



Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (astotā palāta)

2019. gada 7. maijā *

Eiropas Savienības preču zīme – Eiropas Savienības vārdiskas preču zīmes “vita” reģistrācijas pieteikums – Absolūti atteikuma pamati – Atšķirtspējas neesamība – Aprakstošs raksturs – Jēdziens “īpašība” – Krāsas nosaukums – Regulas (ES) 2017/1001 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts

Lietā T-423/18

Fissler GmbH, Idāra-Oberšteina [*Idar-Oberstein*] (Vācija), ko pārstāv *G. Hasselblatt* un *K. Middelhoff*, advokāti,

prasītāja,

pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (EUIPO), ko pārstāv *W. Schramek* un *D. Walicka*, pārstāvji,

atbildētājs,

par prasību par *EUIPO* Apelācijas piektās padomes 2018. gada 28. marta lēmumu lietā R 1326/2017-5 attiecībā uz pieteikumu par vārdiska apzīmējuma “vita” kā Eiropas Savienības preču zīmes reģistrāciju,

VISPĀRĒJĀ TIESA (astotā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs E. M. Kolins [A. M. Collins], tiesneši M. Kančeva [M. Kancheva] (referente) un G. De Bāre [G. De Baere],

sekretārs: E. Kulons [E. Coulon],

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 6. jūlijā,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 24. septembrī,

ņemot vērā lietu nodošanu jaunam tiesnesim referentam, kurš darbojas astotajā palātā,

ņemot vērā, ka trīs nedēļu laikā pēc paziņojuma par tiesvedības rakstveida daļas pabeigšanu lietas dalībnieki nav iesnieguši pieteikumu par tiesas sēdes noturēšanu, un saskaņā ar Vispārējās tiesas Reglamenta 106. panta 3. punktu nolemjot prasību izlemt bez tiesvedības mutvārdu daļas,

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – vācu.

Spriedums

Tiesvedības priekšvēsture

- 1 2016. gada 27. septembrī prasītāja, *Fissler GmbH*, 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.) (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 ar numuru 15857188 ir vārdisks apzīmējums “vita”.
- 3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 7., 11. un 21. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam Nicas 1957. gada 15. jūnija Nolikumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru no šīm klasēm atbilst šādam aprakstam:
 - 7. klase: “elektriskie virtuves kombaini; iepriekš minēto preču rezerves daļas un piederumi”;
 - 11. klase: “elektriski augstspiediena vārīšanas katli; iepriekš minēto preču rezerves daļas un piederumi”;
 - 21. klase: māsasaimniecības vai virtuves piederumi un tilpnes; ēdienu gatavošanas trauku komplekti; neelektriskie ātrvāres katli, iepriekš minēto preču rezerves daļas un piederumi”.
- 4 Ar 2017. gada 28. aprīļa lēmumu pārbaudītājs noraidīja pieteiktās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz minētajām precēm, pamatojoties uz to, ka tā ir aprakstoša un tai nepiemīt atšķirtspēja Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkta (tagad Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts) izpratnē.
- 5 2017. gada 20. jūnijā prasītāja atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pantam (tagad Regulas 2017/1001 66.–71. pants) iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību par pārbaudītāja lēmumu.
- 6 Ar 2018. gada 28. marta lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) *EUIPO* Apelācijas piektā padome noraidīja apelācijas sūdzību. Pirmām kārtām, attiecībā uz konkrēto sabiedrības daļu tā uzskatīja, ka attiecīgās preces vispirms ir paredzētas plašai sabiedrībai, taču tās ir paredzētas arī specializētai sabiedrībai, piemēram, pavāriem, un ka uzmanības līmenis svārstās no vidējā līdz augstam. Tā piebilda, ka, tā kā reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir termins zviedru valodā, ir jābalstās uz Eiropas Savienības zviedru valodā runājošu sabiedrību.
- 7 Otrām kārtām, attiecībā uz pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu Apelācijas padome vispirms norādīja, ka apzīmējums “vita” ir vārda “vit”, kas zviedru valodā nozīmē “balts”, noteiktā un daudzskaitļa forma. Tālāk tā secināja, ka Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas mērķiem nav izšķirošas nozīmes jautājumam, vai baltā krāsa ir šo preču ierastā krāsa, jo pietiek ar to, ka šīs preces var būt baltā krāsā un ka apzīmējums var būt aprakstošs attiecībā uz tām. Uzsvērusi, ka baltā krāsa, nebūdamā ierastākā krāsa, ir vismaz diezgan parasta “elektronisko un neelektronisko” [proti, elektrisko un neelektrisko] katlu, kā arī citu māsasaimniecības piederumu krāsa, tā norādīja, ka tas pierāda, ka vidusmēra patērētājs saistīs attiecīgās preces ar baltu krāsu un tāpat uzskatīs pieteikto preču zīmi par aprakstošu. Turklāt Apelācijas padome norādīja, ka daži virtuves piederumi un māsasaimniecības ierīces angļiski (“white goods”) un zviedriski (“vitvaror”) bieži tiek saukti par “baltām precēm”. Pamatojoties uz izvilkumu no interneta vietnes, kas ir pieejama adresē: <http://www.vitvara.nu/vad-ar-vitvaror>, tā no minētā secināja, ka dažas no attiecīgajām precēm, piemēram, elektriskie virtuves kombaini vai elektriski augstspiediena vārīšanas katli, varētu kopā tikt

apzīmētas kā “baltās preces”. Tā precizēja, ka, pat ja tas nebūtu iespējams, jo galvenokārt tās ir lielas mājsaimniecības ierīces, tādas kā veļas mazgājamās mašīnas un trauku mazgājamās mašīnas, kas tiek apzīmētas kā “baltās preces”, tas tomēr skaidri pierāda, ka baltā krāsa vispārīgi ir asociējama ar mājsaimniecības piederumiem. Visbeidzot tā secināja, ka pieteiktajai preču zīmei ir tikai aprakstošs raksturs.

- 8 Trešām kārtām, attiecībā uz pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas neesamību Apelācijas padome uzskatīja, ka konkrētā sabiedrības daļa pieteikto preču zīmi uztver kā vienkāršu objektīvu ziņojumu tādā nozīmē, ka attiecīgās preces ir preces, kas pieejamas baltā krāsā. Līdz ar to tā secināja, ka minētā preču zīme ir tikai aprakstoša un tāpēc tai nav nekādas atšķirtspējas. Tās ieskatā jebkurš virtuves kombainu un ēdienu gatavošanas trauku komplektu ražotājs varētu ražot savas preces baltā krāsā un tāpēc šī preču zīme nav piemērota tam, lai prasītājas preces nošķirtu no citu uzņēmumu precēm. Turklāt Apelācijas padome noraidīja prasītājas atsauci uz citām reģistrētām preču zīmēm, ko veido tikai krāsas.

