



Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SODIŠČA (drugi senat)

z dne 20. septembra 2017*

„ Pritožba – Znamka Evropske unije – Uredba (ES) št. 207/2009 – Člen 8(1)(b) – Besedne in figurativne znamke z besednim elementom ‚darjeeling‘ ali ‚darjeeling collection de lingerie‘ – Ugovor imetnika kolektivnih znamk Evropske unije – Kolektivne znamke z geografsko označbo ‚Darjeeling‘ – Člen 66(2) – Glavni namen – Kolizija s prijavami posameznih znamk – Verjetnost zmede – Pojem – Podobnost med proizvodi in storitvami – Merila presoje – Člen 8(5)“

V združenih zadevah od C-673/15 P do C-676/15 P,

zaradi štirih pritožb na podlagi člena 56 Statuta Sodišča Evropske unije, vloženih 15. decembra 2015,

The Tea Board s sedežem v Kalkuti (Indija), ki jo zastopata C. Maier in A. Nordemann, odvetnika,

tožeča stranka,

drugi stranki v postopku sta

Urad Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), ki ga zastopa J. Crespo Carrillo, agent,

tožena stranka na prvi stopnji,

Delta Lingerie, s sedežem v Cachanu (Francija), ki jo zastopata G. Marchais in P. Martini-Berthon, odvetnika,

intervenientka na prvi stopnji,

SODIŠČE (drugi senat),

v sestavi M. Ilešič (poročevalec), predsednik senata, A. Prechal, sodnica, A. Rosas, sodnik, C. Toader, sodnica in E. Jarašiūnas, sodnik,

generalni pravobranilec: P. Mengozzi,

sodni tajnik: L. Hewlett, administratorka,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 25. januarja 2017,

po predstavitvi sklepnih predlogov generalnega pravobranilca na obravnavi 31. maja 2017

izreka naslednjo

* Jezik postopka: angleščina.

Sodbo

- 1 Družba The Tea Board s pritožbami predlaga razveljavitev sodb Splošnega sodišča Evropske unije z dne 2. oktobra 2015, The Tea Board/UUNT – Delta Lingerie (Darjeeling) (T-624/13, EU:T:2015:743), z dne 2. oktobra 2015, The Tea Board/UUNT – Delta Lingerie (Darjeeling collection de lingerie) (T-625/13, neobjavljena, EU:T:2015:742), z dne 2. oktobra 2015, The Tea Board/UUNT – Delta Lingerie (DARJEELING collection de lingerie) (T-626/13, neobjavljena, EU:T:2015:741), in z dne 2. oktobra 2015, The Tea Board/UUNT– Delta Lingerie (Darjeeling) (T-627/13, neobjavljena, EU:T:2015:740) (v nadaljevanju: skupaj: izpodbijane sodbe), v delu, v katerem je Splošno sodišče z njimi delno zavrnilo njene tožbe za razveljavitev odločb drugega odbora Urada Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) za pritožbe z dne 11. in 17. septembra 2013 (zadeve R 1387/2012-2, R 1501/2012-2, R 1502/2012-2 in R 1504/2012-2, v nadaljevanju: sporne odločbe), izdanih v postopkih z ugovorom med družbo The Tea Board in družbo Delta Lingerie.
- 2 Družba Delta Lingerie z nasprotno pritožbo predlaga razveljavitev izpodbijanih sodb v delu, v katerem je Splošno sodišče z njimi sporne odločbe razveljavilo.

Pravni okvir

- 3 Člen 22 Sporazuma o trgovinskih vidikih pravic intelektualne lastnine (v nadaljevanju: Sporazum TRIPS), ki je priloga 1 C k Sporazumu o ustanovitvi Svetovne trgovinske organizacije (STO), podpisanemu v Marakešu 15. aprila 1994 in potrjenemu s Sklepom Sveta 94/800/ES z dne 22. decembra 1994 o sklenitvi sporazumov, doseženih v Urugvajskem krogu večstranskih pogajanj (1986–1994), v imenu Evropske skupnosti, v zvezi z zadevami, ki so v njeni pristojnosti (UL, posebna izdaja v slovenščini, poglavje 11, zvezek 21, str. 80), naslovljen „Varstvo geografskih označb“, v odstavku 2(a) določa:

„2. V zvezi z geografskimi označbami članice zainteresiranim strankam zagotovijo zakonita sredstva za preprečitev:

- (a) uporabe vsakršnega sredstva pri imenovanju ali predstavitvi blaga, ki bi označevalo ali nakazovalo, da določeno blago izvira iz geografskega območja, ki ni dejanski kraj porekla, na način, ki bi zavajal javnost glede geografskega porekla blaga;

[...]“

- 4 Člen 4 Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1) določa:

„Blagovna znamka [Evropske unije] je lahko sestavljena iz kakršnih koli znakov, ki jih je mogoče grafično predstaviti, kot so besede, vključno z osebnimi imeni, slike, črke, števila, oblika blaga ali njegove embalaže, če se s pomočjo teh znakov blago in storitve nekega podjetja lahko razlikujejo od blaga in storitev drugih podjetij.“

- 5 Člen 7(1)(c) te uredbe določa:

„Kot blagovna znamka se ne registrirajo:

[...]

- (c) znamke, ki jih sestavljajo izključno znaki ali podatki, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo vrsto, kakovost, količino, namen, vrednost, geografski izvor ali čas proizvodnje blaga ali opravljanja storitve ali druge lastnosti blaga ali storitve“.

6 Člen 8(1) in (5) te uredbe določa:

„1. Ob ugovoru imetnika prejšnje blagovne znamke se znamka, za katero je vložena prijava, ne registrira v naslednjih primerih:

[...]

(b) če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo blagovno znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, ki jih označujejo blagovne znamke, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem je varovana prejšnja blagovna znamka; verjetnost zmede zajema verjetnost povezovanja s prejšnjo blagovno znamko.

[...]

5. Poleg tega blagovna znamka ob ugovarjanju imetnika prejšnje blagovne znamke v smislu odstavka 2 ne bo registrirana, če je enaka ali podobna prejšnji blagovni znamki in naj bi bila registrirana za blago ali storitve, ki niso podobne tistim, za katere je registrirana prejšnja blagovna znamka, če prejšnja blagovna znamka [Evropske unije] uživa ugled v [Evropski uniji] in če ima prejšnja nacionalna blagovna znamka ugled v zadevni državi članici, in če bi uporaba blagovne znamke, za katero je vložena prijava, brez upravičenega razloga izkoristila ali oškodovala razlikovalni značaj ali ugled prejšnje blagovne znamke.“

7 Člen 66 te uredbe, naslovljen „Kolektivne blagovne znamke [Evropske unije]“, določa:

„1. Kolektivna blagovna znamka [Evropske unije] je blagovna znamka [Evropske unije], ki se uporablja za in je sposobna razlikovati blago ali storitve članov združenja, ki je nosilec blagovne znamke, od blaga ali storitev drugih podjetij. Združenja izdelovalcev, proizvajalcev, izvajalcev storitev ali trgovcev, ki imajo po pravu, ki velja zanje, sposobnost, da imajo pravice in obveznosti vseh vrst, pravice do sklepanja pogodb ali izvrševanja drugih pravnih dejanj ter sposobnost, da tožijo in so tožene, pa tudi javnopravne osebe, lahko vložijo prijavo kolektivne blagovne znamke [Evropske unije].

2. Z odstopanjem od člena 7(1)(c) so znaki in označbe, ki v gospodarskem prometu lahko označujejo geografski izvor blaga ali storitev, lahko kolektivne blagovne znamke [Evropske unije] v smislu odstavka 1. Kolektivna blagovna znamka ne daje nosilcu pravice, da tretji osebi prepove uporabo teh znakov ali označb v gospodarskem prometu, če jih ta uporablja v skladu z dobrimi poslovnimi običaji; še zlasti se taka blagovna znamka ne more uveljavljati nasproti tretji stranki, ki ima pravico do geografskega imena.

