



Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (devītā palāta paplašinātā sastāvā)

2019. gada 19. jūnijā *

Eiropas Savienības preču zīme – Spēkā neesamības atzīšanas process – Eiropas Savienības grafiska preču zīme, kurā attēlotas trīs paralēlas svītras – Absolūts atteikuma pamats – Izmantošanas rezultātā iegūtās atšķirtspējas neesamība – Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 3. punkts un 52. panta 2. punkts (tagad Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 3. punkts un 59. panta 2. punkts) – Izmantošanas forma, kas nevar tikt ņemta vērā – Forma, kas ar nebūtiskām variācijām atšķiras no formas, kādā preču zīme ir tikusi reģistrēta – Krāsu shēmas inversija

Lietā T-307/17

adidas AG, Hercogenaurationa [*Herzogenaurach*] (Vācija), ko pārstāv *I. Fowler* un *I. Junkar*, *solicitors*,

prasītāja,

ko atbalsta

Marques, Lestera [*Leicester*] (Apvienotā Karaliste), ko pārstāv *P. Kirch*, advokāts,

persona, kas iestājusies lietā,

pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (EUIPO), ko pārstāv *M. Rajh* un *H. O'Neill*, pārstāvji,

atbildētāja,

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

Shoe Branding Europe BVBA, Audenarde [*Oudenaarde*] (Beļģija), ko pārstāv *J. Løje*, *avocat*,

par prasību, kas celta par EUIPO Apelācijas otrās padomes 2017. gada 7. marta lēmumu (lieta R 1515/2016-2) attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas procesu starp *Shoe Branding Europe* un *adidas*,

VISPĀRĒJĀ TIESA (devītā palāta paplašinātā sastāvā),

šādā sastāvā: priekšsēdētājs *S. Žervazoni* [*S. Gervasoni*], tiesneši *L. Madise* [*L. Madise*] un *R. da Silva Passos* [*R. da Silva Passos*], *K. Kovalika-Baņčika* [*K. Kowalik-Bańczyk*] (referente) un *K. Makioki* [*C. Mac Eochaidh*],

sekretārs: *E. Hendriks* [*E. Hendrix*] administrators,

* Tiesvedības valoda – angļu.

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2017. gada 18. maijā,
ņemot vērā EUIPO atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2017. gada 10. augustā,
ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas iesniegts Vispārējās tiesas kancelejā 2017. gada 12. jūlijā,
ņemot vērā 2017. gada 5. decembra rīkojumu, ar kuru *Marques* ir atļauts iestāties lietā prasītājas prasījumu atbalstam,
ņemot vērā *Marques* iestāšanās rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 22. janvārī,
ņemot vērā prasītājas apsvērumus, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegti 2018. gada 19. februārī,
ņemot vērā EUIPO apsvērumus, kas iesniegti Vispārējās tiesas kancelejā 2018. gada 28. februārī,
ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, apsvērumus, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegti 2018. gada 28. februārī,
pēc tiesas sēdes 2019. gada 24. janvārī
pasludina šo spriedumu.

Spriedums

I. Tiesvedības priekšvēsture

- 1 2013. gada 18. decembrī prasītāja *adidas AG* iesniedza Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (EUIPO) Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu saskaņā ar grozīto Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.), kas grozīta (aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.)).

2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir attēlota šādi:



3 Reģistrācijas pieteikumā šī preču zīme ir identificētā kā grafiska preču zīme un ir raksturota šādi:

“Preču zīme sastāv no trīs vienāda platuma paralēlām svītrām, kas izvietotas uz produkta jebkurā virzienā.”

4 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 25. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un atbilst šādam aprakstam: “apģērbi, apavi, galvassegas”.

5 Šī preču zīme tika reģistrēta 2014. gada 21. maijā ar numuru 12442166.

6 2014. gada 16. decembrī persona, kas iestājusies lietā, *Shoe Branding Europe BVBA* iesniedza pieteikumu par attiecīgās preču zīmes spēkā neesamības atzīšanu atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktam (tagad Regulas 2017/1001 59. panta 1. punkta a) apakšpunkts), lasot to kopsakarā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu (tagad Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts).

7 2016. gada 30. jūnijā Anulēšanas nodaļa apmierināja pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu, ko iesniedza persona, kas iestājusies lietā, pamatojoties uz to, ka attiecīgajai preču zīmei nav nekādas atšķirtspējas – ne raksturīgās, ne izmantošanas rezultātā iegūtās.

8 2016. gada 18. augustā prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pantu (tagad Regulas 2017/1001 66.–71. pants), iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību par Anulēšanas nodaļas lēmumu. Ar šo apelācijas sūdzību tā nav apstrīdējusi attiecīgās preču zīmes raksturīgā atšķirtspējas neesamību, bet gan savukārt ir apgalvojusi, ka šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta (tagad Regulas 2017/1001 7. panta 3. punkts un 59. panta 2. punkts) nozīmē.

9 Ar 2017. gada 7. marta lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) *EUIPO* Apelācijas otrā padome apelācijas sūdzību noraidīja.

10 Vispirms Apelācijas padome norādīja, ka attiecīgā preču zīme ir likumīgi reģistrēta kā grafiska preču zīme (apstrīdētā lēmuma 20. punkts). Pēc tam tā apstiprināja Anulēšanas nodaļas vērtējumu, saskaņā ar kuru preču zīmei nav raksturīgās atšķirtspējas (apstrīdētā lēmuma 22. punkts). Visbeidzot tā izvērtēja visus prasītājas iesniegtos pierādījumus un uzskatīja, ka tā nav iesniegusi pierādījumus, ka šī preču zīme visā Eiropas Savienībā ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā (apstrīdētā lēmuma

69. punkts). Līdz ar to Apelācijas padome uzskatīja, ka attiecīgā preču zīme ir reģistrēta, pārkāpjot Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, un ka tādēļ tā ir jāatzīst par spēkā neesošu (apstrīdētā lēmuma 72. punkts).

II. Lietas dalībnieku prasījumi

- 11 Prasītājas, ko atbalsta apvienība *Marques* (turpmāk tekstā – “apvienība, kas iestājusies lietā”), prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- atcelt apstrīdēto lēmumu;
 - piespriest *EUIPO* un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 12 *EUIPO* prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- prasību noraidīt;
 - piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus;
 - piespriest apvienībai, kas iestājusies lietā, segt savus tiesāšanās izdevumus pašai.
- 13 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- prasību noraidīt;
 - piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

III. Juridiskais pamatojums

- 14 Lai pamatotu savu prasību, prasītāja, kuru atbalsta apvienība, kas iestājusies lietā, izvirza vienu pamatu par to, ka ir pārkāpts Regulas Nr. 207/2009 52. panta 2. punkts, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 7. panta 3. punktu, kā arī ar tiesiskās palāvības aizsardzības principu un samērīguma principu.
- 15 Var uzskatīt, ka šim pamatam ir divas daļas, jo prasītāja, pirmkārt, apgalvo, ka Apelācijas padome ir nepamatoti noraidījusi daudzus pierādījumus, jo tie attiecas uz citiem apzīmējumiem, kas nav attiecīgā preču zīme, un, otrkārt, ka Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, uzskatot, ka nav pierādīts, ka attiecīgā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju sakarā ar to, ka tā ir tikusi izmantota Savienības teritorijā.

A. Ievada apsvērumi

- 16 Pirmkārt, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu neregistrē preču zīmes, kam nav atšķirtspējas. Saskaņā ar šīs pašas regulas 7. panta 2. punktu (tagad Regulas 2017/1001 7. panta 2. punkts) šo absolūto atteikuma pamatu piemēro arī tad, ja tas pastāv tikai kādā Savienības daļā. Tomēr no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izriet, ka šis pamats neliedz reģistrēt preču zīmi, ja tā attiecībā uz reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm ir ieguvusi atšķirtspēju pēc tās izmantošanas.
- 17 Otrkārt, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu Eiropas Savienības preču zīmi atzīst par spēkā neesošu, pamatojoties uz *EUIPO* iesniegto pieteikumu, ja Eiropas Savienības preču zīme ir reģistrēta pretrunā šīs regulas 7. panta noteikumiem. Taču saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 52. panta 2. punktu, ja Savienības preču zīme ir tikusi reģistrēta, pārkāpjot minētās

regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā minētās prasības, tā tomēr nevar tikt atzīta par spēkā neesošu, ja preču zīme pēc tās reģistrācijas izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta.

- 18 No Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. punkta 2. punkta izriet, ka spēkā neesamības atzīšanas procesā tas, ka reģistrētajai preču zīmei nav raksturīgās atšķirtspējas, neizraisa šīs preču zīmes spēkā neesamību, ja šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā vai nu pirms tās reģistrācijas, vai laikposmā starp tās reģistrāciju un pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu iesniegšanas datumu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2017. gada 14. decembris, *bet365 Group/EUIPO – Hansen* (“BET 365”), T-304/16, EU:T:2017:912, 23. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 19 Ir arī jāatgādina, ka preču zīmes atšķirtspēja, vai nu raksturīgā, vai izmantošanas rezultātā iegūtā, nozīmē to, ka šī preču zīme ļauj identificēt preci, attiecībā uz kuru ir pieteikta reģistrācija, kā tādu, kas nāk no konkrēta uzņēmuma, un tādējādi atšķirt šo preci no citu uzņēmumu precēm (šajā nozīmē un pēc analogijas skat. spriedumus, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 46. punkts, un 2002. gada 18. jūnijs, *Philips*, C-299/99, EU:C:2002:377, 35. punkts).
- 20 Šī atšķirtspēja vai nu raksturīgā, vai izmantošanas rezultātā ir jāvērtē saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem reģistrācija tiek lūgta, no vienas puses, un saistībā ar konkrētās sabiedrības daļas uztveri, no otras puses (pēc analogijas skat. spriedumus, 2002. gada 18. jūnijs, *Philips*, C-299/99, EU:C:2002:377, 59 un 63. punkts, un 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 34. un 75. punkts).
- 21 Šajā lietā konkrētā sabiedrības daļa saistībā ar precēm, attiecībā uz kurām reģistrēta attiecīgā preču zīme, proti, apģērbiem, apaviem un galvassegām, ietver visus potenciālos šo preču patērētājus Savienībā, t.i., gan plašo sabiedrību, gan specializēto sabiedrības daļu.
- 22 Ņemot vērā šos apsvērumus, ir jāizvērtē iepriekš 15. punktā izklāstītā vienīgā pamata abas daļas.

B. Par pirmo pamata daļu, ar kuru tiek apgalvota nepamatota noteiktu pierādījumu noraidīšana

- 23 Pamata pirmajā daļā prasītāja, kuru atbalsta apvienība, kas iestājusies lietā, pārmet Apelācijas padomei, ka tā nav ņēmusi vērā vairākus pierādījumus, jo tie attiecas uz apzīmējumiem, kas nav attiecīgā preču zīme. Šis pamatojums, pirmkārt, ir balstīts uz nepareizu attiecīgās preču zīmes interpretāciju un, otrkārt, uz to, ka ir kļūdaini piemērots “atļauto variantu likums”. Šie divi iebildumi ir jāizvērtē secīgi.

1. Pirmais iebildums par to, ka attiecīgā preču zīme ir kļūdaini interpretēta

- 24 Ar pirmo iebildumu prasītāja, kuru atbalsta apvienība, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka, uzskatot, ka attiecīgā preču zīme tika pieteikta tikai dažās dimensijās, konkrēti, noteiktā attiecībā starp tās augstumu un platumu, Apelācijas padome neesot pareizi interpretējusi šo preču zīmi. Šī preču zīme esot “virsmas raksts”, kas var tikt reproducēta dažādās dimensijās un proporcijās atkarībā no produktiem, uz kuriem tā tiek izvietota. Konkrēti, trīs paralēlās svītras vienādā attālumā, kas veido preču zīmi, varot tikt pagarinātas vai saīsinātas dažādos veidos, ieskaitot slīpi. Tā piebilst, ka, pamatojoties uz *EUIPO* Pamatnostādnēm par [reģistrācijas pieteikumu] izskatīšanu un no tām izrietošo tiesisko paļāvību, tā var atsaukties uz to, ka attiecīgā preču zīme ir raksta preču zīme, lai gan šī preču zīme tika reģistrēta kā grafiska preču zīme.
- 25 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas un apvienības, kas iestājusies lietā, argumentus.