Lietas dalībnieku prasījumi

- 9 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- atcelt apstrīdēto lēmumu;
 - piespriest EUIPO atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 10 EUIPO prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
- noraidīt prasību;
 - piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

- 11 Savas prasības atbalstam prasītāja izvirza divus pamatus, kas ir saistīti attiecīgi ar Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu un šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu. Būtībā tā apgalvo, ka pieteiktā preču zīme nav aprakstoša attiecībā uz aplūkotajām precēm un tai ir nepieciešamā atšķirtspēja attiecībā uz tām.

Sākotnējs apsvērumus – par konkrētās sabiedrības daļas definīciju

- 12 Iesākumā, lai vērtētu šos divus absolūtos atteikuma pamatus, ir jādefinē “konkrētā sabiedrības daļa”.
- 13 No vienas puses, apstrīdētā lēmuma 13.–15. punktā Apelācijas padome uzskatīja, ka attiecīgo preču vidusmēra patērētājs pirmām kārtām ir ne vien “vispārīgs patērētājs”, proti, plaša sabiedrība, bet arī – daļēji – specializēta sabiedrība, piemēram, pavāri, un ka uzmanības līmenis svārstās no vidējā līdz augstam. Tā tomēr piebilda, ka no judikatūras, kas attiecas uz relatīviem atteikuma pamatiem, izriet, ka, ja preces un pakalpojumi ir paredzēti gan vidusmēra patērētājiem, gan specializētai sabiedrībai, ir jāņem vērā sabiedrība ar zemāko uzmanības līmeni, un ka aplūkotajā gadījumā ir jābalstās uz plašas sabiedrības uzmanības līmeni. Visbeidzot tā precizēja, ka, pat ja apzīmējums ir domāts specializētai sabiedrībai, kurai ir paaugstināts uzmanības līmenis, tas nenozīmē, ka tas varētu iegūt atšķirtspēju tāpēc, ka apzīmējumu, kura aprakstošo raksturu var nesaprast vidusmēra patērētājs, nekavējoties var saprast specializētā sabiedrība (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2011. gada 11. oktobris, *Chestnut Medical Technologies/ITSB (“PIPELINE”)*, T-87/10, nav publicēts, EU:T:2011:582, 27. un 28. punkts).

- 14 Šajā ziņā no judikatūras izriet, ka apstāklim, ka konkrētā sabiedrības daļa ir specializēta, nevar būt izšķirošas ietekmes uz juridiskajiem kritērijiem, kas tiek izmantoti, lai izvērtētu apzīmējuma atšķirtspēju. Lai arī ir taisnība, ka specializētas konkrētās sabiedrības daļas uzmanības līmenis pēc definīcijas ir augstāks nekā vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis, no tā tomēr obligāti neizriet, ka apzīmējuma vājāka atšķirtspēja ir pietiekama gadījumā, kad konkrētā sabiedrības daļa ir specializēta. Proti, no pastāvīgās judikatūras izrietošais princips, saskaņā ar kuru, lai novērtētu, vai preču zīmei ir vai nav atšķirtspēja, ir jāņem vērā tās radītais kopējais iespaids, varētu tikt apdraudēts, ja apzīmējuma atšķirtspējas sliekšnis vispārīgi būtu atkarīgs no konkrētās sabiedrības daļas specializācijas pakāpes (skat. spriedumu, 2012. gada 12. jūlijs, *Smart Technologies/ITSB*, C-311/11 P, EU:C:2012:460, 48.–50. punkts un tajos minētā judikatūra). Tas pats attiecas arī uz apzīmējuma aprakstošā rakstura vērtējumu.
- 15 Konkrētajā gadījumā Apelācijas padome pamatoti ir balstījusies uz to, kā pieteikto preču zīmi uztver plaša sabiedrība, un nav piešķirusi kādu īpašu nozīmi tam, kā to uztver specializētā sabiedrība, piemēram, pavāri.
- 16 No otras puses, apstrīdētā lēmuma 16. punktā Apelācijas padome norādīja, ka saskaņā ar Regulas 2017/1001 7. panta 2. punktu apzīmējumu neregistrē pat tad, ja pamats reģistrācijas atteikumam pastāv tikai kādā Savienības daļā. Tā uzskatīja, ka, ņemot vērā, ka pieteiktā preču zīme ir termins zviedru valodā, vērtējumā par tās piemērotību aizsardzībai vispirms būtu jābalstās uz Eiropas Savienības zviedru valodā runājošu sabiedrību.
- 17 Šajā ziņā, šajā stadijā nesniedzot atbildi uz jautājumu par to, vai pieteiktā preču zīme patiešām tiek uztverta kā termins zviedru valodā, pietiek norādīt, ka absolūtie atteikuma pamati, uz kuriem atsaukušies pārbaudītājs un Apelācijas padome, attiecas uz zviedru valodu un līdz ar to konkrētā sabiedrības daļa to novērtēšanas mērķiem ir Savienības zviedru valodā runājošā sabiedrības daļa, proti, Zviedrijas vai Somijas patērētāji (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2014. gada 9. jūlijs, *Pågen Trademark/ITSB* (“giffjar”), T-520/12, nav publicēts, EU:T:2014:620, 19. un 20. punkts).

Par pirmo pamatu – Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu

- 18 Ar pirmo pamatu prasītāja apgalvo, pirmkārt, ka tad, kad tā tiek izmantota atsevišķi, pieteiktajai preču zīmei nav nekāda skaidri aprakstošā satura un ka tādēļ nešķiet ticami, ka Zviedrijas patērētāji faktiski uztvertu vārdu “vita” nozīmē “balts”. Tā pārmet EUIPO, ka tas nav pietiekami ņēmis vērā apstākli, ka pieteiktā preču zīme ir nevis īpašības vārds “vit” (“balts”) pamatformā, kas atrodama vārdnīcās, bet gan termins “vita”, kas ir skatāms atsevišķi. Taču zviedru valodā šis termins nekad netiekot lietots atsevišķi, bet vienmēr saistībā ar aiz tā esošo lietvārdu, ar kuru tas saistīts. Runājot par vārda “vita” izmantošanu atsevišķi, EUIPO neesot nodibinājis tāda pirmajā plānā esoša satura pastāvēšanu, kas būtu saistīts ar zināmām attiecīgo preču īpašībām, un neesot sniedzis nevienu pierādījumu par to. Tātad Zviedrijas patērētājs uzreiz neatpazīstot vārdu “vita”, kad tas tiek lietots atsevišķi, un līdz ar to tas netiekot tieši asociēts ar “baltu”. Turklāt prasītāja uzsver, ka vārda “vita” nozīme nav skaidra un ir nepieciešama tā interpretācija, jo šis vārds var attiekties uz dažādiem apstākļiem un tam var būt dažādas nozīmes vairākās valodās, it īpaši “dzīve” jeb “dzīves stils” latīņu, kā arī itāļu valodā.
- 19 Otrkārt, prasītāja apgalvo, ka, pat ja par pamatu būtu ņemts Zviedrijas patērētājs un princips, ka termins “vita” tiek asociēts ar norādi uz krāsu, nav taisnība, ka “baltās” krāsas norādei būtu tikai aprakstošs raksturs attiecībā uz attiecīgajām precēm, jo no konkrētās sabiedrības daļas skatpunkta nepastāvot nekādas pietiekami tiešas un konkrētas saistības starp terminu “vita” un attiecīgajām precēm. Tas tā esot it īpaši attiecībā uz augstspiediena vārišanas katliem un kastrolīem, kuri esot ražoti gandrīz tikai no sudrabaina nerūsējošā tērauda un kuriem “baltā” krāsa neesot parasti izmantojama. Turklāt attiecīgās preces tāpat neesot uzskatāmas par “baltām precēm”, jo ar šo vārdkopu saprot tādas mājsaimniecības ierīces kā, piemēram, ledusskapji, saldēšanas skapji, trauku mazgājamās vai veļas žāvēšanas mašīnas, bet tas netiekot lietots attiecībā uz augstspiediena vārišanas

