

7. L-appellanti hija tal-fehma li l-kwalitajiet stabbiliti mill-Qorti Ġenerali b'rabta ma' DARJEELING jistgħu jiġu ttrasferiti wkoll għal servizzi bħall-konsulenza dwar in-negozju jew servizzi tat-telekomunikazzjonijiet, u jistgħu isahħu s-setgħa ta' attrazzjoni tat-trade mark ikkontestata f'dan ir-rigward. Barra minn hekk, l-appellanti tindika li l-Qorti Ġenerali ma pprovdiet ebda elementi ssostanzjati fid-deċiżjoni tagħha, fir-rigward tar-raġuni għalfejn il-kwalitajiet assoċjati mat-trade mark DARJEELING ma setghux jiġu ttrasferiti għal servizzi fil-Klassi 35 u 38, liema fatt, fih innifsu, huwa żball ta' liġi.

⁽¹⁾ Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 207/2009, tas-26 ta' Frar 2009, dwar it-trade mark Komunitarja (ĠU L 78, p. 1)

⁽²⁾ Regolament (UE) Nru 1151/2012 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tal-21 ta' Novembru 2012, dwar skemi tal-kwalità għal prodotti agrikoli u oġġetti tal-ikel (ĠU L 343, p. 1)

Appell ipprezentat fil-15 ta' Dicembru 2015 minn The Tea Board mis-sentenza mogħtija mill-Qorti Ġenerali (It-Tmien Awla) fit-2 ta' Ottubru 2015 fil-Kawża T-625/13 – The Tea Board vs L-Uffiċċju għall-Armonizzazzjoni fis-Suq Intern (Trade marks u Disinni)

(Kawża C-674/15 P)

(2016/C 106/16)

Lingwa tal-kawża: l-Ingliż

Partijiet

Appellanti: The Tea Board (rappreżentanti: M.C. Maier, A. Nordemann, Rechtsanwälte)

Partijiet oħra fil-proċedura: L-Uffiċċju għall-Armonizzazzjoni fis-Suq Intern (Trade marks u Disinni), Delta Lingerie

Talbiet

- tannulla d-deċiżjoni appellata tal-Qorti Ġenerali tat-2 ta' Ottubru 2015 fil-Kawża T-625/13 sa fejn il-Qorti Ġenerali ħadhet ir-rikors fir-rigward tas-servizzi li ġejjin koperti bit-trade mark li għaliha saret l-applikazzjoni fil-Klassijiet 35 u 38:

Servizzi ta' konsulenza fir-rigward tal-holqien u l-operat ta' hwienet tal-bejgħ bl-innut u ta' aġenziji ċentrali għax-xiri ta' prodotti bl-innut u għal skopijiet ta' reklamar; Promozzjoni ta' bejgħ (fisem oħrajn), reklamar, ġestjoni ta' negozju, amministrazzjoni ta' negozju, reklamar on-line fuq netwerk ta' kompjuter, distribuzzjoni ta' materjal ta' reklamar (fuljetti, flyers, gazzetti gratuwiti, kampjuni), servizzi ta' ġestjoni ta' abbinamenti ta' gazzetti għal oħrajn; Informazzjoni jew inkjesti dwar negozju; Organizzazzjoni ta' avvenimenti jew esibizzjonijiet għal skopijiet kummerċjali jew ta' reklamar, ġestjoni ta' reklamant, kiri ta' spazju għal reklamar, reklamar fuq ir-radju jew televiżjoni, sponsorizzazzjoni permezz ta' reklamar. (Klassi 35)

Telekomunikazzjonijiet, trasmissjoni ta' messaġġi u immaġni mgħejjuna mill-kompjuter, servizzi ta' telediffużjoni interattiva konnessa mal-prezentazzjoni ta' prodotti, komunikazzjonijiet b'terminals tal-kompjuter, komunikazzjonijiet fuq netwerk informatiku globali (xandir), miftuħ u magħluq. (Klassi 38);

- jekk ikun il-każ, terġa' tibgħat il-kawża quddiem il-Qorti Ġenerali;

- tikkundanna lill-appellat għall-ispejjeż.

Aggravji u argumenti prinċipali

1. L-appell huwa intiz għall-annullament parzjali tad-deċiżjoni tal-Qorti Ġenerali fil-Kawża T-625/13 tat-2 ta' Ottubru 2015 sa fejn il-Qorti Ġenerali ħadhet ir-rikors fir-rigward tas-servizzi koperti bit-trade mark ikkontestata fil-Klassijiet 35 u 38.
2. L-appell huwa bbażat fuq żewġ aggravji: Ksur tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 207/2009 ⁽¹⁾ u ksur tal-Artikolu 8 ⁽⁵⁾ tar-Regolament.

