota noteiktā ģeogrāfiskās atrašanās vietā. Piemēram, konkrētā sabiedrības daļa asociē noteiktu kvalitāti ar Limožas porcelānu, un tāpēc attiecībā uz porcelāna izstrādājumiem apzīmējums “Limoges” apraksta ģeogrāfisko izcelsmi.

43. Aplūkojamajā gadījumā *BSGE* neapgalvo, ka konkrētā sabiedrības daļa asociē vai varētu asociēt noteiktas īpašības, kvalitāti vai citus raksturlielumus ar precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, pamatojoties uz to, ka tie tiek tirgoti Neišvānšteinas pils apkaimē. Proti, kā to pārsūdzētā sprieduma 27. punktā nosprieda Vispārējā tiesa, “Neišvānšteinas pils nav pazīstama tajā pārdoto suvenīrpriekšu vai tās piedāvāto pakalpojumu dēļ”.

44. Iepriekš minēto iemeslu dēļ es uzskatu, ka Vispārējā tiesa, pārsūdzētā sprieduma 27. punktā nospriežot, ka apstrīdētā preču zīme nevar norādīt uz ar to aptverto preču un pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, nav pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, interpretējot un piemērojot Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu. Tātad pirmā pamata otrā daļa ir noraidāma.

8 Skat. spriedumu, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB* (C-51/10 P, EU:C:2011:139, 50. punkts).

B. Par otrā pamata pirmo daļu, kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu

1. Lietas dalībnieku argumenti

45. Ar otrā pamata pirmo daļu *BSGE* būtībā apgalvo, ka Vispārējā tiesa, pārsūdzētā sprieduma 41. un 42. punktā nospriežot, ka apstrīdētajai preču zīmei ir atšķirtspēja, ir pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, jo preču zīmes “NEUSCHWANSTEIN” pievienošana suvenīrpēcēm pati par sevi nevarētu būt pietiekama, lai nošķirtu preces un pakalpojumus, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, no precēm un pakalpojumiem, kas tirgotas un sniegti Neišvānšteinas pils apkaimē.

46. Turklāt *BSGE* apgalvo, ka Vispārējā tiesa esot pieļāvusi aplveida argumentāciju, pārsūdzētā sprieduma 41. punktā norādot, ka apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” apzīmē ne vien pili kā muzeja apskates vietu, bet arī pašu apstrīdēto preču zīmi. Tas pats attiecoties uz pārsūdzētā sprieduma 42. punktu, kurā Vispārējā tiesa nosprieda, ka apstrīdētā preču zīme savā vārdā dotu iespēju tirgot preces vai sniegt pakalpojumus, kuriem Bavārijas brīvvalsts varētu kontrolēt kvalitāti, lai gan tas nenorādot uz apzīmējuma “NEUSCHWANSTEIN” atšķirtspēju, bet gan esot sekas tās reģistrācijai par Eiropas Savienības preču zīmi. Šādi Vispārējā tiesa iepriekš esot noteikusi lēmumu par to, vai minētais apzīmējums varētu vai nevarētu veidot Eiropas Savienības preču zīmi.

47. *EUIPO* un Bavārijas brīvvalsts uzskata, ka otrā pamata pirmā daļa nav pieņemama, jo tā nerada tiesību jautājumu un prasa jaunu Tiesas novērtējumu par apzīmējuma “NEUSCHWANSTEIN” atšķirtspēju. *EUIPO* uzsver, ka uzņēmējdarbībā vispārpieņemts ir fakts, ka muzeji, sabiedrības, kas apsaimnieko kultūrvēsturiskas vietas vai tūrisma vai kultūras objektus, tirgo preces ar to attiecīgajiem nosaukumiem; šie apzīmējumi tiek izmantoti kā preču zīmes.

48. Pakārtoti Bavārijas brīvvalsts norāda, ka otrā pamata pirmā daļa nav pamatota. Proti, Vispārējā tiesa esot konstatējusi, ka ieinteresētās personas zina, ka tūrisma objekti, kā arī muzeji ir uzņēmumi, kas ne tikai sniedz kultūras izklaides pakalpojumus, bet mūsdienās arī ražo un tirgo preces ar to nosaukumiem, lai izpildītu savu pamatpakalpojumu. Tāpat Vispārējā tiesa pārsūdzētā sprieduma 43. punktā pamatoti esot norādījusi, ka konkrētā sabiedrības daļa uztver apstrīdēto preču zīmi ne tikai kā atsauci uz pili, bet vismaz arī kā “norādi uz attiecīgo preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi”.