- 26 Lai atbildētu uz prasītājas un apvienības, kas iestājusies lietā, argumentāciju, pirmkārt, ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 4. pantu (tagad Regulas 2017/1001 4. pants) Savienības preču zīme var tikt izveidota no visiem apzīmējumiem, ko var attēlot grafiski, ar nosacījumu, ka ar šiem apzīmējumiem var nošķirt viena uzņēmuma preces un pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem.
- 27 Otrkārt, ir jānorāda, ka reģistrācija var notikt vienīgi uz reģistrācijas pieteikuma, kuru reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs ir iesniedzis *EUIPO*, pamata un tā robežu ietvaros. No tā izriet, ka *EUIPO* nevar ņemt vērā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes īpašības, kas nav norādītas reģistrācijas pieteikumā vai tam pievienotajos dokumentos (skat. spriedumu, 2015. gada 25. novembris, *Jaguar Land Rover /ITSB* (Automašīnas forma), T-629/14, nav publicēts, EU:T:2015:878, 34. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 28 Šajā ziņā preču zīmes īpašības ir jānovērtē, ņemot vērā vairākus elementus.
- 29 Vispirms saskaņā ar Komisijas Regulas (EK) Nr. 2868/95 (1995. gada 13. decembris), ar ko īsteno Padomes Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1995, L 303, 1. lpp.), 1. noteikuma 1. punkta d) apakšpunktu un 3. noteikuma 2. un 5. punktu (tagad Komisijas Īstenošanas regulas (ES) 2018/626 (2018. gada 5. marts), ar ko paredz sīki izstrādātus noteikumus, kas vajadzīgi, lai īstenotu konkrētus noteikumus Regulā (ES) 2017/1001, un atceļ Īstenošanas regulu (ES) 2017/1431 (OV 2018, L 104, 37. lpp.), 2. panta 1. punkta d) apakšpunkts un 3. panta 6.–8. punkts un 3. punkta b) un f) apakšpunkts), ja ir lūgts reģistrēt grafisku attēlojumu vai konkrētu krāsu, Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumā ir jāiekļauj preču zīmes grafiskais attēlojums un attiecīgajā gadījumā krāsa.
- 30 Prasības par grafisko attēlojumu funkcija tostarp ir definēt pašu preču zīmi, lai noteiktu precīzo aizsardzības, kas piešķirta ar reģistrēto preču zīmi tās īpašniekam, priekšmetu (pēc analogijas skat. spriedumus, 2002. gada 12. decembris, *Sieckmann*, C-273/00, EU:C:2002:748, 48. punkts, un 2004. gada 24. jūnijs, *Heidelberger Bauchemie*, C-49/02, EU:C:2004:384, 27. punkts). Līdz ar to pieteikuma iesniedzējam ir jāiesniedz preču zīmes grafisks attēlojums, kas precīzi atbilst aizsardzības, kuru tas vēlas iegūt, priekšmetam. Līdzko preču zīme ir reģistrēta, tās īpašnieks nevar pretendēt uz plašāku aizsardzību kā tā, kas ir piešķirta ar šo grafisko attēlojumu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2017. gada 30. novembris, *Red Bull/EUIPO – Optimum Mark* (Zilas un sudraba krāsas kombinācija), T-101/15 un T-102/15, pārsūdzēts, EU:T:2017:852, 71. punkts).
- 31 Turpinājumā Regulas Nr. 2868/95 3. noteikuma 3. punktā ir paredzēts, ka reģistrācijas pieteikumā “var iekļaut [preču] zīmes aprakstu”. Tādēļ gadījumā, ja apraksts ir ietverts reģistrācijas pieteikumā, tas ir jāizvērtē kopā ar grafisko attēlojumu (šajā nozīmē un pēc analogijas skat. spriedumu, 2017. gada 30. novembris, Zilas un sudraba krāsas kombinācija, T-101/15 un T-102/15, pārsūdzēts, EU:T:2017:852, 79. punkts).
- 32 Visbeidzot *EUIPO* ir arī jāizvērtē reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspēja, ņemot vērā preču zīmes kategoriju, kuru pieteikuma iesniedzējs ir izvēlējis savā reģistrācijas pieteikumā (šajā nozīmē skat. rīkojumu, 2016. gada 21. janvāris, *Enercon/ITSB*, C-170/15 P, nav publicēts, EU:C:2016:53, 29., 30. un 32. punkts).
- 33 Treškārt, ir jānorāda, ka atšķirībā no Komisijas Īstenošanas regulas (ES) 2017/1431 (2017. gada 18. maijs), ar ko nosaka detalizētus noteikumus, kā īstenojamas dažas Padomes Regulas Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi normas (OV 2017, L 205, 39. lpp.) (aizstāta ar Īstenošanas regulu 2018/626), ne Regulā Nr. 207/2009, ne Regulā Nr. 2868/95, kas piemērojamas pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniegšanas datumā, nav norādītas “raksta preču zīmes”, ne arī “grafiskas preču zīmes” kā konkrētas preču zīmju kategorijas.

- 34 Tomēr, pat pirms Īstenošanas regulas 2017/1431 stāšanās spēkā Vispārējā tiesa ir atzinusi, ka apzīmējums, kas ir raksturots kā grafiska preču zīme, var ietvert virkni elementu, kas regulāri atkārtojas (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2016. gada 9. novembris, *Birkenstock Sales/EUIPO* (Viļņotu krustojošos līniju raksta attēls), T-579/14, EU:T:2016:650, 43., 49., 53. un 62. punkts). Tādējādi līdz brīdim, kad stājās spēkā Īstenošanas regula 2017/1431, raksta preču zīme varēja tikt reģistrēta kā grafiska preču zīme, jo tā sastāvēja no attēla (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2012. gada 19. septembris, *Fraas/ITSB* (Rūtiņu raksts gaiši un tumši pelēkā, smilškrāsā, tumši sarkanā un brūnā krāsā), T-326/10, nav publicēts, EU:T:2012:436, 56. punkts).
- 35 Šajā gadījumā saskaņā ar reģistrācijas pieteikumu attiecīgā preču zīme tika reģistrēta kā grafiska preču zīme, pamatojoties uz grafisko attēlojumu un aprakstu, kas ir sniegts iepriekš 2. un 3. punktā.
- 36 Apstrīdētā lēmuma 38. punktā Apelācijas padome ir interpretējusi attiecīgo preču zīmi šādi:
- “Tā sastāv no trīs plānām melnām vertikālām un paralēlām svītrām uz balta fona, kuras ir aptuveni piecas reizes garākas nekā platākas. Tai ir relatīvi maz īpašību: proporcija augstums/platums (aptuveni 5:1), vienāda attāluma balta telpa starp melnajām svītrām un tas, ka svītras ir paralēlas.”
- 37 Ir jākonstatē, ka šī attiecīgās preču zīmes interpretācija precīzi atbilst grafiskajam attēlojumam, uz kura pamata šī preču zīme ir tikusi reģistrēta. Konkrēti, Apelācijas padome ir pamatoti norādījusi, ka pastāv aptuveni 5 pret 1 proporcija starp attiecīgās preču zīmes kopējo augstumu un kopēju platumu. Turklāt Apelācijas padome ir pamatoti ņēmusi vērā trīs paralēlo melno svītru vienādo biezumu un divas baltās krāsas telpas, kas nodala šīs svītras.
- 38 Tomēr prasītāja kritizē šo attiecīgās preču zīmes interpretāciju, pirmkārt, apgalvojumu, ka grafiskā preču zīme var tikt reģistrēta bez tās dimensiju vai proporciju norādīšanas (šajā nozīmē un pēc analogijas skat. spriedumu, 2014. gada 10. jūlijs, *Apple*, C-421/13, EU:C:2014:2070, 19. un 27. punkts) un, otrkārt, ka attiecīgā preču zīmes ir raksta preču zīme. Šādos apstākļos preču zīmes grafiskā attēlojuma funkcija ir parādīt tikai zīmējumu, kurā attēlotas trīs paralēlas svītras, kas ir vienādā attālumā, neatkarīgi no tā, cik garas ir šīs svītras vai kādā veidā tās ir nogrieztas.
- 39 Šo argumentāciju nevar pieņemt.
- 40 Pirmkārt, ir jākonstatē, ka, lai gan Apelācijas padome apstrīdētajā lēmumā attiecīgo preču zīmi ir raksturojusi, ņemot vērā tās dažādo veidojošo elementu proporcijas, kā minētā preču zīme ir tikusi attēlota reģistrācijas pieteikumā, tā tomēr nav definējusi attiecīgo preču zīmi, atsaucoties uz preču zīmes dimensijām, aplūkojot to kopumā, kādās tā varētu būt reproducēta uz attiecīgajiem produktiem. No tā izriet, ka, pretēji prasītājas apgalvotajam, ar Apelācijas padomes veikto preču zīmes interpretāciju netiek apstrīdēts tas, ka šo preču zīmi tika lūgts reģistrēt konkrētās dimensijās.
- 41 Otrkārt, prasītāja atzīst, ka attiecīgā preču zīme ir likumīgi reģistrēta kā grafiska preču zīme. Taču no iepriekš 30. punktā izklāstītās judikatūras izriet, ka grafiskā preču zīme principā tiek reģistrēta tādās proporcijās, kādās tā ir tās grafiskajā attēlojumā. Šis konstatējums nevar tikt atspēkots ar 2014. gada 10. jūlija spriedumu *Apple* (C-421/13, EU:C:2014:2070, 19. un 27. punkts), uz kuru atsaucas prasītāja. Šajā spriedumā ir vienīgi norādīts, ka zīmējums var tikt reģistrēts kā preču zīme, lai gan nav sniegtas norādes par tajā attēlotā priekšmeta lielumu vai proporcijām. Taču šajā spriedumā nav norādīts, ka preču zīme var tikt reģistrēta, nedefinējot paša apzīmējuma proporcijas.
- 42 Treškārt, prasītāja nesekmīgi apgalvo, ka šī preču zīme ir nevis parasta grafiska preču zīme, bet gan raksta preču zīme, kuras proporcijas nav fiksētas.
- 43 Šajā ziņā vispirms ne no attiecīgās preču zīmes grafiskā attēlojuma, ne no šīs preču zīmes apraksta neizriet, ka tā sastāv no virknes elementu, kuri regulāri atkārtojas.