katliem, kastroļiem, pannām vai virtuves bļodām utt. Tātad konkrētā sabiedrības daļa saistītu šīs pēdējās minētās ar precēm no sudrabaina nerūsējošā tērauda, un krāsas nosaukumiem nebūtu nekādas nozīmes. Ņemot vērā, ka attiecīgo preču jomā krāsas nosaukumam neesot nekādas nozīmes un ka konkrētā sabiedrības daļa nesaista konkrētas krāsas ar ēdienu gatavošanas ierīcēm, krāsas nosaukums, lai kāds tas arī būtu, tāpat netiktu uztverts kā šo preču īpašība. Tātad nebūtu nozīmes tam, ka attiecīgās preces varētu būt arī baltā krāsā, jo noteicošais kritērijs drīzāk būtu noskaidrot, vai apzīmējums varētu tikt izmantots šim nolūkam un vai konkrētās sabiedrības daļas uztverē tas varētu tikt saprasts kā šo preču īpašības aprakstoša norāde.

- 20 Tādējādi prasītāja apgalvo, ka Zviedrijas vidusmēra patērētājs nepastarpināti un bez tālākām pārdomām neseicinās, ka termins “vita” attiecas uz baltu virtuves piederumu. Gluži pretēji, šim patērētājam, lai nonāktu no krāsas nosaukuma kā tāda pie preces krāsas, būšot jāveic vairākposmu analīze. Turklāt šim patērētājam, ņemot vērā, ka kastroļi, pannas, virtuves kombaini vai virtuves bļodas parasti sastāv no vairākiem elementiem vai vismaz no iekšējās un ārējās daļas, nešķitīšot skaidrs, ar kādu preces elementu būtu jāsaista krāsas norāde. Tātad šis patērētājs bez tālākām pārdomām tikai no krāsas norādes vien neizsecinās, vai attiecīgajām precēm ir elementi baltā krāsā, vai šīs preces ir pilnīgi baltā krāsā, vai arī, piemēram, baltā krāsā ir tikai to iekšējā daļa.
- 21 Treškārt, prasītāja apgalvo, ka Vispārējā tiesa un *EUIPO* vairākkārt ir konstatējuši, ka terminam “vita” attiecībā uz attiecīgajām konkrētajām precēm nav aprakstošas nozīmes un ka tādējādi tam ir vidēja atšķirtspēja, ciktāl nav tiešas saiknes vai saistības ar šīm precēm un neraugoties uz vārda “vita” netiešu norādi uz dzīvotspēju (skat. spriedumu, 2016. gada 14. janvāris, *The Cookware Company/ITSB – Fissler* (“VITA+VERDE”), T-535/14, nav publicēts, EU:T:2016:2, 40. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 22 Prasītāja secina, ka termins “vita”, lietots atsevišķi, Zviedrijas patērētājiem nenozīmē “balto” un turklāt tā daudzveidīgo nozīmju dēļ, kā arī nepieciešamības sniegt tā interpretāciju dēļ šim terminam nav nekāda tāda aprakstoša satura pirmajā plānā, kas būtu saistīts ar sabiedrībai nozīmīgu īpašību un attiektos uz reģistrācijai pieteiktajām precēm. Tā piebilst, ka tas apstākļi vien, ka abstrakti elements ir piemērots tam, lai norādītu uz kādu īpašību, nevar būt pietiekams, lai pamatotu pieejamības prasību Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.
- 23 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentus un uzskata pirmo pamatu par “neiedarbīgu”. Tas apgalvo, ka apzīmējuma novērtēšana ir jāveic konkrēti, saistībā ar attiecīgajām precēm un ka patērētāji saskaras ar Eiropas Savienības preču zīmi tiešā saistībā ar precēm, uz kurām tā ir izvietota, piemēram, pirkuma brīdī vai reklāmā. *EUIPO* ieskatā prasītājas apgalvojums, ka būtu nepieciešami vairāki pārdomu posmi, lai piešķirtu atbilstošu nozīmi reģistrācijai pieteiktajam apzīmējumam, nav pārliecinošs un, ciktāl preces ir baltas, tās apgalvojums, ka zviedru valodā runājošie patērētāji šajā apzīmējumā viegli neatpazīs preču īpašības, arī nav pamatots.
- 24 *EUIPO* atzīmē, ka vārds “vita”, izmantots kā īpašības vārdu zviedru valodā, atbilst vārdam “weiße” vācu valodā vai “blanche” franču valodā un ka zviedru valodā runājošajai sabiedrībai nav vajadzīgs tulkojums. Tas piebilst, ka apstākļi, ka vārds “vita” tiek lietots arī citās valodās, nekādi nemaina to, kā [to] uztver personas, kam zviedru valoda ir dzimtā valoda. Pat ja tiktu atzīts, ka vārds “vita” parasti netiek lietots atsevišķi, *EUIPO* uzsver, ka, veicot konkrētu izvērtēšanu saistībā ar precēm, nav nepieciešams, lai apzīmējumu veidotu izteiciens “baltie elektriskie virtuves kombaini”, un ka konkrētā sabiedrības daļa savā apziņā identificē un pievieno attiecīgās preces. Tas apgalvo, ka konkrētā zviedru valodā runājošā sabiedrības daļa zina, ka krāsa var nozīmēt īpašību attiecībā uz precēm un sniegt informatīvu ziņojumu par to, ka tās ir preces baltā, nevis citā, piemēram, pelēkā tērauda, krāsā.
- 25 *EUIPO* uzskata, ka tam nav jāpierāda, ka pieteiktā preču zīme varētu norādīt uz preču īpašību, jo Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts neattiecas uz apzīmējuma faktisko izmantošanu. Lai gan tas neapstrīd, ka pastāv daudz katlu un citu ar virtuvi saistītu preču, kas ražotas no tērauda, tas tomēr apgalvo, ka attiecīgās preces tiek ražotas arī citās krāsās, tostarp baltā krāsā, un tātad augstspiediena vārīšanas katls baltā krāsā nav kaut kas neparasts vai uzkrītošs. *EUIPO* piebilst, ka, pat