2. Vērtējums

a) Par pieņemamību

49. Līdzīgi *EUIPO* un Bavārijas brīvvalstij es uzskatu, ka, ciktāl *BSGE* pārmet Vispārējai tiesai, ka tā esot pamatojusi apzīmējuma “NEUSCHWANSTEIN” atšķirtspēju, apgalvojot, ka tas apzīmē ne tikai pili kā muzeju, bet arī pašu apstrīdēto preču zīmi, tā cenšas saņemt no Tiesas jaunu novērtējumu attiecībā uz minēto apzīmējumu, kuram, pēc tās domām, nav atšķirtspējas un kura konkrētajai sabiedrības daļai būtu jāuztver tikai kā atsauci uz pili. Kā tas izriet no Tiesas pastāvīgās judikatūras⁹, šāda argumentācija nevar būt apelācijas priekšmets, izņemot faktu un pierādījumu sagrozišanu, kas šajā gadījumā nav apgalvota.

⁹ Skat. spriedumu, 2000. gada 4. jūlijs, *Bergaderm un Goupil/Komisija* (C-352/98 P, EU:C:2000:361, 35. punkts), kā arī rīkojumu, 1994. gada 26. septembris, *X/Komisija* (C-26/94 P, EU:C:1994:346, 13. punkts), un 2012. gada 9. marts, *Atlas Transport/ITSB* (C-406/11 P, nav publicēts, EU:C:2012:136, 32. punkts).

50. Savukārt tiktāl, ciktāl *BSGE* pārmet Vispārējai tiesai, ka tā neesot pietiekami pamatojusi konstatējumu, saskaņā ar kuru apstrīdētajai preču zīmei ir atšķirtspēja, tā izvirza tiesību jautājumu, kurš šādā statusā var tikt izvirzīts apelācijas ietvaros¹⁰.

b) *Par lietas būtību*

51. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sprieduma pamatojumam skaidri un nepārprotami ir jāatklāj Vispārējās tiesas argumentācija, lai ieinteresētās personas varētu saprast pieņemtā nolēmuma pamatojumu un Tiesa varētu īstenot savu tiesas kontroli¹¹.

52. Es uzskatu, ka pārsūdzētā sprieduma 41.–43. punktam nav raksturīgs nepietiekams pamatojums, šādu iemeslu dēļ.

53. Pārsūdzētā sprieduma 41. punktā būtībā ir norādīts, ka preces un pakalpojumi, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, ir ikdienā patērējamas preces un pakalpojumi, kas atšķiras no suvenirprecēm un citiem pakalpojumiem saistībā ar tūrisma aktivitātēm vienīgi pēc to nosaukuma, ciktāl tas apzīmē ne tikai pili kā muzeja apskates vietu, bet arī pašu apstrīdēto preču zīmi. Attiecībā uz precēm un pakalpojumiem uz kuriem šī preču zīme attiecas, Vispārējā tiesa nosprieda, ka attiecīgās preces nav ražotas, bet tikai tiek tirgotas Neišvānšteinas pils apkaimē un ka ne visi attiecīgie pakalpojumi tiek piedāvāti *in situ*.

54. Tas, ka attiecīgās preces un pakalpojumi ir aprakstīti kā preces un pakalpojumi, kas paredzēti ikdienas patēriņam un atšķiras no citām precēm (suvenirprecēm) un pakalpojumiem, kuri tikai pēc nosaukuma ir saistīti ar tūrisma darbību, ir fakts konstatējums, ko *BSGE* nevar apstrīdēt apelācijas sūdzībā, izņemot sagrozišanu, kuru tā nav apgalvojusi. Tas pats attiecas uz konstatējumu, pirmkārt, ka preces, uz kurām attiecas apstrīdētā preču zīme, netiek ražotas Neišvānšteinas pils apkaimē, bet tiek tur tirgotas un, otrkārt, ka ne visi pakalpojumi, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, tiek piedāvāti *in situ*.

55. Pretēji tam, ko apgalvo *BSGE*, Vispārējās tiesas argumentācija par to, ka apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” vienlaikus ir apstrīdētā preču zīme un tādas pils nosaukums, kurā preces un pakalpojumi, uz kuriem tā attiecas, tiek tirgoti, nav apļveida argumentācija.

56. Proti, ja, kā tas ir šajā lietā, apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” nav aprakstošs attiecībā uz preču un pakalpojumu, uz kuriem tas attiecas, ģeogrāfisko izcelsmi, *a priori* nekas neliedz Bavārijas brīvvalstij kā Eiropas Savienības preču zīmi reģistrēt tās īpašumā esošo muzeja apskates vietu. Šādā gadījumā ir ierasts, ka šīs vietas nosaukums un preču zīme ir identiski.

57. Tālāk, pārsūdzētā sprieduma 42. punktā, Vispārējā tiesa nosprieda, ka apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” nav aprakstošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, pamatojoties uz to, ka tikai tā pievienošana attiecīgajām precēm un pakalpojumiem tos ļauj nošķirt no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem.