- 44 Turpinājumā prasītājas apgalvojums, ka aizsardzības priekšmets, kas piešķirts ar attiecīgo preču zīmi, sastāvot no trīs paralēlām svītrām, kas ir vienādā attālumā, neatkarīgi no to garuma vai veida, kādā tās ir nogrieztas, nav pamatots ne ar kādu konkrētu pierādījumu. Pirmkārt, šis apgalvojums ir pretrunā attiecīgās preču zīmes grafiskajam attēlojumam, no kura ir redzams, ka apzīmējumu raksturo proporcija aptuveni no 5 pret 1 starp tā kopējo augstumu un platumu, kā arī tā taisnstūrveida forma un trīs svītras, kas to veido, ir nogrieztas taisnā leņķī. Otrkārt, šo apgalvojumu neapstiprina attiecīgās preču zīmes apraksts, kurā ir vienīgi atgādināts, ka šī preču zīme sastāv no “trīs vienāda platuma paralēlām svītrām”, un ir precizēts, ka šīs svītras var tikt “izvietotas uz produkta jebkurā virzienā”, nenorādot, ka šo svītru garums varētu tikt mainīts vai svītras varētu tikt nogrieztas slīpi.
- 45 Visbeidzot, lai gan ir taisnība, ka pirms Īstenošanas regulas 2017/1431 stāšanās spēkā EUIPO Pamatnostādnēs par [reģistrācijas pieteikumu] izskatīšanu bija norādīts, ka “preču zīmes, kas ilustrē [rakstu, ir] “grafiskas preču zīmes” atbilstoši [EUIPO] praksei”, šajās pamatnostādnēs šīm preču zīmēm nav sniegts definēšanas pamatojums, kas atšķiras no iepriekš 34. punktā izklāstītās judikatūras. Šajās pamatnostādnēs ir precizēts, ka “grafiskas preču zīmes var uzskatīt par “raksta” preču zīmēm, ja tās veido tādu elementu kopums, kas regulāri atkārtojas”.
- 46 Šajos apstākļos ir jāsecina, ka attiecīgā preču zīme ir parasta grafiska preču zīme, nevis raksta preču zīme. Līdz ar to, pirmkārt, Apelācijas padome nav pieļāvusi kļūdu, interpretējot attiecīgo preču zīmi un, otrkārt, prasītāja nekādā ziņā nevar pamatoties uz tiesiskās paļāvības aizsardzības principu, lai apstrīdētu šo interpretāciju.
- 47 No tā izriet, ka pirmais iebildums ir jānoraida.

2. Par otro iebildumu, ar kuru tiek apgalvots, ka ir kļūdaini piemērots “atļauto variantu likums”

- 48 Ar otro iebildumu prasītāja, ko atbalsta apvienība, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka Apelācijas padome ir kļūdaini piemērojusi “atļauto variantu likumu”. Tā definē šo likumu kā noteikumu, saskaņā ar kuru preču zīmes izmantošana tādā formā, kas atšķiras zināmos elementos, kuri neizmaina preču zīmes atšķirtspēju, no tās formas, kādā tā tikusi reģistrēta, arī ir uzskatāma par šīs preču zīmes izmantošanu. Tā apgalvo, ka, pretēji tam, ko uzskatījusi Apelācijas padome, tās visi iesniegtie dokumenti attiecas uz attiecīgās preču zīmes izmantošanas formām, saistībā ar kurām šīs preču zīmes atšķirtspēja nav grozīta. Līdz ar to šīs izmantošanas formas ir atbilstošas, lai novērtētu, vai attiecīgā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju.
- 49 Pirms izvērtēt šī iebilduma pamatotību, vispirms ir jādefinē preču zīmes “izmantošanas” jēdziens Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē.

a) Par preču zīmes izmantošanas jēdzienu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē

- 50 Prasītāja, kuru atbalsta apvienība, kas iestājusies lietā, uzskata, ka preču zīmes izmantošanas jēdziens Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē ir jāinterpretē tādā pašā veidā kā faktiskas izmantošanas jēdziens, kas izklāstīts šīs pašas regulas 15. panta 1. punktā (tagad Regulas 2017/1001 18. panta 1. punkts), kas noteiktos gadījumos ietver šīs preču zīmes izmantošanu formās, kas atšķiras no formas, kādā šī preču zīme ir tikusi reģistrēta.
- 51 EUIPO un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd šo interpretāciju. Tie norāda, ka jēdziens “izmantošana”, kas ietverts Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktā un 52. panta 2. punktā ir šaurāks nekā jēdziens “faktiska izmantošana”, kas ietverts šīs pašas regulas 15. panta 1. punktā. Tie uzskata, ka, lai konstatētu, ka preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju, preču zīmes īpašnieks varot vienīgi pamatoties uz preču zīmes, kāda tā ir tikusi reģistrēta, izmantošanu. Vienīgi nenožīmīgas variācijas varot tikt akceptētas.

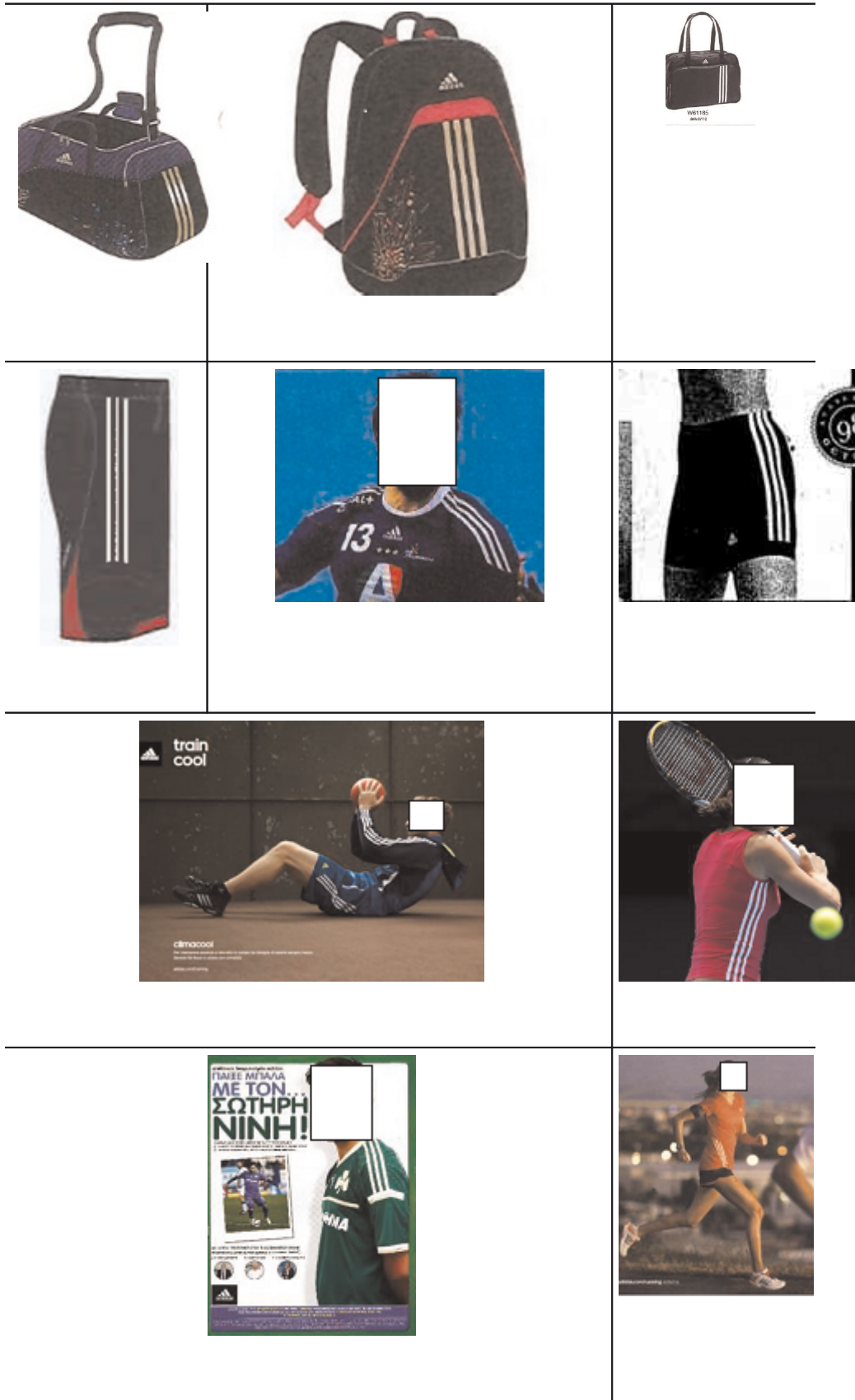
- 52 Ir jānosaka, vai, runājot par preču zīmes izmantošanas formām, kas var tikt ņemtas vērā, preču zīmes “izmantošanas” jēdziens Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē ir jāinterpretē tādā pašā veidā kā jēdziens “faktiska izmantošana”, kas izklāstīts šīs pašas regulas 15. panta 1. punktā.
- 53 Šajā ziņā ir lietderīgi atgādināt, ka Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta otrajā daļā (tagad Regulas 2017/1001 18. panta 1. punkta otrā daļas a) apakšpunkts) ir paredzēts, ka “preču zīmes izmantošana tādā formā, kas atšķiras zināmos elementos, kuri neizmaina [šīs] preču zīmes atšķirtspēju, no tās formas, kādā tā tikusi reģistrēta”, arī ir reģistrētas preču zīmes faktiska izmantošana. No šīs tiesību normas arī izriet, ka reģistrētā preču zīme ir jāuzskata par faktiski izmantotu, ja ir iesniegti pierādījumi par šīs preču zīmes izmantošanu formā, kas nedaudz atšķiras no formas, kādā tā tikusi reģistrēta (spriedums, 2007. gada 13. septembris, *Il Ponte Finanziaria/ITSB*, C-234/06 P, EU:C:2007:514, 86. punkts).
- 54 Ir jānorāda, ka, izvairoties pieprasīt precīzu atbilstību starp tirdzniecībā izmantoto formu un to formu, kādā preču zīme ir tikusi reģistrēta, Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta otrās daļas a) apakšpunkta mērķis ir atļaut šīs preču zīmes īpašniekam apzīmējuma komerciālās izmantošanas gadījumā veikt tajā izmaiņas, kas, nemainot atšķirtspēju, ļauj to labāk pielāgot attiecīgo preču vai pakalpojumu tirdzniecības vai mārketinga prasībām (spriedumi, 2012. gada 25. oktobris, *Rintisch*, C-553/11, EU:C:2012:671, 21. punkts, un 2013. gada 18. jūlijs, *Specsavers International Healthcare u.c.*, C-252/12, EU:C:2013:497, 29. punkts).
- 55 Taču atšķirībā no Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta otrās daļas a) apakšpunkta šīs pašas regulas 7. panta 3. punktā un 52. panta 2. punktā nav tieši paredzēta preču zīmes izmantošana, kas atšķiras no formas, kādā šī preču zīme ir tikusi iesniegta reģistrācijai un attiecīgajā gadījumā reģistrēta.
- 56 Šī atšķirība formulējumā ir izskaidrojama ar to, ka iepriekš 55. punktā izklāstītās tiesību normas ir balstītas uz atšķirīgu loģiku. Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta otrās daļas a) apakšpunkts ir piemērojams vienīgi jau reģistrētai preču zīmei, kuras atšķirtspēja netiek apstrīdēta. Šis pants tādējādi ļauj paturēt spēkā preču zīmes aizsardzību ar pierādījumiem par tās izmantošanu, kas attiecīgajā gadījumā atšķiras no formas, kādā tā ir tikusi reģistrēta. Taču šīs pašas regulas 7. panta 3. punkts un 52. panta 2. punkts izriet no idejas, ka apzīmējuma, kam nav raksturīgās atšķirtspējas, un preču zīmes, kas ir nepamatoti reģistrēta, neraugoties uz tās atšķirtspējas neesamību, izmantošana noteiktos gadījumos var ļaut šim apzīmējumam vai šai preču zīmei būt vai palikt reģistrētai. Citiem vārdiem sakot, Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta otrās daļas a) apakšpunkta atskaites punkts ir preču zīmes reģistrācija un ietver tās izmantošanas vēlāku vērtējumu, taču šīs pašas regulas 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta atskaites punkts ir šī apzīmējuma izmantošana, lai attiecīgajā gadījumā panāktu tās reģistrāciju vai to paturētu spēkā.
- 57 Tomēr vajadzība, kas norādīta iepriekš 54. punktā, ieviest zināmas variācijas preču zīmē saistībā ar tās komerciālo izmantošanu ir arī pamatota laikposmā, kurā šī preču zīme attiecīgajā gadījumā iegūst atšķirtspēju tās izmantošanas rezultātā Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē.
- 58 Tādēļ izmantošanas kritērijs nevar tikt novērtēts, ņemot vērā dažādus elementus, atkarībā no tā, vai ir jānosaka, vai šis kritērijs var radīt tiesības attiecībā uz preču zīmi vai nodrošināt šādu tiesību saglabāšanu. Ja ir iespējams iegūt preču zīmes aizsardzību attiecībā uz apzīmējumu noteiktas tās izmantošanas veidā, šādam pašam izmantošanas veidam ir jāspēj nodrošināt šīs aizsardzības saglabāšanu. Līdz ar to saistībā ar izmantošanas formām prasības, kas attiecas uz preču zīmes faktiskas izmantošanas pārbaudi, ir analogiskas tām, kas attiecas uz apzīmējuma – saistībā ar tā reģistrāciju – atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā (spriedums, 2013. gada 18. aprīlis, *Colloseum Holding*, C-12/12, EU:C:2013:253, 33. un 34. punkts; šajā nozīmē un pēc analogijas skat. arī ģenerālvokātes J. Kokotes [*J. Kokott*] secinājumus lietā *Nestlé*, C-353/03, EU:C:2005:61, 24. punkts).