- ja mājāsaimniecības ierīču ražošanā reti tiek izmantota baltā krāsa, tas neesot pretrunā faktam, ka runa var būt par šo preču pamatīpašību. Tas apgalvo, ka krāsa var būt pirmā plāna pirkuma kritērijs – un tātad tā būtu jāuzskata par pamatīpašību – un nekas neliedz minētajām precēm būt pilnībā vai galvenokārt baltā krāsā.
- 26 *EUIPO* apgalvo, ka īpašībai nav jābūt galvenajam elementam vai pirkuma kritērijam un ka saskaņā ar judikatūru Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā minētais atteikuma pamats ir iedarbīgs neatkarīgi no tā, vai apzīmējums apraksta pamatīpašību vai papildīpašību, vai “jebkuru [apzīmēto preču] īpašību”. Tas piebilst, ka apzīmējuma reģistrācija ir jāatsaka, ja vismaz vienā no tās potenciālajām nozīmēm tas apzīmē kādu konkrēto preču īpašību. *EUIPO* ieskatā tas tā ir šajā gadījumā, jo reģistrācijai pieteiktā preču zīme, ņemot vērā, ka vārds “vita” tiek lietots zviedru valodā kā īpašības vārda “balts” forma, nav jāinterpretē un tā nerada sarežģītu pārdomu procesu. *EUIPO* tādēļ “nespēj saprast”, kāpēc šāds pārdomu process rastos saistībā ar šī vārda uztveri, jo ziņojums ir vienkāršs un informatīvs, nebūdamas nenoteikts vai neskaidrs. Visbeidzot, lietas, kas attiecas uz iepriekšējām reģistrācijām, neesot salīdzināmas un šajā gadījumā tām neesot saistoša spēka.
- 27 Atbilstoši Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam neregistrē preču zīmes, ko veido tikai apzīmējums vai norāde, kas tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības. Saskaņā ar tā paša panta 2. punktu šā panta 1. punktu piemēro arī tad, ja pamats reģistrācijas atteikumam pastāv tikai kādā Eiropas Savienības daļā.
- 28 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, lai apzīmējumam būtu piemērojams šajā normā paredzētais [reģistrācijas] aizliegums, tam jābūt pietiekami tieši un konkrēti saistītam ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, lai ļautu konkrētajai sabiedrības daļai uzreiz un bez jebkādam pārdomām uztvert attiecīgo preču vai pakalpojumu aprakstu vai kādas to īpašības aprakstu (spriedumi, 2005. gada 22. jūnijs, *Metso Paper Automation/ITSB* (“PAPERLAB”), T-19/04, EU:T:2005:247, 25. punkts; 2016. gada 12. maijs, *Chung-Yuan Chang/EUIPO – BSH Hausgeräte* (“AROMA”), T-749/14, nav publicēts, EU:T:2016:286, 23. punkts, un 2018. gada 25. oktobris, *Devin/EUIPO – Haskovo* (“DEVIN”), T-122/17, EU:T:2018:719, 18. punkts).
- 29 Līdz ar to preču zīmes atšķirtspēja ir jānovērtē, pirmkārt, saistībā ar precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir pieteikta tās reģistrācija, un, otrkārt, saistībā ar to, kā šo preču zīmi uztver konkrētā sabiedrības daļa, kuru veido šo preču vai pakalpojumu patērētāji (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2002. gada 27. februāris, *Ellos/ITSB* (“ELLOS”), T-219/00, EU:T:2002:44, 29. punkts; 2016. gada 12. maijs, “AROMA”, T-749/14, nav publicēts, EU:T:2016:286, 24. punkts, un 2019. gada 17. janvāris, *Ecolab USA/EUIPO* (“SOLIDPOWER”), T-40/18, nav publicēts, EU:T:2019:18, 25. punkts).
- 30 Turklāt vārdiska apzīmējuma reģistrācija, piemērojot Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, ir jāatsaka, ja vismaz vienā no tā potenciālajām nozīmēm tas apzīmē attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašību (spriedumi, 2003. gada 23. oktobris, *ITSB/Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 32. punkts, un 2016. gada 12. maijs, “AROMA”, T-749/14, nav publicēts, EU:T:2016:286, 29. punkts).
- 31 Visbeidzot, Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā esošās vispārējās intereses ir nodrošināt, lai apzīmējumus, kas ir aprakstoši attiecībā uz vienu vai vairākām to preču vai pakalpojumu īpašībām, attiecībā uz kuriem pieteikta preču zīmes reģistrācija, varētu brīvi izmantot visi saimnieciskās darbības subjekti, kas piedāvā šādas preces un pakalpojumus (spriedums, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 37. punkts). Ar šo tiesību normu netiek pieļauts, ka šie apzīmējumi vai norādes tiek rezervēti vienam uzņēmumam tikai tādēļ, ka tie ir reģistrēti kā preču zīme (spriedums, 2003. gada 23. oktobris, *ITSB/Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 31. punkts), un ka kāds uzņēmums monopolizē aprakstoša vārda izmantošanu, kaitējot citiem uzņēmumiem – tostarp saviem konkurentiem –, kuriem tādējādi tiek samazināts tā vārdu

krājuma apjoms, kas tiem pieejams savu preču aprakstam (spriedumi, 2014. gada 16. oktobris, *Larrañaga Otaño/ITSB* (“GRAPHENE”), T-458/13, EU:T:2014:891, 18. punkts; 2017. gada 7. decembris, *Colgate-Palmolive/EUIPO* (“360”), T-332/16, nav publicēts, EU:T:2017:876, 17. punkts, un 2018. gada 25. oktobris, “DEVIN”, T-122/17, EU:T:2018:719, 19. punkts).

- 32 Par prasītājas pirmo pamatu, kas attiecas uz Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu, ir jālemj, ņemot vērā šos principus. Šajā nolūkā vispirms ir jāpārbauda vārda “vita” nozīme zviedru valodā un pēc tam – saikne starp šo nozīmi un attiecīgajām precēm.