3. L-appellanti hija tal-fehma li l-funzjoni essenzjali ta' trade mark Komunitarja kollettiva skont l-Artikolu 66(2) tar-Regolament Nru 207/2009, li tikkonsisti f'indikazzjoni li sservi sabiex tindika l-orijini ġeografika tal-prodotti koperti, ma ghandhiex isservi bhala indikazzjoni ta' orijini kummerċjali iżda biss sabiex tiggarrantixxi l-orijini kollettiva tal-prodotti jew servizzi offerti u mibjugħa taht it-trade mark, jiġifieri li l-prodotti jiġu minn impriza li tinsab fir-reġjun ġeografiku adottat bhala trade mark Komunitarja kollettiva.
4. Konsegwentement, fil-fehma tal-appellanti għandu jiġi konkluż li, fil-kuntest tal-Artikolu 8(1)(b) tar-Regolament Nru 207/2009, l-orijini ġeografika għandha tittiehed inkunsiderazzjoni bhala fattur rilevanti – meta ssir l-evalwazzjoni tax-xebh bejn il-prodotti u/jew servizzi inkwistjoni u/jew meta ssir evalwazzjoni globali tal-probabbiltà ta' konfużjoni.
5. Għalhekk, meta jsir paragun bejn prodotti u/jew servizzi ta' trade mark Komunitarja kollettiva preċedenti skont l-Artikolu 66(2) tar-Regolament Nru 207/2009, li tikkonsisti f'indikazzjoni ġeografika, ma' dawk ta' trade mark Komunitarja individwali, ma huwiex, fil-fehma tal-appellanti, deċiżiv jekk il-prodotti u s-servizzi inkwistjoni jixxiebhux fir-rigward tan-natura, l-iskop, l-utenti finali u/jew il-kanali ta' distribuzzjoni tagħhom. Għandu pjuttost jiġi mistoqsi jekk il-prodotti u/jew servizzi inkwistjoni jistgħux ikollhom l-istess orijini ġeografika.
6. L-interpretazzjoni tal-appellanti tal-Artikolu 66(2) tar-Regolament Nru 207/2009 jirriżulta:

1) mil-logika intrinsika tar-Regolament Nru 207/2009, b'mod partikolari l-fatt li

- i. l-Artikolu 66(2) tar-Regolament Nru 207/2009 jikkostitwixxi eċċezzjoni fl-istess regolament peress li, skont l-Artikolu 7(1)(c) tar-Regolament, trade marks li jikkonsistu esklużivament f'sinjali jew indikazzjonijiet li jistgħu jservu, fil-kummerċ, sabiex jindikaw l-orijini ġeografika tal-prodotti jew tal-ghoti tas-servizz ma għandhomx jiġu reġistrati;
- ii. skont l-Artikolu 67(2) tar-Regolament Nru 207/2009, ir-regolamenti li jiggvernaw l-użu ta' trade mark Komunitarja kollettiva li tikkonsisti f'indikazzjoni ġeografika għandhom jawtorizzaw lil *kull* persuna li l-prodotti jew is-servizzi tagħha joriġinaw fiż-żona ġeografika kkonċernata sabiex issir membru tal-assoċjazzjoni li hija l-proprjetarja tat-trade mark, u konsegwentement, trade mark Komunitarja kollettiva li tikkonsisti f'indikazzjoni ġeografika ma hija *qatt* kapaċi tiddistingwi prodotti jew servizzi tal-membri tal-assoċjazzjoni li hija l-proprjetarja tat-trade mark minn dawk ta' imprizi oħra.

2) minn interpretazzjoni ta' din id-dispożizzjoni fid-dawl tar-Regolament Nru 1151/2012⁽²⁾ u fid-dawl tal-Ftehim TRIPS, fejn indikazzjonijiet ġeografiċi għandhom igawdu minn livell għoli ta' protezzjoni, u li tipprovdi li preżentazzjonijiet ta' prodott li jindika jew jissuġġerixxi li l-prodott inkwistjoni joriġina minn zona ġeografika li ma hijiex il-vera post ta' orijini, b'tali mod li jiżgwidha lill-pubbliku fir-rigward tal-*orijini ġeografika* tal-prodott, għandha tiġi pprojbata.

7. L-appellanti hija tal-fehma li l-kwalitajiet stabbiliti mill-Qorti Ġenerali b'rabta ma' DARJEELING jistgħu jiġu ttrasferiti wkoll għal servizzi bhall-konsulenza dwar in-negozju jew servizzi tat-telekomunikazzjonijiet, u jistgħu isahħu s-setgħa ta' attrazzjoni tat-trade mark ikkontestata f'dan ir-rigward. Barra minn hekk, l-appellanti tindika li l-Qorti Ġenerali ma pprovdiet ebda elementi ssostanzjati fid-deċiżjoni tagħha, fir-rigward tar-raġuni għalfejn il-kwalitajiet assoċjati mat-trade mark DARJEELING ma setgħux jiġu ttrasferiti għal servizzi fil-Klassi 35 u 38, liema fatt, fih innifsu, huwa żball ta' liġi.

⁽¹⁾ Regolament tal-Kunsill (KE) Nru 207/2009, tas-26 ta' Frar 2009, dwar it-trade mark Komunitarja (ĠU L 78, p. 1)

⁽²⁾ Regolament (UE) Nru 1151/2012 tal-Parlament Ewropew u tal-Kunsill, tal-21 ta' Novembru 2012, dwar skemi tal-kwalità għal prodotti agrikoli u oġġetti tal-ikel (ĠU L 343, p. 1)