- 59 No tā izriet, ka preču zīmes izmantošanas formas, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punktā, ieskaitot tās, kas atšķiras vienīgi “elementos, kuri neizmaina [šīs] preču zīmes atšķirtspēju”, ir jāņem vērā, ne tikai lai pārbaudītu, vai šī preču zīme ir faktiski izmantota minētās tiesību normas nozīmē, bet arī lai noteiktu, vai šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē.
- 60 Ir tiesa, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta kontekstā būtu neatbilstoši runāt par atšķirtspējas grozīšanu, pirms pat ir noteikts, vai preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju.
- 61 Ir ticis nospriests, ka Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta otrās daļas a) apakšpunkts attiecas uz situācijām, kurās tirdzniecībā izmantotā apzīmējuma forma atšķiras no formas, kādā tas ir reģistrēts, vienīgi nebūtiskos elementos, līdz ar ko šīs abas formas kopumā var tikt uzskatītas par ekvivalentām (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2015. gada 15. decembris, *LTJ Diffusion/ITSB – Arthur un Aston* (“ARTHUR & ASTON”), T-83/14, EU:T:2015:974, 18. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2016. gada 13. septembris, *hyphen/EUIPO – Skylovec* (Daudzstūra attēlojums), T-146/15, EU:T:2016:469, 27. punkts).
- 62 Šajos apstākļos, kā to pamatoti apgalvo prasītāja, preču zīmes izmantošanas jēdziens Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē ir jāinterpretē kā tāds, kas norāda ne tikai uz preču zīmes izmantošanu formā, kādā tā tika iesniegta reģistrācijai un attiecīgajā gadījumā reģistrēta, bet arī uz preču zīmes izmantošanu formās, kas atšķiras no šīs formas vienīgi nebūtiskās variācijās un kas tādēļ var tikt kopumā uzskatītas par ekvivalentām šai formai.
- 63 Šajā lietā ir jāuzskata, ka Apelācijas padome būtībā ir īstenojusi iepriekš 61. punktā izklāstīto kritēriju. Apelācijas padome ir norādījusi uz Regulas Nr. 207/2009 15. panta 1. punkta otrā daļas a) apakšpunktu (apstrīdētā lēmuma 30. punkts) un ir precizējusi, ka šī tiesību norma ļauj ņemt vērā apzīmējuma izmantošanu, kurš atšķiras no formas, kādā tas ir reģistrēts, vienīgi nebūtiskos elementos, līdz ar to šīs abas formas kopumā var tikt uzskatītas par ekvivalentām (apstrīdētā lēmuma 32. punkts). Tā ir arī norādījusi, ka principā šīs regulas 7. panta 3. punkta ietvaros nav nepieciešams, ka preču zīme pierādījumos tiek reproducēta tieši tāda, kāda tā ir tikusi reģistrēta (apstrīdētā lēmuma 69. punkts).

b) Par “atļauto variantu likuma” piemērošanu

- 64 Prasītāja pārmet Apelācijas padomei, ka tā neesot ņēmusi vērā “atļauto variantu likumu”, kļūdaini uzskatīdama, pirmkārt, ka, ja preču zīme ir ļoti vienkārša, pat nelielas atšķirības var izraisīt ievērojamas izmaiņas preču zīmes īpašībās, kāda tā ir bija reģistrēta, otrkārt, ka attiecīgās preču zīmes izmantošanu reversās krāsas shēmas formā obligāti maina šīs preču zīmes atšķirtspēju, treškārt, ka noteiktos pierādījumos ir izklāstīts apzīmējums, kas ietver divas, nevis trīs svītras, un, ceturtkārt, ka slīpo svītru izmantošana maina šīs preču zīmes atšķirtspēju.
- 65 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.
- 66 Vispirms ir jānorāda, ka prasītājas argumentācija būtībā ir vērsta, lai apstrīdētu to apstrīdētā lēmuma daļu, kurā Apelācijas padome ir izvērtējusi, vai attiecīgā preču zīme ir izklāstīta prasītājas iesniegtajos pierādījumos (apstrīdētā lēmuma 29.–45. punkts). Šie pierādījumi galvenokārt sastāv no attēliem, kas ir no katalogiem un citiem reklāmas materiāliem un kuros ir attēloti produkti ar dažādiem apzīmējumiem.
- 67 Pārbaudes noslēgumā Apelācijas padome ir uzskatījusi, gluži kā pirms tam ir uzskatījusi Anulēšanas nodaļa, ka lielākā daļa prasītājas iesniegto dokumentu neattiecas uz pašu attiecīgo preču zīmi, bet gan uz citiem apzīmējumiem, kas būtiski atšķiras no šīs preču zīmes (skat. it īpaši apstrīdētā lēmuma 33., 42. un 69. punktu).

68 Konkrēti, apstrīdētā lēmuma 39., 40. un 43. punktā Apelācijas padome ir reproducējusi šādus pierādījumu piemērus, kas, pēc tās domām, nevar pierādīt attiecīgās preču zīmes izmantošanu:





69 Ņemot vērā šos elementus, ir jāpārbauda četri iebildumi, ko prasītāja sniegusi attiecībā uz apstrīdēto lēmumu (skat. iepriekš 64. punktu), un pēc tam jāpārbauda, vai Apelācijas padome ir pamatoti varējusi noraidīt prasītājas iesniegtos pierādījumus.

1) Par attiecīgās preču zīmes ļoti vienkāršā rakstura ņemšanu vērā

70 Apelācijas padome ir kvalificējusi attiecīgo preču zīmi kā “ļoti vienkāršu”, jo šai preču zīmei ir relatīvi maz īpašību un tā sastāv no trīs melnām paralēlām svītrām taisnstūrveida konfigurācijā uz balta fona (apstrīdētā lēmuma 37., 38. un 69. punkts). Tā uzskatīja, ka, ņemot vērā attiecīgās preču zīmes vienkāršību, pat neliela variācija var radīt būtiskas izmaiņas preču zīmes, kāda tā ir reģistrēta, īpašībās (apstrīdētā lēmuma 69. punkts).

71 Šajā ziņā, pirmkārt, ir jānorāda, ka prasītāja neapstrīd attiecīgās preču zīmes ļoti vienkāršo raksturu.

72 Otrkārt, pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, ir jākonstatē, ka, ja preču zīme ir ļoti vienkārša, pat nelielas izmaiņas šajā preču zīmē var būt būtiskas variācijas, līdz ar to grozītā forma nevar tikt uzskatīta par tādu, kas kopumā ir ekvivalenta formai, kādā preču zīme tikusi reģistrēta. Jo vienkāršāka ir preču zīme, jo mazākā mērā tai var būt atšķirtspēja, un šajā preču zīmē veiktas izmaiņas lielākā mērā var ietekmēt tās būtiskās īpašības un tādējādi grozīt to, kā šo preču zīmi uztver konkrētā sabiedrības daļa (šajā nozīmē un pēc analogijas skat. spriedumu, 2016. gada 13. septembris, Daudzstūra attēlojums, T-146/15, EU:T:2016:469, 33. un 52. punkts un tajā minētā judikatūra).

73 No tā izriet, ka Apelācijas padome nav pieļāvusi kļūdu, ņemot vērā attiecīgās preču zīmes ļoti vienkāršo raksturu.

2) Par krāsu shēmas inversijas sekām

74 Apelācijas padome ir precizējusi, ka, lai gan attiecīgā preču zīme sastāv no trīs melnām svītrām uz balta fona, tomēr var tikt uzskatīts, ka tā ir būtībā ekvivalenta “trīs krāsainām svītrām uz gaišāka fona” (apstrīdētā lēmuma 38. punkts). Savukārt Apelācijas padome ir uzskatījusi, ka tostarp ir jānoraida pierādījumi, kuros krāsu shēma ir invertēta, proti, tie, kuros ir attēlotas baltas svītras (vai gaišas) uz melna fona (vai tumša fona) (apstrīdētais lēmuma 38. un 42. punkts).

75 Prasītāja, kuru atbalsta apvienība, kas iestājusies lietā, pretēji tam, ko uzskata Apelācijas padome, uzskata, ka attiecīgās preču zīmes izmantošana invertēto krāsu shēmas formā negroza šīs preču zīmes atšķirtspēju. Attiecīgā preču zīme esot tikusi reģistrēta melnā un baltā krāsā, nepieprasot nekādu konkrētu krāsu. No tā izrietot, ka šīs preču zīmes izmantošana dažādās krāsu kombinācijās, kas atbilst sākotnējam kontrastam starp trīs svītrām, ir šīs preču zīmes izmantošana Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē.

