



Zbiór Orzeczeń

WYROK SĄDU (trzecia izba)

z dnia 6 grudnia 2017 r.*

Znak towarowy Unii Europejskiej – Postępowanie w sprawie sprzeciwu – Rejestracja międzynarodowa wskazująca Unię Europejską – Graficzny znak towarowy Burlington – Wcześniejsze słowne krajowe znaki towarowe BURLINGTON i BURLINGTON ARCADE – Wcześniejsze graficzne, krajowy i unijny, znaki towarowe BURLINGTON ARCADE – Względna podstawa odmowy rejestracji – Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd – Artykuł 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (WE) nr 207/2009 [obecnie art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia (UE) 2017/1001] – Używanie w obrocie handlowym oznaczenia o zasięgu większym niż lokalny – Artykuł 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 8 ust. 4 rozporządzenia 2017/1001) – Czerpanie nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszych znaków towarowych – Artykuł 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 8 ust. 5 rozporządzenia 2017/1001)

W sprawie T-120/16

Tulliallan Burlington Ltd, z siedzibą w Saint-Hélier (Jersey), reprezentowana przez A. Norrissa, barrister,

strona skarżąca,

przeciwko

Urzędowi Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO), reprezentowanemu przez M. Fischera, działającego w charakterze pełnomocnika,

strona pozwana,

w której drugą stroną w postępowaniu przed Izłą Odwoławczą EUIPO, występującą przed Sądem w charakterze interwenienta, jest:

Burlington Fashion GmbH, z siedzibą w Schmallingenberg (Niemcy), reprezentowana przez adwokata A. Parr,

mającej za przedmiot skargę na decyzję Czwartej Izby Odwoławczej EUIPO z dnia 11 stycznia 2016 r. (sprawa R 94/2014-4), dotyczącą postępowania w sprawie sprzeciwu między Tulliallan Burlington a Burlington Fashion,

SĄD (trzecia izba),

w składzie: S. Frimodt Nielsen, prezes, I.S. Forrester i E. Perillo (sprawozdawca), sędziowie,

sekretarz: I. Dragan, administrator,

* Język postępowania: angielski.

po zapoznaniu się ze skargą złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 22 marca 2016 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią na skargę złożoną przez EUIPO w sekretariacie Sądu w dniu 10 czerwca 2016 r.,

po zapoznaniu się z odpowiedzią interwenienta na skargę złożoną w sekretariacie Sądu w dniu 13 czerwca 2016 r.,

po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 28 kwietnia 2017 r.,

wydaje następujący

Wyrok

Okoliczności powstania sporu

- 1 W dniu 12 listopada 2009 r. interwenient, Burlington Fashion GmbH, złożył w Urzędzie Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO) wniosek o udzielenie ochrony dla rejestracji międzynarodowej wskazującej Unię Europejską nr 1017273, na podstawie rozporządzenia Rady (WE) nr 207/2009 z dnia 26 lutego 2009 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2009, L 78, s. 1), ze zmianami [zastąpionego rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/1001 z dnia 14 czerwca 2017 r. w sprawie znaku towarowego Unii Europejskiej (Dz.U. 2017, L 154, s. 1)]. Rejestracja, dla której wystąpiono o udzielenie ochrony, odnosi się do przedstawionego poniżej graficznego znaku towarowego:



- 2 Towary, dla których wystąpiono o udzielenie ochrony, należą do klas 3, 14, 18 i 25 w rozumieniu Porozumienia nicejskiego dotyczącego międzynarodowej klasyfikacji towarów i usług dla celów rejestracji znaków z dnia 15 czerwca 1957 r., ze zmianami, i odpowiadają dla każdej z tych klas następującemu opisowi:
 - klasa 3: „mydła do celów kosmetycznych, mydła do tkanin, produkty perfumeryjne, olejki eteryczne, preparaty do czyszczenia, pielęgnowania i upiększania skóry, skóry głowy i włosów; środki toaletowe należące do tej klasy, dezodoranty do użytku osobistego, preparaty do stosowania przed goleniem i preparaty do stosowania po goleniu”;
 - klasa 14: „biżuteria i wyroby jubilerskie, zegarki”;
 - klasa 18: „skóra i imitacje skóry, a mianowicie walizki, torby (należące do tej klasy), niewielkie artykuły ze skóry (należące do tej klasy), w szczególności portmonetki, portfele, etui na klucze; parasole i osłony przeciwsłoneczne w formie parasoli”;
 - klasa 25: „obuwie codzienne, odzież, nakrycia głowy, paski”.

- 3 W dniu 16 sierpnia 2010 r. skarżąca, Tulliallan Burlington Ltd, wniosła sprzeciw na podstawie art. 41 rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 46 rozporządzenia 2017/1001) wobec rejestracji zgłoszonego znaku towarowego dla towarów należących do klas 3, 14 i 18. Jest ona właścicielem galerii handlowej „Burlington Arcade” w centrum Londynu (Zjednoczone Królestwo).
- 4 Sprzeciw został w szczególności oparty na następujących wcześniejszych prawach i znakach towarowych:
- słownym znaku towarowym BURLINGTON, zarejestrowanym w Zjednoczonym Królestwie pod nr 2314342 w dniu 5 grudnia 2003 r., którego rejestrację prawidłowo przedłużono w dniu 29 października 2012 r., oznaczającym usługi należące do klas 35 i 36 i odpowiadające, dla każdej z tych klas, następującemu opisowi:
 - klasa 35: „wynajmowanie i leasingowanie przestrzeni reklamowej; organizowanie wystaw dla celów handlowych lub reklamowych; organizowanie targów handlowych; usługi reklamowe i promocyjne oraz odpowiadające im usługi informacyjne; grupowanie, na rachunek osób trzecich, różnych towarów umożliwiające klientom ujrzenie i nabycie ich na dogodnych warunkach w sieci sklepów niewyspecjalizowanej sprzedaży detalicznej”;
 - klasa 36: „wynajem sklepów i biur; leasing nieruchomości lub zarządzanie nimi; leasing budynków lub przestrzeni w budynkach; zarządzanie nieruchomościami; usługi informacyjne dotyczące wynajmu sklepów i biur; usługi w zakresie nieruchomości; inwestycje kapitałowe, fundusze inwestycyjne wzajemne”;
 - słownym znaku towarowym BURLINGTON ARCADE, zarejestrowanym w Zjednoczonym Królestwie pod nr 2314343 w dniu 7 listopada 2003 r., którego rejestrację prawidłowo przedłużono w dniu 29 października 2012 r., oznaczającym usługi należące do klas 35, 36 i 41 i odpowiadające, dla tej ostatniej klasy, następującemu opisowi: „usługi rozrywkowe; organizowanie zawodów; organizowanie wystaw; udzielanie informacji w dziedzinie rekreacji; wystawianie spektakli na żywo; udostępnianie obiektów i sprzętu sportowego; przekaz muzyki na żywo i dostarczanie rozrywki na żywo; udostępnianie sprzętu i obiektów dla występów muzycznych na żywo; zapewnianie rozrywki na żywo; występy muzyczne na żywo; usługi w formie występów muzycznych na żywo; organizowanie występów na żywo”;
 - graficznym znaku towarowym zarejestrowanym w Zjednoczonym Królestwie pod nr 2330341 w dniu 7 listopada 2003 r., którego rejestrację prawidłowo przedłużono w dniu 25 kwietnia 2013 r., oznaczającym usługi należące do klas 35, 36 i 41, ukazany poniżej:



- graficznym unijnym znaku towarowym zarejestrowanym pod nr 3618857 w dniu 16 października 2006 r. i ograniczonym, w następstwie postępowania w sprawie unieważnienia prawa do znaku nr 8715 C, do usług należących do klas 35, 36 i 41 i odpowiadających, dla każdej z tych klas, następującemu opisowi: „usługi reklamowe i promocyjne oraz odpowiadające im usługi informacyjne; grupowanie, na rachunek osób trzecich, różnych towarów, umożliwiające klientom ujrzenie i nabycie ich na dogodnych warunkach w sieci sklepów niewyspecjalizowanej sprzedaży

detalicznej” (klasa 35); „wynajem sklepów; leasing nieruchomości lub zarządzanie nimi; leasing budynków lub przestrzeni w budynkach; usługi zarządzania nieruchomościami; usługi informacyjne dotyczące wynajmu sklepów” (klasa 36); „usługi rozrywkowe; świadczenie usług rozrywkowych na żywo” (klasa 41), ukazanym poniżej:



- 5 W uzasadnieniu sprzeciwu podniesiono podstawy odmowy rejestracji określone w art. 8 ust. 1 lit. b) i w art. 8 ust. 4 i 5 rozporządzenia nr 207/2009 [obecnie art. 8 ust. 1 lit. b) i art. 8 ust. 4 i 5 rozporządzenia 2017/1001].
- 6 W dniu 22 listopada 2013 r. Wydział Sprzeciwów, po rozpatrzeniu sprzeciwu skarżącej opartego na graficznym unijnym znaku towarowym zarejestrowanym pod nr 3618857, uwzględnił wspomniany sprzeciw dla towarów należących do klas 3, 14 i 18, obciążając w konsekwencji interwenienta kosztami postępowania.
- 7 W dniu 2 stycznia 2014 r. interwenient wniósł do EUIPO, na podstawie art. 58–64 rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 66–71 rozporządzenia 2017/1001), odwołanie od decyzji Wydziału Sprzeciwów.
- 8 Decyzją z dnia 11 stycznia 2016 r. (zwaną dalej „zaskarżoną decyzją”) Czwarta Izba Odwoławcza EUIPO uchyliła decyzję Wydziału Sprzeciwów i obciążyła skarżącą kosztami postępowania w sprawie sprzeciwu i postępowania odwoławczego.
- 9 W zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza, po pierwsze, stwierdziła, że – co się tyczy stosowania art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009 – renomę wcześniejszych znaków towarowych wykazano w odniesieniu do istotnego terytorium dla usług należących do klas 35 i 36, jednakże z wyjątkiem usługi „grupowania, na rachunek osób trzecich, różnych towarów umożliwiającego klientom [...] nabycie ich na dogodnych warunkach w sieci sklepów niewyspecjalizowanej sprzedaży detalicznej”, należącej do klasy 35. Po drugie, co się tyczy podstawy wskazanej w art. 8 ust. 4 wspomnianego rozporządzenia, stwierdziła ona w istocie, że skarżąca nie wykazała, iż przesłanki niezbędne dla wykazania wprowadzającego w błąd przedstawienia i szkody wyrządzonej w odniesieniu do docelowego kręgu odbiorców zostały w niniejszym wypadku spełnione. Po trzecie, co się tyczy art. 8 ust. 1 lit. b) wspomnianego rozporządzenia, stwierdziła ona w istocie, że rozpatrywane towary i usługi są odmienne i że wykluczone jest wszelkie prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, niezależnie zresztą od podobieństwa rozpatrywanych znaków towarowych.

Żądania stron

- 10 Skarżąca wnosi do Sądu o:
 - stwierdzenie nieważności zaskarżonej decyzji;

– obciążenie EUIPO kosztami postępowania.

11 EUIPO i interwenient wnoszą do Sądu o:

- oddalenie skargi;
- obciążenie skarżącej kosztami postępowania.

Co do prawa

12 Na poparcie skargi skarżąca podnosi trzy zarzuty, dotyczące w istocie, zarzut pierwszy – naruszenia art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009, wadliwości proceduralnej i naruszenia przepisów postępowania, zarzut drugi – naruszenia obowiązku uzasadnienia, naruszenia prawa do bycia wysłuchanym i naruszenia art. 8 ust. 4 wspomnianego rozporządzenia, i zarzut trzeci – naruszenia art. 8 ust. 1 lit. b) tego rozporządzenia.