58. Vispirms, kā es to norādīju šo secinājumu 39. punktā, Nicas nolīgumā nav paredzēta preču vai pakalpojumu klase ar nosaukumu “suvenirpreces”. Tāpēc Vispārējā tiesa pareizi izvērtēja, vai apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” ir aprakstošs attiecībā uz aptvertajām precēm un pakalpojumiem, kas paredzēti ikdienas dzīvei un patēriņam, nevis attiecībā uz suvenirprecēm.

¹⁰ Skat. spriedumu, 2011. gada 5. jūlijs, *Edwin/ITSB* (C-263/09 P, EU:C:2011:452, 63. punkts un tajā minētā judikatūra).

¹¹ Skat. spriedumus, 2010. gada 14. oktobris, *Deutsche Telekom/Komisija* (C-280/08 P, EU:C:2010:603, 136. punkts), un 2013. gada 24. janvāris, *3F/Komisija* (C-646/11 P, nav publicēts, EU:C:2013:36, 63. punkts).

59. Saskaņā ar iedibināto judikatūru Eiropas Savienības preču zīme nevar būt aprakstoša, bet tai ir jābūt “spējīgai identificēt reģistrācijai pieteikto precī kā tādu, kas nāk no noteikta uzņēmuma, un tātad atšķirt šo precī no citu uzņēmumu precēm”¹².

60. Vispārējā tiesa pareizi nosprieda, ka, tā kā tas ir savāds vārds, kas nozīmē “gulbja jaunā klints”, apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” nevar būt aprakstošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, jo tā neapraksta to īpašības, kā tas, piemēram, ir gadījumā ar vārdisku apzīmējumu “ecoDoor” attiecībā uz energoefektīvām precēm¹³.

61. Konkrētajā lietā vienīgā saikne, kas *BSGE* ieskatā varētu pastāvēt starp apzīmējumu “NEUSCHWANSTEIN” un precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, ir to tirdzniecības vieta tā paša nosaukuma pils apkaimē. Taču, kā es to paskaidroju šo secinājumu 42. punktā, tirdzniecības vieta nav preču un pakalpojumu, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, īpašība¹⁴.

62. Tādēļ ir viegli saprotams Vispārējās tiesas pamatojums, saskaņā ar kuru vienīgi neaprakstoša apzīmējuma “NEUSCHWANSTEIN” (kuram ieinteresēto personu uztverē nav nekādas saiknes ar attiecīgajām precēm un pakalpojumiem, izņemot to tirgošanu tāda paša nosaukuma pili) pievienošana ļauj konkrētajai sabiedrības daļai nošķirt attiecīgās preces un pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem.

63. Pārsūdzētā sprieduma 43. punktā Vispārējā tiesa noraidīja *BSGE* un *EUIPO* Apelācijas piektās padomes argumentus par to, ka apzīmējums “NEUSCHWANSTEIN” ir reklāmas līdzeklis vai sauklis. Turpretim tā atzina, ka tas ļauj konkrētajai sabiedrības daļai gan atšķirt preču un pakalpojumu, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, komerciālo izcelsmi, gan atsaukties uz pils apmeklējumu. Proti, šāda dubulta funkcija ir neizbēgamas sekas muzeja īpašnieku izvēlei reģistrēt tā nosaukumu kā Eiropas Savienības preču zīmi, un tas nemaz nav aizliegts. Šajā ziņā Vispārējā tiesa pamatoja apzīmējuma “NEUSCHWANSTEIN” atšķirtspēju, ciktāl tas ļauj konkrētajai sabiedrības daļai saistīt preces un pakalpojumus, uz kuriem attiecas apstrīdētā preču zīme, ar Bavārijas brīvvalsti.

64. Šo iemeslu dēļ es uzskatu, ka otrā pamata pirmā daļa ir jānoraida.

VI. Secinājumi

65. Šo iemeslu dēļ un neskarot citu apelācijas sūdzības pamatu pārbaudi, es ierosinu Tiesai noraidīt apelācijas sūdzības pirmā pamata otro daļu un otrā pamata pirmo daļu.

12 Skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 46. punkts). Šajā nozīmē skat. arī spriedumus, 2002. gada 18. jūnijs, *Philips* (C-299/99, EU:C:2002:377, 35. punkts); 2003. gada 8. aprīlis, *Linde* u.c. (no C-53/01 līdz C-55/01, EU:C:2003:206, 40. punkts), un 2003. gada 6. maijs, *Libertel* (C-104/01, EU:C:2003:244, 62. punkts).

13 Skat. spriedumu, 2014. gada 10. jūlijs, *BSH/ITSB* (C-126/13 P, nav publicēts, EU:C:2014:2065, 24.–27. punkts).

14 Jāatgādina par pārklāšanos, kāda pastāv starp Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkta piemērošanas jomām, jo aprakstošs apzīmējums nevar būt atšķirtspējīgs. Skat. spriedumus, 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland* (C-363/99, EU:C:2004:86, 67., 85. un 86. punkts), un 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB* (C-51/10 P, EU:C:2011:139, 46. un 47. punkts).