- 76 Šajā ziņā ir jākonstatē, ka attiecīgā preču zīme ir grafiska preču zīme, kurā nav ietverts vārdisks elements un kurai ir maz īpašību (36. punkts iepriekš). Viena no šīm īpašībām ir trīs melnu svītru izmantošana uz balta fona. Šī īpašība izriet no specifiskā kontrasta starp, no vienas puses, trīs melnām svītrām un, no otras puses, baltā fona, kā arī baltajām vietām, kas nodala šīs svītras.
- 77 Šajos apstākļos, it īpaši ņemot vērā attiecīgās preču zīmes ārkārtīgo vienkāršību un iepriekš 76. punktā aprakstītās īpašības būtiskumu, krāsu shēmas inversija, pat saglabājot stipro kontrastu starp šīm svītrām un fonu, nevar tikt kvalificēta par nebūtisku variāciju salīdzinājumā ar attiecīgās preču zīmes reģistrēto formu.
- 78 No tā izriet, ka Apelācijas padome pamatoti noraidīja pierādījumus, kuros attēlota nevis attiecīgā preču zīme, bet gan citi apzīmējumi, kas sastāv no trīs baltām svītrām (vai gaišām) uz melna (vai tumša) fona.
- 79 Šis secinājums, kas it īpaši attiecas uz iepriekš 68. punktā reproducētajiem attēliem, izņemot divus attēlus, kuros ir trīs melnas paralēlas svītras, kas ir cieši saistītas ar logo, kurš sastāv no vārda “adidas”, nevar tikt atspēkots ar citiem prasītājas vai apvienības, kas iestājusies lietā, argumentiem.
- 80 Pirmkārt, prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padomes pieeja ir pretrunā noteiktu valsts tiesu pieejai, konkrēti, divu Vācijas tiesu un vienas Francijas tiesas pieejai. Šīs tiesas nav piešķirušas nekādu nozīmi krāsu shēmas inversijai.
- 81 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka Eiropas Savienības preču zīmju sistēma ir autonoma sistēma, ko veido tai raksturīgo normu un mērķu kopums, jo tās piemērošana nav atkarīga ne no vienas valsts sistēmas (spriedums, 2007. gada 25. oktobris, *Develey/ITSB*, C-238/06 P, EU:C:2007:635, 65. punkts). Lidz ar to attiecīgā preču zīme ir jāizvērtē, vienīgi pamatojoties uz atbilstošu Savienības tiesisko regulējumu, un valsts tiesu nolēmumi katrā ziņā nevar atspēkot apstrīdētā lēmuma tiesiskumu (rikojums, 2014. gada 22. oktobris, *Repsol YPF/ITSB*, C-466/13 P, nav publicēts, EU:C:2014:2331, 90. punkts; šajā nozīmē skat. arī spriedumu, 2008. gada 12. novembris, *Lego Juris/ITSB – Mega Brands* (Sarkans *Lego* klucītis), T-270/06, EU:T:2008:483, 91. punkts).
- 82 Otrkārt, prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padomes nostāja tai rada “neiespējamu situāciju” ar risinājumu, ko izmantojusi Apelācijas otrā padome 2013. gada 28. novembra lēmumā (*adidas/Shoe Branding Europe BBVA*, lieta R 1208/2012-2, 78. punkts). Šajā lēmumā Apelācijas otrā padome esot uzskatījusi, ka prasītājas cita preču zīme, kurā ir attēlotas trīs baltas svītras uz melna fona, būtu jāpiemēro kā tāda uz produkta, proti, melna taisnstūrveida formā, kas ietver baltas svītras. Prasītāja uzskata, ka no šī lēmuma un apstrīdētā lēmuma kombinācijas izriet, ka tā praksē nevar izmantot formas, kas ietver trīs melnas svītras uz balta fona, ne tās, kas sastāv no trim baltām svītrām uz melna fona.
- 83 Šajā ziņā ir jāatbild, ka tiesiskās drošības un labas pārvaldības apsvērumu dēļ visu pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu izskatīšanai jābūt stingrai un pilnīgai, lai preču zīmes netiktu neatbilstoši reģistrētas. Šai izskatīšanai ir jānotiek katrā konkrētajā gadījumā. Proti, apzīmējuma kā preču zīmes reģistrācija ir atkarīga no specifiskiem kritērijiem, kas piemērojami izskatāmās lietas faktiskajos apstākļos un paredzēti, lai pārbaudītu, vai uz attiecīgo apzīmējumu neattiecas atteikuma pamats (pēc analogijas skat. spriedumu, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 77. punkts). No tā izriet, ka šajā strīdā prasītāja nevar lietderīgi pamatoties uz sekām, kuras attiecībā uz to varētu izrietēt no atsevišķa EUIPO lēmuma attiecībā uz apzīmējumu, kas nav attiecīgā preču zīme. Turklāt ir jāatgādina, ka 2013. gada 28. novembra lēmums, pat pieņemot, ka tam būtu prasītājai noderīgs tvērums un sekas, tika atcelts ar 2015. gada 21. maija spriedumu *adidas/ITSB – Shoe Branding Europe* (Divas paralēlas svītras uz apava) (T-145/14, nav publicēts, EU:T:2015:303).
- 84 Treškārt, prasītāja atsauca uz vairākiem spriedumiem, kuros Vispārējā tiesa ir nospriedusi, ka noteiktu preču zīmju izmantošana dažādās krāsu kombinācijās, ieskaitot invertēto krāsu shēmu, negroza šo preču zīmju atšķirtspēju. Saistībā ar risinājumiem šajā lietā un ņemot vērā iepriekš 83. punktā minēto

judikatūru, šāds arguments nevar tikt akceptēts šīs tiesvedības ietvaros. *A fortiori* saistībā ar atsevišķu jautājumu prasītāja nevar arī atsaukties uz citiem Vispārējās tiesas spriedumiem, kuros Vispārējā tiesa ir nospriedusi, ka krāsu shēmas inversijai noteiktās situācijas atbilst tas, ka šīs abas konfliktējošās preču zīmes tiek uzskatītas par līdzīgām atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam (tagad Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts).

- 85 Ceturtkārt, prasītāja un apvienība, kas iestājusies lietā, uzskata, ka Apelācijas padomes pieeja ņemt vērā preču zīmes vienkāršību vai sarežģītību un konstatēt līdzvērtības neesamību apzīmējumam, ko izmanto, kad ir invertēta krāsu shēma, neatbilst principam, kas noteikts Regulas Nr. 207/2009 4. pantā, saskaņā ar kuru visi apzīmējumi, ko var attēlot grafiski, principā var būt Eiropas Savienības preču zīmes. Tās norāda, ka šāda pieeja nozīmētu, ka dažiem apzīmējumiem, piemēram, tādiem, kas sastāv no raksta vai kas reģistrēti melnā un baltā krāsā un pēc tam izmantoti dažādas formas un krāsās, automātiski tiktu izslēgti no aizsardzības, ko bauda Eiropas Savienības preču zīmes.
- 86 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 4. pantu šajā normā minētie apzīmējumi var būt Eiropas Savienības preču zīmes vienīgi tad, ja var nošķirt viena uzņēmuma preces un pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem. Turklāt Apelācijas padomes pieeja ņemt vērā apstrīdētās preču zīmes īpašības, ja tā izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, principā neizslēdz noteiktu kategoriju apzīmējumu kā Eiropas Savienības preču zīmju reģistrāciju. No tā izriet, ka ar šo pieeju netiek pārkāpts Regulas Nr. 207/2009 4. pants.
- 87 Piektkārt, prasītāja un apvienība, kas iestājusies lietā, norāda uz pārmērīgajām sekām, kādas varētu būt Apelācijas padomes pieejai attiecībā uz preču zīmju īpašniekiem. Tās izskaidro, ka, lai gan šī pieeja ir apstiprināta, preču zīmju īpašniekiem būtu grūtības pierādīt, ka to preču zīmes, it īpaši tās, kas ir izvietotas uz apģērbiem, ir ieguvušas atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, līdz ar to tie praksē būtu spiesti sistēmiski reģistrēt visas savas preču zīmes visās invertēto krāsu shēmās, kā arī dažādās krāsu kombinācijās.
- 88 Tomēr, pirmkārt, ir jāatgādina, ka Apelācijas padomēm ir jāpiemēro Regulas Nr. 207/2009 tiesību normas un, konkrēti, jāatsaka reģistrēt preču zīmes vai jāatceļ to reģistrācija, kurām nav atšķirtspējas, neatkarīgi no neērtībām, kas no tā izrietētu preču zīmju īpašniekiem. Otrkārt, Regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts atspoguļo vispārējo interešu mērķi, kurš acīmredzami sakrīt ar preču zīmes pamata funkciju, kas ir garantēt patērētājam vai gala lietotājam ar preču zīmi apzīmētās preces vai pakalpojuma izcelsmes identitāti, ļaujot viņam bez sajaukšanas iespējas atšķirt šo preci vai pakalpojumu no precēm un pakalpojumiem ar citādu izcelsmi (spriedumi, 2004. gada 16. septembris, *SAT.1/ITSB*, C-329/02 P, EU:C:2004:532, 27. punkts, un 2008. gada 8. maijs, *Eurohypo/ITSB*, C-304/06 P, EU:C:2008:261, 56. punkts). Ņemot vērā šo vispārējo interešu mērķi, sekas, kādas attiecībā pret preču zīmju īpašniekiem rodas no Regulas Nr. 207/2009 piemērošanas, nevar tikt kvalificētas par pārmērīgām. Līdz ar to Apelācijas padomes pieeja nav nesaderīga ar samērīguma principu.

3) Par attēliem, kuros ir divas melnas svītras uz balta fona

- 89 Apelācijas padome ir norādījusi, ka noteikti attēli, kurus iesniegusi prasītāja, pierāda, ka apzīmējumi faktiski ietver nevis trīs, bet tikai divas paralēlas melnās (vai tumšas) svītras, kas kontrastē ar balto (vai gaišo) fonu (apstrīdētā lēmuma 39., 41. un 42. apsvērums). Šis konstatējums tostarp attiecas uz deviņiem pirmajiem attēliem, kas ir reproducēti iepriekš 68. punktā.
- 90 Prasītāja apstrīd šo Apelācijas padomes apgalvojumu. Pirmkārt, Apelācijas padome esot nonākusi pretrunās, izdarot šo secinājumu vienīgi saistībā ar daļu no iesniegtajiem attēliem. Otrkārt, attiecīgajos attēlos esot redzams, ka apzīmējumi ietver nevis divas melnas (vai tumšas) svītras uz balta (vai gaiša) fona, bet trīs baltas (vai gaišas svītras) uz melna (vai tumša fona).

- 91 Šajā ziņā ir jānorāda, ka, pat pieņemot, kā to apgalvo prasītāja, ka attiecīgie attēli patiesībā liecina, ka apzīmējumi sastāv no trīs baltām (vai gaišām) svītrām uz melna (vai tumša) fona, ir jāuzskata, ka šie attēli parāda attiecīgās preču zīmes izmantošanas formas, saistībā ar kurām krāsu shēma ir invertēta. Šajos apstākļos šie dokumenti katrā ziņā ir jānoraida iepriekš 77. un 78. punktā norādīto iemeslu dēļ.
- 92 Līdz ar to tam, ka Apelācijas padome ir kļūdaini norādījusi, ka noteiktos attēlos ir parādīts, ka apzīmējumi sastāv no divām melnām (vai tumšām) svītrām uz balta (vai gaiša) fona, nav ietekmes uz apstrīdētā lēmuma tiesiskumu.

4) Par attēliem, kuros ir slīpas svītras

- 93 Attiecībā uz desmito attēlu, kas reproducēts iepriekš 68. punktā, Apelācijas padome norādīja, ka, lai gan šajā attēlā ir atlēts, kas valkā apģērbu, uz kura ir preču zīme ar trīs svītrām, tās tomēr ir izvietotas leņķī, kas atšķiras no tā, kurš raksturo attiecīgo preču zīmi tādā formā, kādā tā ir reģistrēta (apstrīdētā lēmuma 41. punkts). Tā ir uzskatījusi, ka šādā situācijā attiecīgās preču zīmes “dimensijas” vairs netiek ievērotas (apstrīdētā lēmuma 42. punkts).
- 94 Prasītāja apstrīd iespēju noraidīt attēlus tādēļ vien, ka attēlotās svītras esot slīpas. Tā apgalvo, ka svītras ir izvietotas uz precēm, kuras valkā atlēts, un ka tādēļ to slīpums un virziens ir atkarīgs no šo atlētu kustības, kā arī no šo preču locījuma un pasniegšanas. Lai ilustrētu savu argumentāciju, tā savā prasības pieteikumā ir reproducējusi attēlus, kuros ir atlēti kustībā, kuri valkā apģērbu, uz kura ir preču zīme, kas sastāv no trīs paralēlām svītrām, kuras izskatās nevis vertikālas, bet slīpas.
- 95 Šajā ziņā, pirmkārt, ir jānorāda, ka iepriekš 93. punktā minētajā attēlā, kuru ir noraidījusi Apelācijas padome, ir apzīmējums, kura krāsu shēma ir invertēta. Tas pats attiecas uz četriem attēliem, kas norādīti iepriekš 94. punktā un kurus ir norādījusi prasītāja. Šajos apstākļos šie pieci attēli katrā ziņā ir jānoraida iepriekš 77. un 78. punktā norādīto iemeslu dēļ.
- 96 Otrkārt, prasītāja nav identificējusi nevienu attēlu, kurā ir preču zīme ar trīs svītrām, kas atbilst krāsu shēmai, un kuru Apelācijas padome esot noraidījusi vai neņēmusi vērā vienīgi tādēļ, ka attēlotās svītras esot slīpas.
- 97 Līdz ar to prasītāja nevar sekmīgi pārmest Apelācijas padomei to, ka tā saistībā ar noteiktiem attēliem ir konstatējusi, ka attēlotās svītras ir slīpas.