W przedmiocie zarzutu pierwszego

- 13 W pierwszej kolejności skarżąca zarzuca w istocie Izbie Odwoławczej popełnienie błędu przy wykładni dotyczącej części usług należących do klasy 35, co do których nie wykazano renomy wcześniejszych znaków towarowych. W drugiej kolejności skarżąca podnosi, że wspomniana Izba Odwoławcza popełniła błąd przy definiowaniu usług należących do klas 35 i 36. W trzeciej kolejności skarżąca podnosi naruszenie przepisów postępowania przez Izbę Odwoławczą.
- 14 Na poparcie pierwszego zarzutu szczegółowego skarżąca podnosi, że należąca do klasy 35 usługa „grupowania, na rachunek osób trzecich, różnych towarów, umożliwiającego klientom ujrzenie i nabycie ich na dogodnych warunkach w sieci sklepów niewyspecjalizowanej sprzedaży detalicznej”, oznacza także usługi świadczone przez „galerie handlowe” w indywidualnych sklepach – a nie jedynie usługę „sprzedaży detalicznej”. Zdaniem skarżącej taki sposób wykładni znajduje w szczególności potwierdzenie ze względu na użycie w opisie wspomnianej klasy wyrażenia „w sieci sklepów sprzedaży detalicznej”, co wykazuje zdaniem skarżącej, iż wbrew temu, co twierdzi Izba Odwoławcza, usługi galerii handlowej odpowiadają grupowaniu różnych towarów w celu sprzedaży raczej w „sieci sklepów” niż wyłącznie w indywidualnych sklepach sprzedaży detalicznej.
- 15 Ponadto w tym względzie Izba Odwoławcza nie dokonała prawidłowej wykładni wyroku z dnia 7 lipca 2005 r., *Praktiker Bau- und Heimwerkermärkte (C-418/02, zwanego dalej „wyrokiem Praktiker”, EU:C:2005:425)*. Zdaniem skarżącej Trybunał przyjął bowiem w tym wyroku szeroką wykładnię pojęcia sprzedaży detalicznej, obejmując nim nawet usługi świadczone przez galerię handlową.
- 16 Wreszcie, skarżąca twierdzi, że zaskarżona decyzja jest również dotknięta wadliwością proceduralną w zakresie, w jakim Izba Odwoławcza stwierdziła, że jedynie interwenient przedstawił uwagi, podczas gdy ona także przedstawiła uwagi w dniu 12 listopada 2015 r.
- 17 Na poparcie drugiego zarzutu szczegółowego skarżąca podnosi w istocie, że Izba Odwoławcza przeprowadziła rygorystyczną wykładnię pojęcia usług należących do klas 35 i 36, stwierdzając, że w mniemaniu odbiorców nie istnieje żaden związek między rozpatrywanymi usługami i towarami, ponieważ wśród konsumentów towarów i usług należących do klas 35 i 36 znajdują się także konsumenci końcowi towarów sprzedawanych w sklepach.

- 18 Wreszcie, na poparcie trzeciego zarzutu szczegółowego skarżąca wskazuje, że Izba Odwoławcza naruszyła przepisy postępowania, stwierdzając, że skarżąca nie przedstawiła argumentu wykazującego, iż używanie zgłoszonego znaku towarowego skutkuje czerpaniem nienależnej korzyści z wcześniejszego znaku towarowego lub wyrządza mu szkodę.
- 19 EUIPO i interwenient wnoszą o oddalenie niniejszego zarzutu.
- 20 Co się tyczy dwóch pierwszych zarzutów szczegółowych podnoszonych przez skarżącą, należy przypomnieć, że zgodnie z art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009 zgłoszonego znaku towarowego nie rejestruje się, jeżeli jest on identyczny z wcześniejszym znakiem towarowym lub podobny do niego i jest zarejestrowany dla towarów lub usług, które nie są podobne do tych, dla których wcześniejszy znak jest zarejestrowany, jeżeli, w przypadku wcześniejszego unijnego znaku towarowego, cieszy się on renomą w Unii Europejskiej i jeżeli używanie zgłoszonego znaku towarowego bez uzasadnionej przyczyny powodowałoby czerpanie nienależnej korzyści z odróżniającego charakteru lub z renomy wcześniejszego znaku towarowego bądź też działałoby na ich szkodę. Przesłanki te muszą wystąpić łącznie, czyli niewystąpienie choćby jednej z nich skutkuje brakiem zastosowania tego przepisu [wyrok z dnia 22 marca 2007 r., Sigla/OHIM – Elleni Holding (VIPS), T-215/03, EU:T:2007:93, pkt 34].
- 21 Co się tyczy w szczególności przesłanki dotyczącej identyczności z wcześniejszym znakiem towarowym lub podobieństwa do niego, należy przypomnieć w odniesieniu do podobieństwa kolidujących ze sobą oznaczeń, że zgodnie z orzecznictwem ocena podobieństwa wizualnego, fonetycznego lub konceptualnego danych oznaczeń powinna opierać się na wywieranym przez te oznaczenia całościowym wrażeniu, ze szczególnym uwzględnieniem ich elementów odróżniających i dominujących [zob. wyrok z dnia 9 marca 2012 r., Ella Valley Vineyards/OHIM – HFP (ELLA VALLEY VINEYARDS), T-32/10, EU:T:2012:118, pkt 38 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 22 Ponadto dwa znaki towarowe są podobne, gdy z punktu widzenia właściwego kręgu odbiorców są one przynajmniej częściowo identyczne w jednym lub kilku istotnych aspektach [zob. wyrok z dnia 14 kwietnia 2011 r., Lancôme/OHIM – Focus Magazin Verlag (ACNO FOCUS), T-466/08, EU:T:2011:182, pkt 52 i przytoczone tam orzecznictwo]. Na przykład na płaszczyźnie konceptualnej oznaczenia są wzajemnie dość bliskie, jeśli przywołują w szczególności tę samą ideę handlową [zob. podobnie wyrok z dnia 27 października 2016 r., Spa Monopole/EUIPO – YTL Hotels & Properties (SPA VILLAGE), T-625/15, niepublikowany, EU:T:2016:631, pkt 35].
- 23 Wreszcie, skoro art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009 wymaga, by istniejące podobieństwo było w stanie sprawić, że zainteresowany krąg odbiorców nie tyle pomyli kolidujące ze sobą oznaczenia, ile je skojarzy, czyli dostrzeże między nimi związek, to należy z tego wywieść, że przewidziana przez ten przepis ochrona, z jakiej korzystają renomowane znaki towarowe, może zostać zastosowana, nawet jeśli kolidujące ze sobą oznaczenia wykazują niższy stopień podobieństwa (wyrok z dnia 10 grudnia 2015 r., El Corte Inglés/OHIM, C-603/14 P, EU:C:2015:807, pkt 42).
- 24 W niniejszym wypadku przede wszystkim należy stwierdzić, że zawarta w pkt 21–24 zaskarżonej decyzji ocena Izby Odwoławczej – zresztą niekwestionowana przez skarżącą – zgodnie z którą kolidujące ze sobą oznaczenia są średnio podobne ze względu na ich wspólny element słowny, a mianowicie termin „burlington”, powinna zostać potwierdzona.
- 25 Następnie spośród pozostałych przesłanek ochrony określonych w art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009, na których skarżąca oparła zarzut pierwszy, należy także uwzględnić przesłankę dotyczącą renomy znaków towarowych i wcześniejszych praw, a także ich ewentualnej ochrony.
- 26 W tym względzie należy wskazać, że wobec braku określenia przez europejskiego prawodawcę definicji prawnej pojęcia renomy sąd Unii uważa, że aby spełnić tę przesłankę, wcześniejszy znak towarowy powinien być znany znacznej części odbiorców potencjalnie zainteresowanych oznaczonymi nim towarami lub usługami [zob. podobnie wyroki: z dnia 6 lutego 2007 r., Aktieselskabet af 21. november