Par termina “vita” nozīmi zviedru valodā

- 33 Prasītāja apgalvo, ka terminu “vita”, lietu atsevišķi, Zviedrijas patērētājs uzreiz neatpazīst un tāpēc tieši nesasaista ar nozīmi “balts”. Turklāt tā apgalvo, ka minētajam terminam var būt dažādas nozīmes vairākās valodās, tostarp “dzīve” vai “dzīvesveids” latīņu, kā arī itāļu valodā.
- 34 Apstrīdētā lēmuma 20. punktā Apelācijas padome apzīmējumu “vita” aplūkoja kā vārda “vit”, kas zviedru valodā nozīmē “balts”, noteikto un daudzskaitļa formu.
- 35 Šajā ziņā, lai gan ir taisnība, ka vārds “vita” nav identisks vārda “vit” vispārīgajai nenoteiktajai formai, kas ietverta zviedru valodas vārdnīcās, ir jākonstatē, ka zviedru valodā runājošs patērētājs tomēr uzreiz atpazīst minēto terminu īpašības vārda “balts” nozīmē – daudzskaitļa un vienskaitļa noteiktajā formā, pat ja tas lietots atsevišķi. Tas apstāklis vien, ka blakus šim terminam nav lietots lietvārds, nevar kavēt šī patērētāja veiktu atpazīšanu, ja runa ir par tik bieži lietojamu īpašības vārdu kā tāds, kas nozīmē “balts(-i)”.
- 36 Turklāt, lai gan ir taisnība, ka terminam “vita” var būt dažādas nozīmes vairākās valodās, piemēram, “dzīve” vai “dzīvesveids” latīņu un itāļu valodā, šis apstāklis tomēr šajā gadījumā ir neiedarbīgs, jo šī termina nozīme “balts(-i)” saskaņā ar šā sprieduma 30. punktā minēto judikatūru zviedru valodā veido “vismaz vienu no tā potenciālajām nozīmēm”.
- 37 Līdz ar to ir jānoraida prasītājas argumenti, kuru mērķis ir apšaubīt termina “vita” nozīmi konkrētās zviedru valodā runājošās sabiedrības daļas uztverē, kā to ir noteikusi Apelācijas padome.
- 38 Turklāt prasītājas minētā judikatūra par termina “vita” aprakstošā rakstura neesamību (skat. šā sprieduma 21. punktu) šajā lietā nav būtiska, jo tā attiecas uz Itālijas, Spānijas, Francijas, Vācijas, Portugāles un Rumānijas sabiedrības izpratni par šo terminu, bet šajā gadījumā jautājums skar šī termina nozīmi Zviedrijas un Somijas sabiedrībai.

Par saikni starp termina “vita” nozīmi zviedru valodā un attiecīgajām precēm

- 39 Prasītāja apgalvo, ka no konkrētās sabiedrības daļas skatpunkta nav nekādas pietiekami tiešas un konkrētas saistības starp terminu “vita” zviedru valodā un attiecīgajām precēm. Pēc tās teiktā, šīm precēm balto krāsu parasti neizmanto, jo tās gandrīz vienmēr tiek ražotas tikai no sudrabaina nerūsējošā tērauda. Turklāt šīs preces nevar uzskatīt par “baltām precēm”, proti, elektriskām mājāsaimniecības ierīcēm.
- 40 Apstrīdētā lēmuma 21.–23. punktā Apelācijas padome reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu būtībā pamatoja ar diviem pamatiem. Pirmkārt, attiecīgās preces esot pieejamas baltā krāsā, diezgan parastā veidā, lai gan tā nav izplatītākā krāsa. Otrkārt, šīs preces bieži tiek sauktas par “vitvaror” (“baltās preces”) zviedru valodā.

- 41 Pirmām kārtām, runājot par vairāk vai mazāk parastu baltās krāsas izmantošanu attiecīgo preču ražošanai, iesākumā ir jāpārbauda, vai šāda izmantošana var tikt kvalificēta kā šo preču “īpašība” judikatūras izpratnē.
- 42 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka, Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā izmantojot formulējumu “veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības”, Savienības likumdevējs ir, pirmkārt, norādījis uz to, ka visi šie termini ir jāuzskata par tādiem, kas atbilst preču vai pakalpojumu īpašībām, un, otrkārt, precizējis, ka šis uzskaitījums nav izsmelošs un tāpat var tikt ņemta vērā ikviena cita preču vai pakalpojumu īpašība (spriedumi, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 49. punkts; 2014. gada 10. jūlijs, *BSH/ITSB*, C-126/13 P, nav publicēts, EU:C:2014:2065, 20. punkts, un 2019. gada 17. janvāris, “SOLIDPOWER”, T-40/18, nav publicēts, EU:T:2019:18, 22. punkts).
- 43 Tas, ka Savienības likumdevējs ir izvēlējis vārdu “īpašība”, parāda, ka apzīmējumi, uz ko attiecas Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts, ir tikai tādi apzīmējumi, ar kuriem tiek apzīmēta kāda reģistrācijai pieteikto preču vai pakalpojumu īpatnība, kuru ieinteresētās personas viegli atpazīst. Tātad atteikt apzīmējuma reģistrāciju, pamatojoties uz šo tiesību normu, var vienīgi tad, ja ir saprātīgi paredzams, ka ieinteresētās personas to patiešām atpazīs kā aprakstu kādai no minētajām īpašībām (skat. spriedumus, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol/ITSB*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 50. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2014. gada 10. jūlijs, *BSH/ITSB*, C-126/13 P, nav publicēts, EU:C:2014:2065, 21. un 22. punkts un tajos minētā judikatūra; spriedumi, 2018. gada 11. oktobris, *M&T Emporia Elektrikon-Ilektronikon Eidon/EUIPO* (“fluo.”), T-120/17, nav publicēts, EU:T:2018:672, 24. punkts; 2018. gada 12. decembris, *Bischoff/EUIPO – Miroglio Fashion* (“CARACTÈRE”), T-743/17, nav publicēts, EU:T:2018:911, 25. punkts, un 2019. gada 17. janvāris, “SOLIDPOWER”, T-40/18, nav publicēts, EU:T:2019:18, 23. punkts).
- 44 Turklāt, lai gan nav nozīmes tam, ka šāda īpašība ir pamatīpašība vai papildīpašība komerciālā ziņā (spriedums, 2014. gada 16. oktobris, “GRAPHENE”, T-458/13, EU:T:2014:891, 20. punkts; pēc analogijas skat. arī spriedumu, 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 102. punkts), īpašībai Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē tomēr ir jābūt “objektīvai īpašībai, kas izrietētu no preces [vai pakalpojuma] rakstura” (spriedums, 2018. gada 6. septembris, *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO*, C-488/16 P, EU:C:2018:673, 44. punkts), kā arī “raksturīgai un pastāvīgai” attiecībā uz šo precī vai pakalpojumu (spriedumi, 2015. gada 23. oktobris, *Geilenkothen Fabrik für Schutzkleidung/ITSB* (“Cottonfeel”), T-822/14, nav publicēts, EU:T:2015:797, 32. punkts; 2016. gada 5. jūlijs, *Bundesverband Souvenir – Geschenke – Ehrenpreise/EUIPO – Freistaat Bayern* (“NEUSCHWANSTEIN”), T-167/15, nav publicēts, EU:T:2016:391, 30. punkts, un 2018. gada 11. oktobris, “fluo.”, T-120/17, nav publicēts, EU:T:2018:672, 40. punkts).
- 45 Šajā gadījumā ir jākonstatē, ka balta krāsa nav uzskatāma par attiecīgo preču (piemēram, virtuves kombaini, elektriskie katli un mājsaimniecības piederumi) “raksturīgu” īpašību, kas “izrietētu no [šo preču] rakstura”, bet ir tikai nejaušs un gadījuma rakstura aspekts, kas attiecīgā gadījumā var piemist tikai daļai no šīm precēm un kam katrā ziņā nav tiešas un tūlītējas saistības ar to raksturu. Proti, šādas preces ir pieejamas daudzās krāsās, tostarp – bez jebkāda pārsvara – arī baltā krāsā. Apelācijas padome to pati atzīst, jo tīmekļvietnē, kuru tā minējusi apstrīdētā lēmuma 23. punktā, ir teikts, ka “šobrīd [mājsaimniecības] piederumi ir pieejami visās krāsās”.
- 46 Apstākļi, ka attiecīgās preces vairāk vai mazāk ierasti un citu krāsu starpā ir pieejamas arī baltā krāsā, pats par sevi nav apstrīdēts, bet izrādās, ka tas nav iedarbīgs, jo nav “saprātīgi” šī sprieduma 43. punktā minētās judikatūras izpratnē izdarīt pieņēmumu, ka tikai šī apstākļa dēļ konkrētā sabiedrības daļa balto krāsu faktiski atzīst par šīm precēm raksturīgas un no to rakstura izrietošas īpašības aprakstu.