5) Secinājums par “atļauto variantu likuma” piemērošanu

- 98 Prasītāja nepauž nekādu citu kritiku attiecībā uz Apelācijas padomes veikto dažādo prasītājas iesniegto attēlu analīzi, tostarp to, kuri reproducēti iepriekš 68. punktā.
- 99 Konkrēti, pirmkārt, prasītāja neapstrīd to, ka Apelācijas padome ir noraidījusi četrus pēdējos attēlus, kuri ir reproducēti iepriekš 68. punktā. Šajos attēlos ir kombinēti apzīmējumi, kas vienlaikus sastāv no vārda “adidas” un grafiska elementa, kurš ietver trīs svītras trijstūra ietvaros, trīslapu āboliņu vai apaļu formu. Turklāt tiesas sēdē prasītāja ir tieši atzinusi, ka šie attēli nav atbilstoši.
- 100 Otrkārt, prasītāja neapstrīd to, ka noteiktos attēlos, kas ir apavu fotogrāfijas, uz kuriem ir izvietots apzīmējums, kas sastāv no trīs paralēlām gaišas krāsas svītrām, kuras ir ievērojami biezākas un isākas nekā tās, kuras viedo attiecīgo preču zīmi tādā formā, kādā tā ir reģistrēta, un nogrieztas slīpi. Tas pats tādējādi attiecas uz trīs apavu attēliem, kas reproducēti iepriekš 68. punktā un kas noraidīti apstrīdētā lēmuma 41. un 42. punktā. Taču papildus tam, ka šādā situācijā nav ievērota krāsu shēma, tas, ka vienlaicīgi ir grozīts svītru biezums un garums, kā arī veids, kādā tās ir nogrieztas, būtiski ietekmē vairākas attiecīgās preču zīmes īpašības, kā norādīts iepriekš 36. punktā.

- 101 Tādējādi attēli, kas norādīti iepriekš 99. un 100. punktā, attiecas uz izmantošanas formām, kas atšķiras no formas, kādā attiecīgā preču zīme ir reģistrēta. Konstatētās atšķirības ir būtiskas variācijas, līdz ar to attiecīgās izmantošanas formas nevar tikt uzskatītas par kopumā ekvivalentām formai, kādā ir reģistrēta attiecīgā preču zīme.
- 102 Turklāt, lai gan prasītāja, tostarp tiesas sēdē, ir norādījusi uz iespēju izmantot attiecīgo preču zīmi citās formās, kuras neatbilst proporcijai 5 pret 1, kas izklāstīta iepriekš 36. un 37. punktā, no apstrīdētā lēmuma pamatojuma neizriet, ka Apelācijas padome būtu noraidījusi attiecīgās preču zīmes izmantošanas formas vienīgi tādēļ, ka tās neatbilst šai proporcijai.
- 103 Šajos apstākļos Apelācijas padomes secinājums, saskaņā ar kuru apzīmējumi, kuri redzami lielākajā daļā iesniegto attēlu, būtiski atšķiras no attiecīgās preču zīmes reģistrētās formas, nešķiet kļūdaini. Tādēļ Apelācijas padome ir pamatoti noraidījusi šos attēlus, jo tie attiecas uz citiem apzīmējumiem, kuri nav attiecīgā preču zīme. Līdz ar to prasītāja nepamatoti norāda uz “atļauto variantu likuma” pārkāpumu.
- 104 Līdz ar to otrais iebildums un tādējādi vienīgā pamata pirmā daļa kopumā ir jānoraida.

C. Par otro daļu par to, ka ir pieļauta kļūda vērtējumā saistībā ar atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā

- 105 Ar pamata otro daļu prasītāja būtībā apgalvo, ka Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu vērtējumā, uzskatot, ka tā nav pierādījusi, ka attiecīgā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju tādēļ, ka tā ir tikusi izmantota Savienībā.
- 106 Prasītāja apgalvo, ka tā ir iesniegusi ļoti daudzus pierādījumus, kas ir jāizvērtē visaptveroši un neatkarīgi no attēloto svītru krāsas, garuma un slīpuma. Ar šiem pierādījumiem tiek pierādīta preču zīmes “trīs paralēlas svītras vienādā attālumā” intensīva izmantošana, kā arī tas, ka konkrētā sabiedrības daļa atpazīst šo preču zīmi, un tas, ka tā šo preču zīmi uztvers kā tādu, kas apzīmē prasītājas preces. Šie pierādījumi esot iesniegti saistībā ar visu Savienības teritoriju, un tas pats attiecas uz dokumentiem, kuros attiecīgā preču zīme ir redzama tādā formā, kādā tā reģistrēta.
- 107 Vispirms ir jānorāda, ka, lai pierādītu, ka attiecīgā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju, prasītāja nevar pamatoties uz visiem pierādījumiem, kuros ir redzama preču zīme, kas sastāv no trīs paralēlām svītrām vienādā attālumā. No atbildes uz pamata pirmo daļu izriet, ka atbilstošie pierādījumi ir vienīgi tie, kuros attiecīgā preču zīme ir redzama tās reģistrētajā formā vai, tam neesot, kopumā ekvivalentās formās, kas izslēdz izmantošanas formas, kuras raksturojamas ar krāsu shēmas inversiju vai par attiecīgās preču zīmes citu būtisko īpašību neievērošanu.
- 108 Šajos apstākļos, pirmkārt, ir jānosaka, vai Apelācijas padome ir pareizi novērtējusi dažādo pierādījumu atbilstīgumu, kurus tajā ir iesniegusi prasītāja, lai pierādītu, ka attiecīgā preču zīme ir tikusi izmantota un ir ieguvusi atšķirtspēju. Otrkārt, ir jāizvērtē, ņemot vērā visus iesniegtos elementus, vai Apelācijas padome ir pamatoti uzskatījusi, ka šie pierādījumi nav iesniegti saistībā ar atbilstošo ģeogrāfisko teritoriju, proti, Savienības teritoriju.

1. Par iesniegto pierādījumu atbilstību

- 109 Turklāt no pastāvīgās judikatūras izriet, ka, lai novērtētu, vai preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, vērā ir jāņem it īpaši preču zīmes iegūtā tirgus daļa, šīs preču zīmes izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskā platība un ilgums, uzņēmuma šīs preču zīmes popularizēšanai veikto investīciju apjoms, ieinteresēto personu proporcija, kuras, pateicoties preču zīmei, identificē precī kā tādu, ko ražojis attiecīgais uzņēmums, kā arī tirdzniecības un rūpniecības kameru un citu

profesionālo apvienību paziņojumi (spriedumi, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 51. punkts, un 2002. gada 18. jūnijs, *Philips*, C-299/99, EU:C:2002:377, 60. punkts).

- 110 Preču zīmes tirgus daļa, tāpat kā reklāmas apjoma daļa attiecīgo preču tirgū, kas atspoguļo preču zīmes popularizēšanai veiktos reklāmas izdevumus, tātad var būt atbilstoša norāde, lai novērtētu, vai šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā (spriedums, 2006. gada 22. jūnijs, *Storck/ITSB*, C-25/05 P, EU:C:2006:422, 76. un 77. punkts).
- 111 Iepriekš 109. un 110. punktā norādītie elementi ir jāizvērtē visaptveroši (spriedumi, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 49. punkts, un 2005. gada 7. jūlijs, *Nestlé*, C-353/03, EU:C:2005:432, 31. punkts).
- 112 Ja, pamatojoties uz šādiem apstākļiem, ieinteresētās aprindas vai vismaz būtiska to daļa preču zīmes dēļ precīzi identificē kā tādu, kuras izcelsme ir konkrētais uzņēmums, ir secināms, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktā paredzētais nosacījums ir izpildīts (pēc analogijas skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 52. punkts).
- 113 Šajā lietā prasītājas iesniegtos pierādījumus var iedalīt vairākās kategorijās, proti, pirmkārt, attēli, kas jau norādīti, izvērtējot pirmo pamatu, otrkārt, dati par apgrozījumu un tirgvedības un reklāmas izdevumi, treškārt, tirgus pētījumi un, ceturtkārt, citi pierādījumi.

a) Par attēliem

- 114 Ar attēlu, kurus iesniegusi prasītāja, analīzi lielā mērā tiek atspēkota šo dokumentu atbilstība.
- 115 Pirmkārt, no pamata pirmās daļas izvērtēšanas izriet, ka Apelācijas padome pamatoti noraidīja lielāko daļu no attēliem, kurus prasītāja iesniegusi EUIPO, tādēļ, ka šie attēli, jo īpaši tie, kas iekļauti apstrīdētajā lēmumā, attiecās uz apzīmējumiem, kas kopumā neatbilst formai, kādā reģistrēta attiecīgā preču zīme.
- 116 Ir taisnība, kā tas ir norādīts iepriekš 106. punktā, ka prasītāja apgalvo, ka tā ir iesniegusi tostarp Vispārējā tiesā, “ļoti daudzus” pierādījumus, kuros redzama attiecīgā preču zīme “tieši” vai “vairāk vai mazāk” tādās pašās dimensijās, kādas ir reģistrētas preču zīmes formai.
- 117 Tomēr no prasības pieteikumam pievienotiem dokumentiem neizriet, ka tajos ir liels skaits būtisku pierādījumu, kuri pārstāv apzīmējumus, kas kopumā ir ekvivalenti attiecīgās preču zīmes reģistrētajai formai. Ir jāatgādina, pirmkārt, ka prasītāja ir iesniegusi EUIPO pierādījumus uz aptuveni 12 000 lappusēm un, otrkārt, ka gan Anulēšanas nodaļa, gan Apelācijas padome tai ir pārmetusi to, ka tā nav iesniegusi pierādījumus par pašas attiecīgās preču zīmes izmantošanu. Tomēr ir jākonstatē, ka Vispārējā tiesā prasītāja nav identificējusi attēlu, kuri iesniegti procesā EUIPO, starpā tos, kuri ļautu konstatēt reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu tās reģistrētajā formā vai kopumā ekvivalentās formās.
- 118 Otrkārt, ir jānorāda, ka noteiktos attēlos, kurus noraidījusi Apelācijas padome – no kuriem pirmie trīs ir reproducēti iepriekš 68. punktā –, ir redzama uz sporta somām, kas neietilpst attiecīgajās precēs, izvietota preču zīme ar trīs svītrām. Tādējādi, ņemot vērā iepriekš 20. punktā izklāstīto judikatūru, šādi pierādījumi katrā ziņā nav atbilstoši.
- 119 Treškārt, lai gan ir taisnība, ka noteikti prasītājas iesniegtie attēli atbilst attiecīgajai preču zīmei un līdz ar to tie var pierādīt noteiktu šīs preču zīmes izmantošanu, ar šiem pierādījumiem, neesot nekādiem citiem elementiem, netiek sniegta nekāda norāde par šīs izmantošanas būtiskumu vai ilgumu, ne arī par šīs izmantošanas ietekmi uz to, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver šo preču zīmi. Līdz ar to šie

pierādījumu neļauj pierādīt, ka šī izmantošana ir bijusi pietiekama, lai konkrētā sabiedrības daļas būtiska daļa identificētu attiecīgās preču zīmes dēļ preces kā tādas, kuru izcelsme ir konkrēts uzņēmums.