2001/OHIM – TDK Kabushiki Kaisha (TDK), T-477/04, EU:T:2007:35, pkt 48; z dnia 2 października 2015 r., The Tea Board/OHIM – Delta Lingerie (Darjeeling), T-627/13, niepublikowany, EU:T:2015:740, pkt 74].

- 27 Ponadto z akt sprawy wynika, że wcześniejsze znaki towarowe skarżące, którymi oznaczono usługi należące do klas 35 i 36, są znane znacznej części odbiorców na istotnym rynku jako nazwa bardzo znanej w Zjednoczonym Królestwie galerii handlowej, znajdującej się w centrum Londynu i w której pomieszczeniach znajdują się luksusowe butik. Ponieważ owa renoma wcześniejszych znaków towarowych skarżące nie jest kwestionowana przez strony, kwestią powstającą w niniejszym wypadku jest ostatecznie to, czy wspomniana renoma faktycznie odpowiada usługom należącym do klasy 35, dla których zarejestrowano wcześniejsze znaki towarowe, tak aby skarżąca mogła zgodnie z prawem skorzystać z ochrony wynikającej z rozpatrywanej renom.
- 28 Zdaniem Izby Odwoławczej, co się tyczy usługi sprzedaży detalicznej należące do klasy 35, renoma wcześniejszych znaków towarowych skarżące nie została wykazana.
- 29 Nie można jednak przychylić się do tego wniosku Izby Odwoławczej.
- 30 Przede wszystkim należy wskazać, że w wyroku z dnia 7 lipca 2005 r., Praktiker (C-418/02, EU:C:2005:425), w pkt 34 Trybunał orzekł, że „celem handlu detalicznego jest sprzedaż towarów konsumentom” oraz że „[h]andel ten obejmuje, poza czynnością prawną w postaci sprzedaży, wszelkie działania podejmowane przez przedsiębiorcę w celu zachęcenia do zakupu”, i że „[d]ziałania te polegają w szczególności na wyselekcjonowaniu asortymentu towarów oferowanych do sprzedaży oraz zaproponowaniu różnych świadczeń, mających na celu skłonienie konsumenta do zawarcia umowy sprzedaży z zainteresowanym kupcem, a nie z jego konkurentem”.
- 31 Ponadto Sąd uściślił także, że dokonana przez Trybunał wykładnia kwestii, czy handel detaliczny towarami stanowi usługę w rozumieniu art. 2 pierwszej dyrektywy Rady 89/104/EWG z dnia 21 grudnia 1988 r. mającej na celu zbliżenie ustawodawstw państw członkowskich odnoszących się do znaków towarowych (Dz.U. 1989, L 40, s. 1), wspomniana w pkt 30 powyżej, „nie może jednak stanowić wyczerpującej, mającej zasięg ogólny definicji pojęcia usługi handlu detalicznego” [wyrok z dnia 26 czerwca 2014 r., Basic/OHIM – Repsol YPF (basic), T-372/11, EU:T:2014:585, pkt 55].
- 32 A zatem wbrew temu, co twierdzi EUIPO w niniejszej sprawie, wykładnia dokonana przez Trybunał w pkt 34 wyroku z dnia 7 lipca 2005 r., Praktiker (C-418/02, EU:C:2005:425), nie umożliwia stwierdzenia, że galerie handlowe lub centra handlowe są co do zasady wyłączone z zakresu stosowania pojęcia usługi sprzedaży detalicznej określonej w klasie 35.
- 33 Przeprowadzona przez Trybunał w pkt 34 wyroku z dnia 7 lipca 2005 r., Praktiker (C-418/02, EU:C:2005:425), wykładnia stoi zresztą na przeszkodzie również podnoszonej przez EUIPO tezie, zgodnie z którą usługi galerii handlowej są zasadniczo ograniczone do usług wynajmu nieruchomości i zarządzania nimi i że w konsekwencji klienci, do których skierowane są te usługi, są głównie osobami zainteresowanymi wynajmem sklepów lub biur znajdujących się we wspomnianej galerii. Wskazane we wspomnianym punkcie pojęcie „różnych świadczeń” nie może bowiem nie obejmować także usług zorganizowanych przez galerię handlową w celu zachowania wszelkiej atrakcyjności i praktycznych korzyści związanych z takim ośrodkiem handlu, zgodnie z samym brzmieniem klasy 35, ponieważ celem jest umożliwienie klientom zainteresowanym różnymi towarami „ujrzenia i nabycia ich na dogodnych warunkach w sieci sklepów”, a zatem zwiększenie w tym miejscu napływu klientów zainteresowanych nabyciem wspomnianych towarów, a nie to, by – jak wskazał Trybunał we wspomnianym wyroku – towary te były nabywane u „innego konkurenta” nieposiadającego sklepu w danej galerii handlowej.