- 47 Līdz ar to prasītāja pamatoti apgalvo, ka nav nozīmes apstāklim, ka attiecīgās preces var būt arī baltā krāsā, jo noteicošais faktors drīzāk ir tas, vai konkrētās sabiedrības daļas uztverē apzīmējums var tikt saprasts kā aprakstoša norāde uz kādu šo preču īpašību.
- 48 Tomēr šajā gadījumā tas tā nav, jo terminu “vita”, kad tas tiek uztverts ar nozīmi “balts(-i)”, konkrētā zviedru valodā runājošā sabiedrības daļa nevar uztvert kā aprakstošu norādi uz kādu attiecīgajām precēm raksturīgu un no to rakstura izrietošu īpašību.
- 49 Turklāt šī lieta ir jānošķir no lietas, kurā pasludināts 2008. gada 9. decembra spriedums *Colgate-Palmolive/ITSB – CMS Hasche Sigle* (“VISIBLE WHITE”) (T-136/07, nav publicēts, EU:T:2008:553, 42. un 43. punkts), kurā Vispārējā tiesa konstatēja, ka termini “visible” un “white” ļauj attiecīgai sabiedrībai tūlītēji un bez tālākām pārdomām izsecināt konkrēto preču, proti, “zobu pastu un mutes skalošanas līdzekļu”, pamatīpašības aprakstu tādā nozīmē, ka to lietošana padara redzamu zobu balto krāsu. Minētajā lietā “redzamais baltums” aprakstīja attiecīgajām precēm raksturīgu un no to rakstura izrietošu īpašību, proti, to lietošanas mērķi vai izmantojumu. Šī lieta ir jānošķir arī no lietas, kurā pasludināts 2011. gada 7. jūlija spriedums *Cree/ITSB* (“TRUEWHITE”) (T-208/10, nav publicēts, EU:T:2011:340, 23. punkts), kurā Vispārējā tiesa nosprieda, ka termins “truewhite” kopumā var tikt uzskatīts par tādu, kas norāda uz patiesu baltumu, un ka, piemērojot to gaismas diodēm (LED), šī preču zīme tikai apraksta minēto preču pamatīpašību, proti, to spēju atveidot tik baltu gaismu, ka to varētu uzskatīt par līdzīgu dabiskai dienasgaismai. Šajā gadījumā “paties baltums”, proti, tāds, kas pielīdzināms dabiskas dienasgaismas baltumam, arī aprakstīja attiecīgajām precēm raksturīgu un no to rakstura izrietošu īpašību, proti, to kvalitāti.
- 50 Otrām kārtām, attiecībā uz parasto nosaukumu “vitvaror” zviedru valodā, ar kuru, kā apgalvo EUIPO, tiek apzīmētas attiecīgās preces, jau sākotnēji ir jānosver, ka saikne starp terminu “vita” (kas nozīmē “balts(-i)”) un terminu “vitvaror” (kas nozīmē “baltās preces”) ir tikai netieša un prasa no konkrētās sabiedrības daļas interpretēšanas un pārdomu piepūli.
- 51 Turklāt ir jākonstatē, ka parastais nosaukums “vitvaror” zviedru valodā attiecas tikai uz “lielām mājsaimniecības elektroierīcēm” (piemēram, ledusskapjiem, plītīm, trauku mazgājamām mašīnām, veļas mazgājamām mašīnām, žāvētājiem utt.), nevis uz “mazām mājsaimniecības elektroierīcēm” (piemēram, virtuves kombainiem, elektriskiem katliem, kafijas automātiem, tosteriem utt.), starp kurām ir ievērojama atšķirība izmēru un pārnēsājamības ziņā.
- 52 Apelācijas padome pati piekrīt šim konstatējumam un šai ievērojamajai atšķirībai, ciktāl tā apstrīdētā lēmuma 23. punktā atzīst, ka “galvenokārt tās ir lielas mājsaimniecības ierīces, tādas kā, piemēram, veļas mazgājamās mašīnas un trauku mazgājamās mašīnas, kas tiek apzīmētas kā baltās preces”. Tomēr tā nepareizi piebilst, ka šis fakts liecina, ka baltā krāsa parasti vispārīgi ir asociējama ar mājsaimniecības piederumiem, jo runa var būt, vislielākais, tikai par netiešu asociēšanu, nevis par tiešu un konkrētu saistību konkrētās sabiedrības daļas uztverē.
- 53 Tādējādi Apelācijas padomes veiktā pāreja, pirmkārt, no īpašības vārda “balts(-i)” uz “baltām precēm” un, otrkārt, no “lielām mājsaimniecības elektroierīcēm” uz “mazām mājsaimniecības elektroierīcēm” vai virtuves piederumiem liecina tikai par divkārši netiešu saikni, kas paredz vairākposmu pārdomas, nevis tiešu un tūlītēju saistību konkrētās sabiedrības daļas uztverē.
- 54 Atsauce uz attiecīgajām precēm vai kādu to īpašību, ko termins “vita” var radīt konkrētās sabiedrības daļas uztverē, veidojot asociāciju, pirmām kārtām, ar terminu zviedru valodā “vitvaror” vai “lielām mājsaimniecības elektroierīcēm” un pēc tam, otrām kārtām, “mazām mājsaimniecības elektroierīcēm”, ir, vislielākais, divkārši netieša un neļauj minētajai sabiedrībai tūlītēji un bez tālākām pārdomām uztvert attiecīgo preču vai kādas to īpašības aprakstu. Šāda saikne paliek “pārāk neskaidra un nenoteikta” (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2002. gada 27. februāris, “ELLOS”, T-219/00, EU:T:2002:44, 43. un 44. punkts), lai apzīmējumu “vita” padarītu par aprakstošu.