b) Par datiem attiecībā uz apgrozījumu un tirgvedības un reklāmas izdevumiem

- 120 Prasītāja ir tostarp iesniegusi *EUIPO* paziņojumu, kurš apliecināts ar zvērestu un kurā ir izklāstīta “preču zīme “adidas”” vai “preču zīme ar trīs svītrām” un ietver attiecībā uz visām Savienības 28 dalībvalstīm datus par uzņēmuma apgrozījumu, kuru vada prasītāja, kā arī tirgvedības un reklāmas izdevumus, kas radušies šim uzņēmumam. Šajā paziņojumā, kas apliecināts ar zvērestu, ir precizēts, ka uzņēmuma pārdotajām precēm gandrīz visām ir “preču zīme ar trīs svītrām” un ka lielākajā daļā tās reklāmas materiālu ir redzama šī preču zīme. Šajā paziņojumā arī ir norādes par “preču zīmes “adidas”” tirgus daļām noteiktās dalībvalstīs, proti, Vācijā, Francijā, Polijā un Apvienotajā Karalistē. Turklāt tajā ir izklāstīta prasītājas veiktā sporta pasākumu un sacensību sponsorēšana.
- 121 Gluži kā Anulēšanas nodaļa, Apelācijas padome ir atzinusi paziņojumā, kurš apliecināts ar zvērestu, ietverto datu “iespaidīgo” raksturu (apstrīdētā lēmuma 46. punkts). Šajā ziņā nav nekādu šaubu, ka prasītāja ir intensīvi un pastāvīgi izmantojusi noteiktas no savām preču zīmēm Savienībā un ir veltījusi ievērojamus ieguldījumus to popularizēšanā.
- 122 Tomēr Apelācijas padome pamatoti uzskatīja, ka nav iespējams konstatēt saikni starp skaitliskajiem datiem, ko sniedza prasītāja, un attiecīgo preču zīmi, kā arī starp šiem datiem un attiecīgajām precēm (apstrīdētā lēmuma 46. un 70. apsvērums).
- 123 Prasītājas iesniegtie skaitliskie dati attiecas uz visu uzņēmuma darbību, visām precēm un visām preču zīmēm kopumā. Tādējādi tie ietver, pirmkārt, neatbilstošu preču, tādu kā sporta somas, pārdošanu un reklamēšanu (skat. iepriekš 118. punktu) un, otrkārt, preču, kas marķētas ar vienīgi ar citiem apzīmējumiem, kuri nav attiecīgā preču zīme, pārdošanu un reklamēšanu.
- 124 Turklāt lielākā daļa piemēru saistībā ar sporta tirgvedību un reklāmas materiāliem, uz kuriem atsaucas prasītāja *EUIPO* un kuri norādīti prasības pieteikumā vai pievienoti tā pielikumā, rāda, ka apzīmējumi ar trīs svītrām, it īpaši sakarā ar krāsu shēmas inversiju, kopumā nav ekvivalenti attiecīgās preču zīmes reģistrētajai formai.
- 125 Šajos apstākļos dati, kas attiecas uz apgrozījumu un tirgvedības un reklāmas izdevumiem, neļauj pierādīt, ka attiecīgā preču zīme ir tikusi izmantota un ka tā ir ieguvusi atšķirtspēju tās izmantošanas rezultātā.

c) Par tirgus pētījumiem

- 126 Prasītāja *EUIPO* iesniedza 23 pētījumus, kas veikti no 1983. līdz 2011. gadam Vācijā, Igaunijā, Spānijā, Francijā, Itālijā, Nīderlandē, Rumānijā, Somijā, Zviedrijā un Apvienotajā Karalistē.
- 127 Apelācijas padome būtībā ir uzskatījusi, ka, tā kā daudzi tirgus pētījumi, kurus iesniegusi prasītāja, neattiecas uz attiecīgo preču zīmi, kāda tā ir reģistrēta, šie pētījumi nav atbilstoši, lai pierādītu, ka apstrīdētā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju pēc tās izmantošanas attiecīgo dalībvalstu teritorijās (apstrīdētā lēmuma 48.–50. apsvērums).
- 128 Šajā ziņā ir jānošķir divu kategoriju tirgus pētījumi to vidū, kuru prasītāja iesniegusi *EUIPO*.
- 129 Pirmkārt, ir jākonstatē, ka Vispārējā tiesā prasītāja skaidri piemin un atkal iesniedz piecus tirgus pētījumus, kas veikti laikposmā no 2009. līdz 2011. gadam Vācijā, Igaunijā, Spānijā, Francijā un Rumānijā. Šie pētījumi tika veikti, izmantojot to pašu metodiku un pamatojoties uz identisku grafisko

- attēlojumu, kāds ir reproducēts iepriekš 2. punktā. Tie ir ļāvuši noteikt, pamatojoties uz aptauju, attiecīgās preču zīmes “atšķirtspējas pakāpi”, kas ir definēta kā to respondentu īpatsvars, kas uztver šo preču zīmi kā tādu, kas nāk no viena uzņēmuma, ja tā tiek lietota saistībā ar sporta apģērbu vai sporta aprīkojumu. Saskaņā ar šo tirgus pētījumu secinājumiem atšķirtspējas pakāpe plašajā sabiedrībā ir līdz 57 % Vācijā, 48,3 % Igaunijā, 47,1 % Spānijā, 52,0 % Francijā un 30,6 % Rumānijā. Specializētājā sabiedrībā, kas pērk vai lieto vai kas varētu pirkt vai lietot sporta apģērbus vai sporta aprīkojumus, atšķirtspējas pakāpe ir lielāka un sasniedz 63,5 % Vācijā, 52,4 % Igaunijā, 62,7 % Spānijā, 62,7 % Francijā un 43,2 % Rumānijā.
- 130 Tādējādi no pieciem tirgus pētījumiem, kas minēti iepriekš 129. punktā, izriet, pirmkārt, ka tie attiecas uz attiecīgās preču zīmes izmantošanu tādā formā, kādā tā ir reģistrēta, un, otrkārt, ka tajos ir konkrēti mērīti tas, ka šo preču zīmi uztver konkrētā sabiedrības daļa. Turklāt nedz Apelācijas padome, nedz arī EUIPO, nedz persona, kas iestājusies lietā, neapstrīdēja šo metodoloģiju, kas izmantota, lai veiktu šos tirgus pētījumus. No tā izriet, ka šie tirgus pētījumi principā ir atbilstoši, lai konstatētu, ka attiecīgā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.
- 131 Tomēr jāatzīmē, ka, istenojot piecus tirgus pētījumus, kas minēti iepriekš 129. punktā, dalībniekiem iepriekš tika jautāts, vai viņi jau bija sastapušies ar minēto preču zīmi saistībā ar sporta apģērbiem un sporta aprīkojumu. Ņemot vērā prasītājas uzstāšanu uz attiecīgās preču zīmes izmantošanu sporta aktivitātēs un sacensībās, nevar izslēgt, ka šī sākotnējā jautājumu formulējums ir veicinājis, ka respondenti asociē šo preču zīmi ar konkrētu uzņēmumu. Šajos apstākļos iepriekš 129. punktā norādīto tirgus pētījumu atbilstība ir jāniansē.
- 132 Otrkārt, ir jānorāda, ka savos procesuālajos rakstos prasītāja tikai atsaucas uz citiem 18 tirgus pētījumiem, kurus tā ir iesniegusi EUIPO, un ir jānorāda, ka Apelācijas padome noraidīja šīs tirgus izpētes kopsavilkuma veidā.
- 133 Tomēr jānorāda, ka 18 tirgus pētījumi tika veikti attiecībā uz apzīmējumiem, kuriem kopumā nav ekvivalentu attiecīgās preču zīmes reģistrētajai formai, it īpaši krāsu shēmas inversijas vai citu attiecīgās preču zīmes būtisko īpašību izmaiņu dēļ – tādu kā svītru skaits.
- 134 Tādējādi daži 1983. gadā Vācijā, 1986., 1991., 2008. un 2009. gadā Spānijā, 2011. gadā Francijā, 2009. gadā Itālijā, 2005. gadā Somijā, 2003. gadā Zviedrijā un 1995. gadā Apvienotajā Karalistē īstenotie pētījumi attiecas uz apzīmējumiem, kas sastāv no divām, trim vai četriem paralēlām svītrām, kuras izvietotas uz apava. Šīs svītras, kurām ir dažāds garums, biezums un krāsa, vienmēr ir specifiski izvietotas uz apava un ir nogrieztas slīpi (piemēram, skat. trīs attēlus, kas ir reproducēti iepriekš 68. punktā un minēti 100. punktā).
- 135 Citi tirgus pētījumi, kas Vācijā veikti 2001. un 2004. gadā, Spānijā 1995. gadā, Itālijā 2004. un 2009. gadā un Nīderlandē 2004. gadā, attiecas uz apzīmējumiem, kas sastāv no divām vai trim baltās svītrām, kas izvietotas uz apģērbiem melnā krāsā. Pētījums, kas veikts 2004. gadā Nīderlandē, attiecas arī uz preču zīmēm, ko veido divas melnas svītras, kas izvietotas uz apģērbiem baltā krāsā. Turklāt vairāki šie pētījumi attiecas uz sajaukšanas iespējas esamību, kas izriet no apzīmējumu izmantošanas, nevis uz to, vai tie ir ieguvuši atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.
- 136 Visbeidzot, daži tirgus pētījumi, kuri veikti 1984. gadā Vācijā un 1991. gadā Spānijā, neattiecas uz grafiskas preču zīmes grafisko attēlojumu, bet tikai uz vārdiem “trīs svītras” vācu un spāņu valodā.
- 137 Šajos apstākļos prasītāja nevar pamatotī sūdzēties, ka Apelācijas padome noraidīja 18 tirgus pētījumus, kas minēti iepriekš 132.–136. punktā.

d) Par pārējiem pierādījumiem

- 138 Turklāt prasītāja ir iesniegusi daudzus citus pierādījumus EUIPO un pēc tam Vispārējā tiesā, jo īpaši valstu tiesu nolēmumus vai papildus tam preses izgriezumus, kuros ir norādīta tās “preču zīmes ar trīs svītrām” reputācija.
- 139 Tomēr pamata otrajā daļā prasītāja tieši un precīzi nenorāda uz šiem pierādījumiem. Konkrēti, tā nenorāda, kādu valstu tiesu nolēmumi un preses izvilkumi ir atbilstoši, lai atspēkotu Apelācijas padomes veikto vērtējumu par attiecīgās preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu.
- 140 Ir taisnība, ka pamata pirmajā daļā prasītāja pamatojas, pirmkārt, uz diviem Vācijas tiesu nolēmumiem un, otrkārt, uz Francijas tiesas nolēmumu, kas vēlāk apstiprināts apelācijas tiesvedībā. Šajos nolēmumos, kas jau minēti iepriekš 80. punktā un ietverti prasības pieteikuma A.8. pielikumā, esot atzīta prasītājas preču zīmju atšķirtspēja, kā arī to faktiskā izmantošana.
- 141 Tomēr ir jānorāda, pirmkārt, ka divu Vācijas tiesu nolēmumos ir vispārēji norādīts uz “preču zīmēm ar trīs svītrām” un, otrkārt, ka Francijas tiesas nolēmums tika pieņemts attiecībā uz preču zīmi, ko veido trīs baltas svītras, kuras izvietotas uz apava un kuras kontrastē ar melnu fonu. Tādēļ, tā kā šie lēmumi neattiecas uz izmantošanas formām, kas var tikt uzskatītas par ekvivalentām attiecīgās preču zīmes reģistrētajai formai, tiem nav nozīmes, lai noteiktu, ka šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

2. Par pierādījumiem par attiecīgās preču zīmes izmantošanu un tās atšķirtspējas iegūšanu visā Savienībā

- 142 Ir jāatgādina, ka atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 1. panta 2. punktam (tagad Regulas 2017/1001 1. panta 2. punkts) Eiropas Savienības preču zīmei ir vienots raksturs un tai ir vienāds spēks visā Savienībā.
- 143 No Eiropas Savienības preču zīmes vienotā rakstura izriet, ka, lai apzīmējumu varētu reģistrēt, tam ir jābūt piemītošai vai izmantošanas rezultātā iegūtai atšķirtspējai visā Savienībā (spriedums, 2018. gada 25. jūlijs, *Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, EU:C:2018:596, 68. punkts).
- 144 No tā izriet, ka, runājot par preču zīmi, kurai nav raksturīgās atšķirtspējas visās dalībvalstīs, šādu preču zīmi saskaņā ar šo tiesību normu var reģistrēt vienīgi tad, ja ir pierādīts, kā tā atšķirtspēju ir ieguvusi tās izmantošanas visā Savienības teritorijā rezultātā (spriedums, 2018. gada 25. jūlijs, *Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, EU:C:2018:596, 76. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 145 Protams, pat ja ir taisnība, ka tas, vai preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, ir jāpierāda saistībā ar Savienības daļu, kurā šai preču zīmei šādas raksturīgās atšķirtspējas nav bijis, būtu pārāk pieprasīt, lai šādas atšķirtspējas iegūšanas pierādījumi tiktu sniegti par katru dalībvalsti atsevišķi (skat. spriedumu, 2018. gada 25. jūlijs, *Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, EU:C:2018:596, 77. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 146 Proti, neviena Regulas Nr. 207/2009 tiesību norma neuzliek pienākumu ar atšķirīgiem pierādījumiem pierādīt atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā katrā dalībvalstī atsevišķi. Līdz ar to nevar izslēgt, ka pierādījumi par to, ka konkrēts apzīmējums ir ieguvis atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, ir atbilstoši attiecībā uz vairākām dalībvalstīm vai pat visu Savienību (spriedums, 2018. gada 25. jūlijs, *Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, EU:C:2018:596, 80. punkts).