- 34 Należy zatem stwierdzić, że – mając na względzie brzmienie klasy 35 – pojęcie usługi sprzedaży detalicznej interpretowane przez Trybunał w pkt 34 wyroku z dnia 7 lipca 2005 r., *Praktiker* (C-418/02, EU:C:2005:425), obejmuje także usługi sprzedaży świadczone przez galerię handlową.
- 35 W świetle powyższych rozważań należy zatem stwierdzić, że przyjęta w niniejszym wypadku przez Izbę Odwoławczą rygorystyczna wykładnia pojęcia sprzedaży detalicznej jest błędna, a skarżąca może w konsekwencji powołać się na ochronę renomy wcześniejszych znaków towarowych dla usług należących do klasy 35.
- 36 Ponadto w zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza stwierdziła, że między kolidującymi ze sobą znakami towarowymi nie ma związku i że skarżąca nie wykazała, iż używanie zgłoszonego znaku towarowego może skutkować czerpaniem nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszych znaków towarowych lub też może wyrządzić im szkodę.
- 37 W tym względzie należy przypomnieć, że aby skorzystać z ochrony określonej w art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009, właściciel wcześniejszego znaku towarowego powinien także zgodnie z brzmieniem tego przepisu wykazać – zgodnie z przesłankami wspomnianymi w pkt 20 powyżej – że używanie bez uzasadnionej przyczyny zgłoszonego znaku towarowego skutkuje czerpaniem nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszego znaku towarowego lub że wyrządza im szkodę (zob. podobnie wyrok z dnia 22 marca 2007 r., *VIPS*, T-215/03, EU:T:2007:93, pkt 34).
- 38 Co więcej, należy przypomnieć, że istnienie czerpania nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszego znaku towarowego należy oceniać w odniesieniu do przeciętnego konsumenta danych towarów lub usług oznaczonych znakiem towarowym, jako właściwie poinformowanego i dostatecznie rozsądnego konsumenta (zob. podobnie wyrok z dnia 12 marca 2009 r., *Antartica/OHIM*, C-320/07 P, niepublikowany, EU:C:2009:146, pkt 46–48). Co zaś tyczy się towarów masowej konsumpcji, takich jak mydła, środki toaletowe, artykuły skórzane i pozostałe podobne artykuły, właściwym kręgiem odbiorców jest w niniejszym wypadku szeroki krąg odbiorców składający się właśnie z przeciętnych konsumentów.
- 39 Należy także przypomnieć, że aby skorzystać z ochrony określonej w art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009, właściciel wcześniejszego znaku towarowego nie musi wykazywać istnienia faktycznego i aktualnego naruszenia prawa do znaku towarowego w rozumieniu wspomnianego przepisu. W przypadku gdy można przewidzieć, że takie naruszenie będzie skutkiem sposobu używania późniejszego znaku towarowego, na jaki właściciel tego znaku może być skłonny się zdecydować, właściciela wcześniejszego znaku towarowego nie można bowiem zobowiązać do oczekiwania na faktyczne zaistnienie tego naruszenia, aby móc zakazać wspomnianego używania. Właściciel wcześniejszego znaku towarowego powinien jednak przedstawić okoliczności wskazujące na duże prawdopodobieństwo zaistnienia takiego naruszenia w przyszłości (wyrok z dnia 10 maja 2012 r., *Rubinstein i L'Oréal/OHIM*, C-100/11 P, EU:C:2012:285, pkt 93).
- 40 A zatem w celu ustalenia, czy używanie spornego oznaczenia powoduje czerpanie nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszego znaku towarowego, należy dokonać całościowej oceny, która będzie uwzględniać wszystkie czynniki mające znaczenie w okolicznościach danej sprawy, wśród których możemy wyróżnić między innymi intensywność renomy i stopień charakteru odróżniającego znaku towarowego, stopień podobieństwa między kolidującymi ze sobą znakami towarowymi oraz charakter danych towarów lub usług i istniejący między nimi stopień pokrewności (zob. podobnie i analogicznie wyrok z dnia 27 listopada 2008 r., *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, pkt 42).
- 41 W szczególności, co się tyczy intensywności renomy i stopnia charakteru odróżniającego znaku towarowego, Trybunał orzekł, że im bardziej odróżniający będzie ten znak i im większa jest renoma, jaką się on cieszy, tym łatwiej można przyjąć istnienie naruszenia. A zatem im bardziej bezpośrednio i silnie sporne oznaczenie przywołuje na myśl wcześniejszy znak towarowy, tym większe

prawdopodobieństwo, że aktualne lub przyszłe używanie oznaczenia będzie skutkować czerpaniem nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszego znaku towarowego (zob. podobnie wyrok z dnia 27 listopada 2008 r., Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655, pkt 67–69).

- 42 W tym kontekście orzeczono także, że to właściciel wcześniejszego znaku towarowego powinien w danym wypadku wykazać, czy zachowanie rynkowe przeciętnego konsumenta jego towarów lub usług może ulec zmianie ze względu na używanie późniejszego znaku towarowego lub czy istnieje duże prawdopodobieństwo, że taka zmiana nastąpi w przyszłości (wyrok z dnia 27 listopada 2008 r., Intel Corporation, C-252/07, EU:C:2008:655, pkt 77, 81, pkt 6 sentencji).
- 43 W świetle powyższych rozważań należy zatem stwierdzić, że w niniejszym wypadku skarżąca nie przedstawiła przed Izbą Odwoławczą lub Sądem spójnych okoliczności pozwalających stwierdzić, że używanie zgłoszonego znaku towarowego skutkuje czerpaniem nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszych znaków towarowych.
- 44 Nawet jeśli skarżąca podkreśla „prawie wyjątkowy” charakter wcześniejszych znaków towarowych oraz ich „znaczną i wyłączną” renomę, należy bowiem wskazać, że nie przedstawiła ona szczególnych okoliczności mogących wykazać fakt, iż używanie zgłoszonego znaku towarowego zmniejsza atrakcyjność jej wcześniejszych znaków towarowych, w szczególności w świetle kryteriów określonych w wyroku z dnia 14 listopada 2013 r., Environmental Manufacturing/OHIM (C-383/12 P, EU:C:2013:741, pkt 43), zgodnie z którymi takie stwierdzenia powinny być dokonywane na podstawie „analizy prawdopodobieństwa oraz przy uwzględnieniu praktyk przyjętych w danym sektorze handlu, a także wszystkich pozostałych okoliczności danej sprawy”.
- 45 Okoliczność zaś, że inny podmiot gospodarczy może używać znaku towarowego zawierającego termin „burlington” dla towarów podobnych do towarów sprzedawanych w londyńskiej galerii skarżącej, sama w sobie nie może wywrzeć wpływu – z punktu widzenia przeciętnego konsumenta – na atrakcyjność handlową owego miejsca. Jak bowiem uściślił Trybunał w wyroku z dnia 7 lipca 2005 r., Praktiker (C-418/02, EU:C:2005:425) (zob. pkt 30 powyżej), taka cecha jest ściśle związana z „różnymi świadczeniami” handlowymi realizowanymi przez najemców sklepów znajdujących się w tej galerii, a nie tylko z nazwą tej ostatniej, która, co więcej, odpowiada – jak słusznie wskazała Izba Odwoławcza w zaskarżonej decyzji – nazwom innych także bardzo znanych miejsc znajdujących się w pobliżu tej galerii, takich jak Burlington Gardens lub Burlington House.
- 46 Wreszcie, co się tyczy wadliwości proceduralnej, jaką miałyby być dotknięta zaskarżona decyzja w zakresie, w jakim Izba Odwoławcza stwierdziła, że jedynie interwenient przedstawił uwagi, podczas gdy skarżąca także przedstawiła uwagi w dniu 12 listopada 2015 r., należy wskazać, po pierwsze, że te ostatnie uwagi zawarto w aktach rozpatrywanej sprawy, oraz po drugie, że na rozprawie EUIPO potwierdziło, iż wspomniane uwagi – zawarte także w aktach sprawy, jakimi dysponują zainteresowane instancje EUIPO – zostały należycie uwzględnione przez te ostatnie. Argument ten należy zatem oddalić jako bezzasadny.
- 47 Co się tyczy trzeciego zarzutu szczegółowego skarżącej, wystarczy wskazać, że z brzmienia pkt 33 i 34 zaskarżonej decyzji wynika, iż Izba Odwoławcza formalnie wskazała, że skarżąca przedstawiła uwagi, lecz nie mogły one w rozpatrywanym wypadku wykazać spełnienia przesłanek stosowania art. 8 ust. 5 rozporządzenia nr 207/2009, w szczególności wykazać, że używanie znaku towarowego może skutkować czerpaniem nienależnej korzyści z charakteru odróżniającego lub renomy wcześniejszych znaków towarowych skarżącej. Nie można zatem uwzględnić zarzutu szczegółowego dotyczącego naruszenia przepisów postępowania.
- 48 Mając na względzie powyższe rozważania, należy oddalić zarzut pierwszy.