- 55 Turklāt šī lieta ir jānošķir no lietas, kurā pasludināts 2006. gada 16. marta spriedums *Telefon & Buch /ITSB – Herold Business Data* (“WEISSE SEITEN”) (T-322/03, EU:T:2006:87, 95.–99. punkts), kurā Vispārējā tiesa norādīja, ka vārdkopa “weiße Seiten” (kas nozīmē “baltās lapas”) vācu valodā ir kļuvusi par sinonīmu jēdzienam “privātpersonu telefonu grāmata” un līdz ar to varētu tikt uzskatīta par aprakstošu attiecībā uz precēm, saistībā ar kurām tā tiek uzskatīta par ierastu apzīmējumu, tāpēc, ka tā ir sinonīms “telefonu grāmatai”, nevis tāpēc, ka šai grāmatai ir baltas lapas. Minētajā lietā apstrīdētā preču zīme pati par sevi veidoja ierastu apzīmējumu, atšķirībā no termina “vita”, kas attiecināts uz “vitvaror”, un tieši apzīmēja attiecīgās preces, nevis kādu citu preču kategoriju, kā tas ir aplūkojamajā gadījumā – saistībā ar “mazām mājsaimniecības elektroierīcēm” salīdzinājumā ar “lielām mājsaimniecības elektroierīcēm”.
- 56 Līdz ar to neviens no abiem Apelācijas padomes izvirzītajiem pamatiem (skat. šā sprieduma 40. punktu) nav pietiekams, lai pierādītu, ka šā sprieduma 28. punktā minētās judikatūras izpratnē pastāv pietiekami tieša un konkrēta saistība starp zviedru valodas terminu “vita” un attiecīgajām precēm. Apelācijas padome nav pierādījusi, ka konkrētā sabiedrības daļa, saskaroties ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, tūlītēji un bez tālākām pārdomām to uztvertu kā šo preču aprakstu vai kādas šīm precēm raksturīgas un no to rakstura izrietošas īpašības aprakstu.
- 57 Tādējādi termins “vita” nav aprakstošs attiecībā uz kādu attiecīgo preču īpašību un tādēļ uz to neattiecas Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais atteikuma pamats.
- 58 No tā izriet, ka Apelācijas padome, kļūdaini secinot, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei ir pietiekami tieša un konkrēta saistība ar attiecīgajām precēm, lai būtu aprakstoša attiecībā uz tām, ir pārkāpusi Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu.
- 59 Tādējādi pirmais prasības pamats ir jāapmierina.

Par otro pamatu – Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu

- 60 Ar otro pamatu prasītāja apgalvo, ka, tā kā konkrētā sabiedrības daļa reģistrācijai pieteiktās preču zīmes saturu neuzskatīs par tīri aprakstošu attiecībā uz konkrētajām precēm un tā kā šī preču zīme pilnvērtīgi pilda izcelsmes norādes funkciju, nav vajadzības tai liegt jebkādu atšķirtspēju, nedz piemērot Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzēto absolūto atteikuma pamatu. Tā it īpaši norāda, ka šī panta mērķis – aizsargāt sabiedrību pret monopolizāciju – netiek apdraudēts, jo citi tirgus dalībnieki nav atkarīgi no termina “vita” izmantošanas formā, kāda konkrētajā gadījumā pieteikta reģistrācijai.
- 61 Prasītāja piebilst, ka par labu krāsu norāžu atšķirtspējai, ciktāl termins “vita” tiktu uztverts šādā nozīmē, turklāt liecinot lielais reģistrēto Eiropas Savienības preču zīmju, kuros izmantoti krāsu nosaukumi, skaits. Tas parādot, ka krāsu nosaukums no attiecīgo patērētāju skatpunkta var tikt uztverts kā izcelsmes norāde, pat ja precei, kas aptverta ar attiecīgo preču zīmi, ir krāsa, kas atbilst šim krāsas nosaukumam (piemēram, Eiropas Savienības preču zīmes Nr. 3115136 “BLUE” “skuveklīem”, Nr. 3757663 “WHITE” “šujmašīnām”, Nr. 1078989 “ORANGE” “virtuves vai mājsaimniecības ierīcēm un piederumiem” un Nr. 12131314 “PURPLE” “konditorejas izstrādājumiem”).
- 62 Prasītāja no tā secina, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei tāpat piemīt vajadzīgā atšķirtspēja Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē attiecībā uz attiecīgajām precēm.
- 63 EUIPO apstrīd prasītājas argumentus un uzskata otro prasības pamatu par “neiedarbīgu”. Tas apgalvo, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme apzīmē preču krāsu un tiek uzskatīta par informatīvu atsauci uz attiecīgo preču krāsu, tādējādi tai nav izcelsmes funkcijas un atšķirtspējas. Tas piebilst, ka konkrētajā gadījumā nav nozīmes apstāklim, ka lēmumos, kas skaidri neattiecas uz zviedru valodu un zviedru valodā runājošu sabiedrību, elementam “vita” saliktos vārdos tika atzīta atšķirtspēja.

- 64 Šajā ziņā ir svarīgi atgādināt, ka katrs no Regulas 2017/1001 7. panta 1. punktā minētajiem absolūtajiem reģistrācijas atteikuma pamatiem ir neatkarīgs no pārējiem un prasa atsevišķu pārbaudi, pat ja pastāv acīmredzama pārklāšanās starp to attiecīgajām piemērošanas jomām. Turklāt šie atteikuma pamati ir jāinterpretē, ņemot vērā vispārējo interesi, kāda ir pamatā katram no tiem (pēc analogijas skat. spriedumus, 2003. gada 8. aprīlis, *Linde* u.c., no C-53/01 līdz C-55/01, EU:C:2003:206, 67. un 71. punkts, un 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 68. un 69. punkts; šajā nozīmē skat. arī spriedumu, 2004. gada 16. septembris, *SAT.1/ITSB*, C-329/02 P, EU:C:2004:532, 25. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 65 No tā izriet, ka fakts, ka uz preču zīmi neattiecas kāds no šiem absolūtajiem atteikuma pamatiem, nenozīmē, ka uz to nevar attiekties kāds cits. Tādējādi nevar secināt, ka preču zīmei ir atšķirtspēja attiecībā uz konkrētām precēm vai pakalpojumiem, tikai tāpēc, ka tā tos neappraksta (pēc analogijas skat. spriedumus, 2003. gada 8. aprīlis, *Linde* u.c., no C-53/01 līdz C-55/01, EU:C:2003:206, 68. punkts, un 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 70. un 71. punkts).
- 66 Proti, Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pamatā esošās vispārējās intereses ir patērētāju aizsardzība, ļaujot patērētājam bez sajaukšanas iespējas atšķirt ar preču zīmi aptverto preču vai pakalpojumu izcelsmi, atbilstoši tās būtiskai izcelsmes norādes funkcijai, savukārt 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā esošās vispārējās intereses koncentrējas uz konkurentu aizsardzību pret risku, ka viens operators varētu monopolizēt norādes, kas apraksta attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašības (skat. šā sprieduma 31. punktu).
- 67 Tādējādi fakts, ka preču zīme nav aprakstoša, kā tas ir aplūkojamajā gadījumā, pats par sevi nenozīmē, ka tai ir atšķirtspēja. Šādā gadījumā vēl ir jāpārbauda, vai tai pēc būtības ir atšķirtspēja, proti, vai tā spēj pildīt preču zīmes pamatfunkciju, t.i., garantēt patērētājam vai galalietotājam ar preču zīmi aptvertās preces vai pakalpojuma izcelsmes identiskumu, ļaujot viņam bez sajaukšanas iespējas atšķirt šo preci vai pakalpojumu no tiem, kuriem ir cita izcelsme (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2015. gada 5. februāris, *nMetric/ITSB* (“SMARTER SCHEDULING”), T-499/13, nav publicēts, EU:T:2015:74, 22. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2016. gada 12. maijs, “AROMA”, T-749/14, nav publicēts, EU:T:2016:286, 57. punkts).
- 68 Atbilstoši Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunktam neregistrē preču zīmes, kam nav atšķirtspējas. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru šajā tiesību normā norādītās preču zīmes ir preču zīmes, kas nevar pildīt preču zīmes pamatfunkciju, proti, identificēt konkrētās preces vai pakalpojuma komercizcelsmi, lai patērētājam, kurš ir iegādājies ar preču zīmi apzīmēto preci vai pakalpojumu, tādējādi būtu iespēja nākamās iegādes gadījumā atkārtoti izdarīt to pašu izvēli, ja pieredze ir bijusi pozitīva, vai izdarīt citādu izvēli, ja tā ir bijusi negatīva (skat. spriedumu, 2016. gada 12. maijs, “AROMA”, T-749/14, nav publicēts, EU:T:2016:286, 58. punkts un tajā minētā judikatūra; spriedumi, 2017. gada 14. decembris, *GeoClimaDesign/EUIPO – GEO* (“GEO”), T-280/16, nav publicēts, EU:T:2017:913, 56. punkts, un 2018. gada 12. decembris, “CARACTÈRE”, T-743/17, nav publicēts, EU:T:2018:911, 49. punkts).
- 69 Šī atšķirtspēja ir jāvērtē, pirmkārt, saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem pieteikta reģistrācija, un, otrkārt, saistībā ar to, kā tos uztver konkrētā sabiedrības daļa, ko veido šo preču vai pakalpojumu patērētāji (skat. spriedumu, 2010. gada 21. janvāris, *Audi/ITSB*, C-398/08 P, EU:C:2010:29, 34. punkts un tajā minētā judikatūra; spriedumi, 2016. gada 12. maijs, “AROMA”, T-749/14, nav publicēts, EU:T:2016:286, 59. punkts; 2017. gada 14. decembris, “GEO”, T-280/16, nav publicēts, EU:T:2017:913, 57. punkts, un 2018. gada 12. decembris, “CARACTÈRE”, T-743/17, nav publicēts, EU:T:2018:911, 50. punkts).
- 70 Konkrētajā lietā apstrīdētā lēmuma 29. punktā Apelācijas padome uzskatīja, ka konkrētā sabiedrības daļa uztver pieteikto preču zīmi kā vienkāršu objektīvu ziņojumu tādā nozīmē, ka attiecīgās preces ir preces, kas pieejamas baltā krāsā. Lidz ar to tā secināja, ka minētā preču zīme ir tikai aprakstoša un