- 147 Tostarp ir iespējams, ka saistībā ar noteiktām precēm vai pakalpojumiem uzņēmēji ir apvienojuši kopā vairākas dalībvalstis vienā un tajā pašā izplatīšanas tīklā un darbojas šajās dalībvalstīs, it īpaši no mārketinga viedokļa, tā, it kā tās veidotu vienu un to pašu valsts tirgu. Šādā gadījumā pierādījumi par apzīmējuma izmantošanu šādā pārrobežu tirgū var būt atbilstīgi saistībā ar visām attiecīgajām dalībvalstīm (spriedums, 2018. gada 25. jūlijs, *Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, EU:C:2018:596, 81. punkts).
- 148 Tāpat tas esot tad, ja ģeogrāfiskā, kultūras vai valodas tuvuma starp dalībvalstīm dēļ vienas [valsts] konkrētajai sabiedrības daļai ir pietiekamas zināšanas par precēm vai pakalpojumiem, kuri ir atrodami otras valsts tirgū (spriedums, 2018. gada 25. jūlijs, *Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, EU:C:2018:596, 82. punkts).
- 149 No šiem apsvērumiem izriet, ka, lai gan preču zīmes, kurai nav raksturīgās atšķirtspējas visās Savienības dalībvalstīs reģistrēšanai, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktu, nav nepieciešams, ka pierādījumi par to, ka šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, tiek sniegti saistībā ar katru dalībvalsti atsevišķi, šiem iesniegtajiem pierādījumiem tomēr ir jāļauj pierādīt šādu iegūšanu visās Savienības dalībvalstīs (spriedums, 2018. gada 25. jūlijs, *Société des produits Nestlé u.c./Mondelez UK Holdings & Services*, C-84/17 P, C-85/17 P un C-95/17 P, EU:C:2018:596, 83. punkts). Tas ir tāpat attiecībā uz preču zīmes reģistrācijas saglabāšanu spēkā atbilstoši šīs pašas regulas 52. panta 2. punktam.
- 150 Šajā lietā nav strīda par to, ka attiecīgajai preču zīmei nav raksturīgās atšķirtspējas visā Savienībā. Līdz ar to Apelācijas padome ir pamatoti pārbaudījusi, vai šī preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju konkrētās sabiedrības daļā visā Savienības teritorijā (skat. apstrīdētā lēmuma 22. punktu).
- 151 Ir jākonstatē, ka to prasītājas iesniegto pierādījumu starpā, kas ir pārbaudīti iepriekš 114.–141. punktā, zināmā mērā atbilstoši ir vienīgi pieci tirgus pētījumi, kas analizēti iepriekš 129.–131. punktā.
- 152 Tomēr šie pētījumi ir īstenoti tikai piecās dalībvalstīs un tāpēc aptver tikai daļu no Savienības teritorijas.
- 153 Tomēr prasītāja, kuru atbalsta apvienība, kas iestājusies lietā, norāda uz judikatūru, saskaņā ar kuru nekādi nav pieprasīts, lai šāda veida pierādījumi tiktu iesniegti saistībā ar katru dalībvalsti (spriedumi, 2009. gada 28. oktobris, *BCS/ITSB – Deere* (Zaļās un dzeltenās krāsas kombinācija), T-137/08, EU:T:2009:417, 39. punkts, un 2016. gada 15. decembris, *Mondelez UK Holdings & Services/EUIPO – Société des produits Nestlé* (Šokolādes tāfelītes forma), T-112/13, nav publicēts, EU:T:2016:735, 126. punkts). Tā apgalvo, ka tā saistībā ar katru valsti ir iesniegusi citus dokumentus, kas tostarp attiecas uz apgrozījumu, kā arī ieguldījumu apmēru, kuri veikti, lai reklamētu attiecīgo preču zīmi. Šie pierādījumi liecina, ka attiecīgā preču zīme tiek izmantota līdzīgā veidā dažādās dalībvalstīs un līdz ar to visu dalībvalstu valsts tirgi ir līdzīgi. Tādēļ, vērtējot visaptveroši, tās iesniegtie dažādie pierādījumi ļaujot pierādīt, ka attiecīgā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā visā Savienības teritorijā.
- 154 Šo argumentāciju nevar pieņemt.
- 155 Pirmkārt, prasītāja nav identificējusi nevienu atbilstošu pierādījumu, izņemot piecus tirgus pētījumus, kas minēti iepriekš 129. un 151. punktā. Tādēļ tā nepierāda, ka tā ir iesniegusi atbilstošus pierādījumus attiecībā uz 23 dalībvalstīm, uz kurām neattiecas šie tirgus pētījumi.
- 156 Otrkārt, vienīgi tas, ka ir iesniegti dati, kuri attiecas uz tās apgrozījumu un tirgvedības un reklāmas izdevumiem un kuri ir tikuši iegūti katrā konkrētajā dalībvalstī, nevar būt pietiekami, lai pierādītu to, ka pastāv viens vai vairāki transnacionāli tirgi, kas sastāv no dažādām dalībvalstīm. Konkrētāk, prasītāja nav pierādījusi, ka vai nu tirgus dalībnieku izplatīšanas tīklu tirgvedības stratēģiju organizācijas dēļ, vai konkrētās sabiedrības daļas zināšanu dēļ 23 dalībvalstu, uz kurām neattiecas tirgus pētījumi, kas

minēti iepriekš 129. un 151. punktā, tirgi ir līdzīgi piecu dalībvalstu, kurās minētie pētījumi ir veikti, valsts tirgiem. Turklāt, lai gan prasītāja izvirza, lai pierādītu attiecīgās preču zīmes izmantošanu, to, ka tā sponsorē Eiropas un starptautiskā līmeņa sporta pasākumus, tā ne apgalvo, ne arī pierāda ar šī argumenta par tās veikto sponsorēšanu palīdzību, ka šo dažādo dalībvalstu tirgi ir līdzīgi.

157 Līdz ar to, pat pieņemot, ka tie joprojām ir pilnībā aktuāli, rezultāti, kuri iegūti piecos tirgus pētījumos, kas minēti iepriekš 129. un 151. punktā, nevar tikt attiecināti uz visām dalībvalstīm, ne papildināti un apstiprināti saistībā ar dalībvalstīm, uz kurām neattiecas šie pētījumi, ar citiem pierādījumiem, ko iesniegusi prasītāja.

158 Šajos apstākļos prasītājas iesniegtie dažādie pierādījumi, pat apskatīti kopumā, pirmkārt, neļauj pierādīt attiecīgās preču zīmes izmantošanu visā Savienības teritorijā un, otrkārt, katrā ziņā nav pietiekami, lai pierādītu, ka šīs izmantošanas rezultātā attiecīgā preču zīme ir kļuvusi spējīga visā šajā teritorijā identificēt preces, attiecībā uz kurām tā ir reģistrēta, un līdz ar to nošķirt šīs preces no citu uzņēmumu precēm.

159 No tā izriet, ka Apelācijas padome nav pieļāvusi kļūdu vērtējumā, uzskatot, ka prasītāja nav pierādījusi, ka attiecīgā preču zīme ir ieguvusi visā Savienības teritorijā atšķirtspēju izmantošanas rezultātā.

160 Tādēļ pamata otrā daļa un līdz ar to vienīgais pamats ir jānoraida kopumā.

161 No visa iepriekš minētā izriet, ka prasība ir jānoraida.

IV. Par tiesāšanās izdevumiem

162 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs.

163 Tā kā prasītājai spriedums ir nelabvēlīgs, tai ir jāpiespriež segt savus, kā arī atlīdzināt *EUIPO* un personas, kas iestājusies lietā, tiesāšanās izdevumus atbilstoši pēdējo minēto prasījumiem.

164 Saskaņā ar Reglamenta 138. panta 3. punktu Vispārējā tiesa var nolemt, ka persona, kas iestājusies lietā, sedz savus tiesāšanās izdevumus pati. Šajā gadījumā apvienība, kas iestājusies lietā, sedz savus tiesāšanās izdevumus pati.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (devītā palāta paplašinātā sastāvā)

nospiež:

- 1) **Prasību noraidīt.**
- 2) ***adidas AG* sedz savus, kā arī atlīdzina Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO) un *Shoe Branding Europe BVBA* tiesāšanās izdevumus.**
- 3) ***Marques* sedz savus tiesāšanās izdevumus pati.**

Gervasoni

Madise

da Silva Passos

Kowalik-Bańczyk

Mac Eochaidh

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2019. gada 19. jūnijā.

[Paraksti]

Satura rādītājs

| | |
|---|----|
| I. Tiesvedības priekšvēsture | 2 |
| II. Lietas dalībnieku prasījumi | 4 |
| III. Juridiskais pamatojums | 4 |
| A. Ievada apsvērumi | 4 |
| B. Par pirmo pamata daļu, ar kuru tiek apgalvota nepamatota noteiktu pierādījumu noraidīšana | 5 |
| 1. Pirmais iebildums par to, ka attiecīgā preču zīme ir kļūdaini interpretēta | 5 |
| 2. Par otro iebildumu, ar kuru tiek apgalvots, ka ir kļūdaini piemērots “atļauto variantu likums” | 8 |
| a) Par preču zīmes izmantošanas jēdzienu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta un 52. panta 2. punkta nozīmē | 8 |
| b) Par “atļauto variantu likuma” piemērošanu | 10 |
| 1) Par attiecīgās preču zīmes ļoti vienkāršā rakstura ņemšanu vērā | 12 |
| 2) Par krāsu shēmas inversijas sekām | 12 |
| 3) Par attēliem, kuros ir divas melnas svītras uz balta fona | 14 |
| 4) Par attēliem, kuros ir slīpas svītras | 15 |
| 5) Secinājums par “atļauto variantu likuma” piemērošanu | 15 |
| C. Par otro daļu par to, ka ir pieļauta kļūda vērtējumā saistībā ar atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā | 16 |
| 1. Par iesniegto pierādījumu atbilstību | 16 |
| a) Par attēliem | 17 |
| b) Par datiem attiecībā uz apgrozījumu un tirgvedības un reklāmas izdevumiem | 18 |
| c) Par tirgus pētījumiem | 18 |
| d) Par pārējiem pierādījumiem | 20 |
| 2. Par pierādījumiem par attiecīgās preču zīmes izmantošanu un tās atšķirtspējas iegūšanu visā Savienībā | 20 |
| IV. Par tiesāšanās izdevumiem | 22 |