W przedmiocie zarzutu drugiego

- 49 Skarżąca twierdzi przede wszystkim, że w zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza nie uzasadniła wcale oddalenia jej argumentu mającego na celu wskazanie na naruszenie w niniejszym wypadku art. 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009. Ponadto we wspomnianej decyzji naruszono prawo w zakresie, w jakim ze względu na brak renomy w rozumieniu art. 8 ust. 5 wspomnianego rozporządzenia oddalono w konsekwencji sprzeciw wniesiony na podstawie art. 8 ust. 4 tego rozporządzenia. Skarżąca jest wreszcie zdania, że gdy ocena „goodwill”, czyli siły przyciągania klienteli, jest powoływana na płaszczyźnie krajowej w ramach powództwa opartego na bezprawnym używaniu nazwy, owa ocena nie może być ograniczona jedynie do usług, dla których zarejestrowano wcześniejsze znaki towarowe, jak ma to natomiast miejsce w wypadku oceny renomy w rozumieniu art. 8 ust. 5 tego rozporządzenia. Podnosi ona, że w każdym wypadku szeroko wykazała przed wspomnianą izbą swoją renomę (a mianowicie goodwill) jako galeria handlowa najwyższej klasy. Na koniec twierdzi ona, że Izba Odwoławcza popełniła błąd proceduralny, nie umożliwiając stronom, w toku toczącego się przed nią postępowania, ponownego przedstawienia argumentów dotyczących naruszenia art. 8 ust. 4 rozpatrywanego rozporządzenia.
- 50 EUIPO wnosi o oddalenie niniejszego zarzutu.
- 51 Ze swej strony interwenient jest zdania, że niektóre z argumentów dotyczących prawidłowości stosowania art. 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009 zostały powołane przez skarżącą dopiero na etapie postępowania przed Sądem i w konsekwencji nie mogą zostać uwzględnione przez Sąd.
- 52 Przede wszystkim należy oddalić argumentację skarżącej dotyczącą naruszenia obowiązku uzasadnienia, a także naruszenia prawa do bycia wysłuchanym. Argumentacja ta nie jest bowiem zasadna.
- 53 Z pkt 36 i nast. zaskarżonej decyzji wynika bowiem, że Izba Odwoławcza przeprowadziła analizę różnych przesłanek określonych w art. 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009 i, w niniejszym wypadku, także analizę przesłanek dotyczących powództwa opartego na bezprawnym używaniu nazwy. Ponadto, co się tyczy okoliczności, że strony nie mogły przedstawić swoich uwag dotyczących tych przesłanek, z akt sprawy wynika, że w toku procedury przed instancjami EUIPO skarżąca mogła przedstawić uwagi.
- 54 W tym względzie, o ile przed Izbą Odwoławczą skarżąca nie rozwinęła zarzutu szczegółowego, który sama podniosła w postępowaniu w sprawie sprzeciwu, a mianowicie zarzutu dotyczącego naruszenia art. 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009, o tyle Izbie Odwoławczej nie można zarzucać braku wezwania stron do przedstawienia dodatkowych uwag w tym względzie. Co więcej, zgodnie z istotnym orzecznictwem prawo do bycia wysłuchanym nie ma zastosowania do końcowych wniosków przed ich przyjęciem przez właściwą izbę odwoławczą. Izba odwoławcza nie jest bowiem zobowiązana do informowania stron o swoich stwierdzeniach dotyczących kwestii prawnych przed przyjęciem ostatecznego orzeczenia ani do umożliwienia im przedstawienia ich uwag dotyczących tych stwierdzeń, a nawet przedłożenia dodatkowych dowodów [zob. wyrok z dnia 14 czerwca 2012 r., Seven Towns/OHIM (Przedstawienie siedmiu kwadratów w różnych kolorach), T-293/10, niepublikowany, EU:T:2012:302, pkt 46 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 55 Wreszcie, należy przypomnieć, że dokonanie oceny okoliczności faktycznych należy do organu wydającego orzeczenie. Natomiast prawo do bycia wysłuchanym rozciąga się na wszystkie okoliczności faktyczne i prawne, które stanowią podstawę orzeczenia, jednakże nie na ostateczne stanowisko, jakie organ administracji zamierza zająć [zob. wyrok z dnia 7 czerwca 2005 r., Lidl Stiftung/OHIM – REWE-Zentral (Salvita), T-303/03, EU:T:2005:200, pkt 62 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 56 Następnie, co się tyczy argumentacji skarżącej dotyczącej naruszenia art. 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009, należy przypomnieć, że zgodnie z tym przepisem właściciel oznaczenia innego niż znak towarowy może sprzeciwić się rejestracji unijnego znaku towarowego, gdy wspomniane oznaczenie

spełnia następujące cztery kumulatywne przesłanki: oznaczenie powinno być używane w obrocie gospodarczym; powinno mieć znaczenie większe niż lokalne; prawo do tego oznaczenia powinno zostać nabyte zgodnie z prawem państwa członkowskiego, w którym oznaczenie było używane przed datą dokonania zgłoszenia unijnego znaku towarowego; wreszcie, na mocy tego oznaczenia właściciel powinien mieć prawo zakazania używania późniejszego znaku towarowego. Przesłanki te są kumulatywne, w związku z czym gdy oznaczenie nie spełnia jednej z tych przesłanek, sprzeciw nie może zostać uwzględniony [wyrok z dnia 30 czerwca 2009 r., Danjaq/OHIM – Mission Productions (D^r. N°), T-435/05, EU:T:2009:226, pkt 35].