tā tad tai nav nekādas atšķirtspējas. Tās ieskatā jebkurš virtuves kombainu un ēdienu gatavošanas trauku komplektu ražotājs varētu ražot savas preces baltā krāsā un tā tad šī preču zīme nav piemērota tam, lai prasītājas preces nošķirtu no citu uzņēmumu precēm.

- 71 Saistībā ar pirmo prasības pamatu jau tika konstatēts, ka baltā krāsa nav uzskatāma par attiecīgajām precēm raksturīgu un no to rakstura izrietošu īpašību un ka apstākļi, ka attiecīgās preces citu krāsu starpā ir pieejamas arī baltā krāsā, pats par sevi nav iedarbīgs, jo nav saprātīgi uzskatīt, ka šī apstākļa dēļ vien konkrētā sabiedrības daļa balto krāsu faktiski uztvers kā kādas šīm precēm raksturīgas un no to rakstura izrietošas īpašības aprakstu (skat. šā sprieduma 45.–47. punktu).
- 72 Tādējādi, tā kā Apelācijas padomes secinājums par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas neesamību ir vienkārši sekas, kuras tās ieskatā izriet no apgalvotā tās “tīri aprakstošā” rakstura, kas nav pierādīts, ir jāatzīst, ka šis secinājums ir balstīts uz kļūdainu premisu un tāpēc nav pamatots.
- 73 Turklāt, ciktāl Apelācijas padome reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas neesamību izsecināja no apstākļa, ka tā tikšot uztverta kā vienkāršs objektīvs ziņojums tādā nozīmē, ka attiecīgās preces ir pieejamas baltā krāsā, ir jāatzīst, ka konkrētā zviedru valodā runājošā sabiedrības daļa nesaskatīs pieteiktajā preču zīmē kādas attiecīgajām precēm raksturīgas īpašības aprakstu un nevarēs to tieši asociēt ar šīm precēm. Gluži pretēji, termins “vita” prasīs no Zviedrijas un Somijas patērētājiem zināmu piepūli interpretācijā. Viņi uztvers reģistrācijai pieteikto preču zīmi nevis kā vienkāršu objektīvu ziņojumu tādā nozīmē, ka attiecīgās preces ir pieejamas baltā krāsā, bet drīzāk kā norādi uz to izcelsmi. Tas tā ir vēl jo vairāk tāpēc, ka šī preču zīme tiks izvietota uz precēm, kuras ir jebkurā, nevis tikai baltā krāsā.
- 74 Tā tad šajā lietā norādītais atteikuma pamats nevar liegt secināt, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme konkrētās sabiedrības daļas uztverē ir piemērota tam, lai identificētu attiecīgo preču komerciālo izcelsmi un nošķirtu tās no citu uzņēmumu precēm.
- 75 No tā izriet, ka Apelācijas padome, pamatodamās uz šajā lietā norādīto atteikuma pamatu, kļūdaini secinot, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nav atšķirtspējas attiecībā uz attiecīgajām precēm, ir pārkāpusi Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu.
- 76 Līdz ar to arī otrais prasības pamats ir jāapmierina.
- 77 Ņemot vērā visus iepriekš minētos apsvērumus, prasība ir jāapmierina kopumā un līdz ar to apstrīdētais lēmums ir jāatceļ.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 78 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.
- 79 Tā kā *EUIPO* spriedums ir nelabvēlīgs, tam jāpiespriež segt savus, kā arī atlīdzināt prasītājas tiesāšanās izdevumus saskaņā ar tās prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (astotā palāta)

nospiež:

- 1) **Atcelt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (EUIPO) Apelācijas piektās padomes 2018. gada 28. marta lēmumu lietā R 1326/2017-5.**
- 2) **EUIPO atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Collins

Kancheva

De Baere

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2019. gada 7. maijā.

[Paraksti]

Satura rādītājs

Tiesvedības priekšvēsture	2
Lietas dalībnieku prasījumi	3
Juridiskais pamatojums	3
Sākotnējs apsvērumus – par konkrētās sabiedrības daļas definīciju	3
Par pirmo pamatu – Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu	4
Par termina “vita” nozīmi zviedru valodā	7
Par saikni starp termina “vita” nozīmi zviedru valodā un attiecīgajām precēm	7
Par otro pamatu – Regulas 2017/1001 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu	10
Par tiesāšanās izdevumiem	12