- 57 W niniejszym wypadku Izba Odwoławcza wskazała, że powództwo oparte na bezprawnym używaniu nazwy wniesione w odniesieniu do niezarejestrowanego znaku towarowego używanego w obrocie gospodarczym w Zjednoczonym Królestwie może stanowić wcześniejsze prawo w rozumieniu art. 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009 (zob. w szczególności pkt 38 i 39 zaskarżonej decyzji).
- 58 W tym względzie orzeczono, że zainteresowany wnoszący sprzeciw powinien wykazać – zgodnie z reżimem prawnym powództwa opartego na bezprawnym używaniu nazwy określonym w prawie Zjednoczonego Królestwa – że spełniono następujące trzy przesłanki, a mianowicie, po pierwsze, że niezarejestrowany znak towarowy lub dane oznaczenie nabyło „goodwill”, po drugie, że przedstawienie późniejszego znaku towarowego przez właściciela wprowadza w błąd, oraz po trzecie, że danemu „goodwill” wyrządzono szkodę [zob. podobnie wyrok z dnia 18 stycznia 2012 r., Tilda Riceland Private/OHIM – Siam Grains (BASmALI), T-304/09, EU:T:2012:13, pkt 19].
- 59 Należy także stwierdzić, że w pkt 38 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza dokładnie wskazała te trzy przesłanki i że skarżąca przyznaje zresztą, iż wspomniana izba prawidłowo zidentyfikowała ramy prawne związane z powództwami opartymi na bezprawnym używaniu nazwy.
- 60 Ponadto należy przypomnieć, że zgodnie z art. 76 ust. 1 rozporządzenia nr 207/2009 (obecnie art. 95 ust. 1 rozporządzenia 2017/1001) ciężar dowodu przed EUIPO ciąży w tym względzie na wnoszącym dany sprzeciw (zob. podobnie wyrok z dnia 29 marca 2011 r., Anheuser-Busch/Budějovický Budvar, C-96/09 P, EU:C:2011:189, pkt 189).
- 61 W tym kontekście z dokumentów zawartych w aktach sprawy wynika, że w toku postępowania przed Wydziałem Sprzeciwów skarżąca, jako wnosząca sprzeciw, powołując się na naruszenie art. 8 ust. 4 rozporządzenia nr 207/2009, nie przedstawiła okoliczności faktycznych ani prawnych niezbędnych dla wykazania, że należycie spełniono przesłanki związane ze stosowaniem tego przepisu. Następnie przed Izbą Odwoławczą ograniczyła się ona do twierdzenia, że „podtrzymuje argumenty przedstawione przed Wydziałem Sprzeciwów”, podczas gdy jest bezsporne, że przed tą instancją owe argumenty nie zostały z pewnością wykazane za pomocą dowodów.
- 62 W pkt 39 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza słusznie zatem stwierdziła, że skarżąca nie wykazała, iż spełniono przesłanki uzasadniające powództwo oparte na bezprawnym używaniu nazwy. Ze względu na to, że wspomniana Izba Odwoławcza nie dopuściła się zatem naruszenia prawa lub przepisów postępowania, należy oddalić zarzut drugi.

W przedmiocie zarzutu trzeciego

- 63 Skarżąca podnosi naruszenie art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009. Jest ona w istocie zdania, że w pierwszej kolejności istnieje oczywiste podobieństwo między usługami jej galerii handlowej a towarami oznaczonymi zgłoszonym znakiem towarowym, ponieważ konsumenci końcowi są w niniejszym wypadku tacy sami. W tym względzie podkreśla ona, że termin „burlington” ma szczególnie odróżniający charakter. W drugiej kolejności, wbrew temu, co w pkt 45 zaskarżonej decyzji stwierdziła Izba Odwoławcza, skarżąca jest zdania, że nawet jeśli klasa 35 dotyczy także działalności galerii handlowej, wskazanie „grupowanie” zawarte w treści tej klasy obejmuje raczej

usługi galerii handlowych niż usługi sprzedaży detalicznej w ogólności, i że w konsekwencji skarżąca nie musi uściślać danych towarów. W trzeciej kolejności skarżąca podnosi w istocie, że zgodnie z przewodnikiem dotyczącym znaków towarowych Intellectual Property Office (urzędu własności intelektualnej, Zjednoczone Królestwo) oraz zgodnie z orzecznictwem High Court of Justice (England & Wales) Chancery Division [wysokiego trybunału sprawiedliwości (Anglia i Walia), wydział Chancery, Zjednoczone Królestwo] nie ma ona obowiązku uściślenia wspomnianych towarów.

- 64 EUIPO i interwenient wnoszą o oddalenie niniejszego zarzutu.
- 65 Zgodnie z art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 zgłoszonego znaku towarowego nie rejestruje się, jeżeli z powodu identyczności z wcześniejszym znakiem towarowym lub podobieństwa do niego, a także identyczności lub podobieństwa towarów lub usług oznaczonych tymi dwoma znakami towarowymi istnieje prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd odbiorców na terytorium, na którym wcześniejszy znak towarowy jest chroniony.
- 66 Zgodnie z utrwalonym orzecznictwem prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd istnieje, jeśli krąg odbiorców może uznać, że dane towary lub usługi pochodzą z tego samego przedsiębiorstwa lub z przedsiębiorstw powiązanych gospodarczo. Zgodnie z tym samym orzecznictwem prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd należy oceniać „całościowo”, zgodnie ze sposobem postrzegania rozpatrywanych oznaczeń oraz towarów lub usług przez właściwy krąg odbiorców i z uwzględnieniem wszystkich istotnych okoliczności danego przypadku, w szczególności wzajemnej zależności między podobieństwem oznaczeń a podobieństwem oznaczanych towarów lub usług [zob. wyrok z dnia 9 lipca 2003 r., Laboratorios RTB/OHIM – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, EU:T:2003:199, pkt 30–33 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 67 Prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd zakłada bowiem jednoczesne występowanie identyczności lub podobieństwa kolidujących ze sobą znaków towarowych oraz identyczności lub podobieństwa oznaczonych tymi znakami towarów lub usług. Powyższe przesłanki są kumulatywne [zob. wyrok z dnia 22 stycznia 2009 r., Commercy/OHIM – easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, EU:T:2009:14, pkt 42 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 68 Przy ocenie podobieństwa danych towarów lub usług należy zaś uwzględnić wszystkie istotne czynniki charakteryzujące wzajemny stosunek tych towarów lub usług. Czynniki te obejmują w szczególności charakter tych towarów lub usług, a także okoliczność, czy konkurują one ze sobą, czy też się uzupełniają. Inne czynniki, takie jak kanały dystrybucji danych towarów, mogą także być wzięte pod uwagę [zob. wyrok z dnia 11 lipca 2007 r., El Corte Inglés/OHIM – Bolaños Sabri (PiraÑAM diseño original Juan Bolaños), T-443/05, EU:T:2007:219, pkt 37 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 69 W niniejszym wypadku w pkt 44 zaskarżonej decyzji Izba Odwoławcza stwierdziła, że usługi skarżące i towary oznaczone zgłoszonym znakiem towarowym nie są podobne.
- 70 Po pierwsze, co się tyczy usług należących do klasy 36, jest bezsporne, że na przykład między usługami wynajmu sklepów i biur lub zarządzaniem nieruchomościami a towarami takimi jak mydła, biżuteria i artykuły skórzane nie istnieje żadne podobieństwo. Po drugie, co się tyczy usług należących do klasy 35, sąd Unii jasno wykazał, iż w odniesieniu do usługi sprzedaży detalicznej konieczne jest precyzyjne wskazanie towarów oferowanych do sprzedaży [zob. podobnie wyrok z dnia 24 września 2008 r., Oakley/OHIM – Venticinque (O STORE), T-116/06, EU:T:2008:399, pkt 44; zob. także podobnie i analogicznie wyrok z dnia 7 lipca 2005 r., Praktiker, C-418/02, EU:C:2005:425, pkt 50].
- 71 Brak zaś jakiegokolwiek precyzyjnego wskazania dotyczącego towarów, jakie mogą być sprzedawane w różnych sklepach galerii handlowej takiej jak Burlington Arcade, stoi na przeszkodzie wszelkiemu skojarzeniu między tymi ostatnimi a towarami oznaczonymi zgłoszonym znakiem towarowym, ponieważ przedstawiona w niniejszym wypadku przez skarżącą definicja odnosząca się do „towarów luksusowych” nie jest wystarczająca, aby uściślić, o jakie towary chodzi. A zatem, wobec braku takiego

uściślenia, nie jest możliwe wykazanie podobieństwa lub komplementarności między usługami oznaczonymi wcześniejszymi znakami towarowymi a towarami oznaczonymi zgłoszonym znakiem towarowym.

- 72 W konsekwencji należy również oddalić argument skarżącej, zgodnie z którym w odniesieniu do usług galerii handlowych nie jest niezbędne uściślenie konkretnych towarów, mając na względzie okoliczność, że w pkt 34 niniejszego wyroku Sąd orzekł, iż – z uwagi na brzmienie klasy 35 – pojęcie usługi sprzedaży detalicznej interpretowane przez Trybunał w pkt 34 wyroku z dnia 7 lipca 2005 r., *Praktiker* (C-418/02, EU:C:2005:425), obejmuje także usługi sprzedaży świadczone przez galerię handlową. Ponadto należy wskazać, że pokrywanie się między grupami konsumentów końcowych nie jest wystarczające, aby wykazać prawdopodobieństwo wprowadzenia w błąd, ponieważ wcale nie uściślono towarów, jakie mogą być sprzedawane w pomieszczeniach galerii.
- 73 Wreszcie, co się tyczy argumentu związanego z możliwością stosowania przewodnika dotyczącego znaków towarowych Intellectual Property Office (urzędu własności intelektualnej) oraz orzecznictwa High Court of Justice (England & Wales) Chancery Division [wysokiego trybunału sprawiedliwości (Anglia i Walia), wydział Chancery], argument ten jest nieistotny dla sprawy, ponieważ ramami prawnymi odniesienia jest w niniejszym wypadku art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009, a zgodnie z utrwalonym orzecznictwem unijny system znaków towarowych jest systemem autonomicznym, na który składa się zbiór reguł, zmierzającym do osiągnięcia szczególnych dla niego celów, a jego stosowanie jest niezależne od jakiegokolwiek systemu krajowego [zob. wyrok z dnia 16 stycznia 2014 r., *Message Management/OHIM – Absacker (ABSACKER of Germany)*, T-304/12, niepublikowany, EU:T:2014:5, pkt 58 i przytoczone tam orzecznictwo].
- 74 W świetle wszystkich powyższych rozważań i przy uwzględnieniu, że jedna z niezbędnych przesłanek wskazanych w art. 8 ust. 1 lit. b) rozporządzenia nr 207/2009 nie jest spełniona, należy oddalić niniejszy zarzut, a także oddalić skargę w całości.

W przedmiocie kosztów

- 75 Zgodnie z art. 134 § 1 regulaminu postępowania przed Sądem kosztami zostaje obciążona, na żądanie strony przeciwnej, strona przegrywająca sprawę.
- 76 Ponieważ skarżąca przegrała sprawę, należy – zgodnie z żądaniem EUIPO i interwenienta – obciążyć ją kosztami postępowania.

Z powyższych względów

SĄD (trzecia izba)

orzeka, co następuje:

- 1) Skarga zostaje oddalona.**
- 2) Tulliallan Burlington Ltd zostaje obciążona kosztami postępowania.**

Frimodt Nielsen

Forrester

Perillo

Wyrok ogłoszono na posiedzeniu jawnym w Luksemburgu w dniu 6 grudnia 2017 r.

Podpisy