3. Določbe te uredbe se uporabljajo za kolektivne blagovne znamke [Evropske unije], razen če členi 67 do 74 določajo drugače.“

8 Člen 67 Uredbe št. 207/2009, naslovljen „Pravilnik o uporabi blagovne znamke“, v odstavku 2 določa:

„Pravilnik o uporabi določi osebe, upravičene do uporabe blagovne znamke, pogoje za pridobitev članstva in, če obstajajo, pogoje za uporabo blagovne znamke vključno s sankcijami. Pravilnik o uporabi blagovne znamke iz člena 66(2) morajo vsaki osebi, katere blago ali storitve izvirajo iz zadevnega geografskega območja, omogočiti, da postane član združenja, ki je nosilec blagovne znamke.“

- 9 Uredba (EU) št. 1151/2012 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 21. novembra 2012 o shemah kakovosti kmetijskih proizvodov in živil (UL 2012, L 343, str. 1) v členu 5(2) določa:

„Za namen te uredbe je ‚geografska označba‘ ime, ki opredeljuje proizvod:

- (a) s poreklom iz specifičnega kraja, regije ali države;
- (b) katerega določeno kakovost, sloves ali drugo značilnost je mogoče pripisati predvsem njegovemu geografskemu poreklu ter
- (c) katerega najmanj ena faza proizvodnje poteka na opredeljenem geografskem območju.“

- 10 Člen 13(1)(c) in (d) te uredbe določa:

„1. Registrirana imena so zaščiteni pred:

[...]

- (c) vsako drugo napačno ali zavajajočo označbo izvora, porekla, značaja ali bistvenih lastnosti proizvoda, ki se uporablja na notranji ali zunanji strani embalaže, v reklamnem gradivu ali dokumentih v zvezi z zadevnim proizvodom in pred uporabo embalaže, ki lahko ustvari napačen vtis o njegovem poreklu;

- (d) vsako drugo prakso, ki lahko potrošnike zavede glede pravega porekla proizvoda.

[...]“

- 11 Člen 14 navedene uredbe, naslovljen „Povezave med blagovnimi znamkami, označbami porekla in geografskimi označbami“, v odstavku 1, prvi pododstavek, določa:

„V primeru registracije označbe porekla ali geografske označbe v skladu s to uredbo se registracija blagovne znamke, katere uporaba bi bila v nasprotju s členom 13(1) in ki zadeva proizvod istega tipa, zavrne, če je zahtevek za registracijo blagovne znamke vložen po datumu vložitve zahtevka za registracijo v zvezi z označbo porekla ali geografsko označbo pri [Evropski] [k]omisiji.“

Dejansko stanje

- 12 Dejansko stanje, kot izhaja iz izpodbijanih sodb, je mogoče povzeti, kot je navedeno v nadaljevanju.
- 13 Družba Delta Lingerie je 21. in 22. oktobra 2010 v skladu z Uredbo št. 207/2009 pri EUIPO vložila prijave za registracijo blagovnih znamk Evropske unije.

14 Znamke, za katere je bila vložena prijava za registracijo, so:

– figurativni znak, prikazan v nadaljevanju, ki vsebuje besedni element „darjeeling“, napisan z belimi črkami in uokvirjen v pravokotnik svetlo zelene barve:



– figurativni znak, prikazan v nadaljevanju, ki vsebuje besedni element „darjeeling collection de lingerie“, napisan z belimi črkami in uokvirjen v pravokotnik svetlo zelene barve:



– figurativni znak, prikazan v nadaljevanju, ki vsebuje besedni element „darjeeling collection de lingerie“, napisan s črnimi črkami na beli podlagi:



– figurativni znak, prikazan v nadaljevanju, ki vsebuje besedni element „darjeeling“, napisan s črnimi črkami na beli podlagi:



15 Proizvodi in storitve, za katere je bila vložena prijava za registracijo, spadajo v razrede 25, 35 in 38 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen (v nadaljevanju: Nicejski aranžma), in za vsakega od teh razredov ustrezajo temu opisu:

– razred 25: „Žensko spodnje perilo in fino damsko dnevno in nočno perilo, predvsem stezniki, bodiji, životci, elastični stezniki, nedrčki, ženske spodnje hlače, spodnje hlačke, tangice, oprijeti životci, kratke hlače, boksarice, nogavični pasovi, nogavični pasovi, nogavične podveze, ohlapni životci, spalne srajčke, hlačne nogavice, damske nogavice, kopalne obleke; Oblačila, pletenine, fino damsko perilo, brezrokavne majice brez ovratnika, tee-shirts, stezniki, životci, ženske spalne srajčke, boe, bluze, kombineže, svitri, bodiji, pižame, spalne srajce, (dolge) hlače, (dolge) hlače za stanovanje, šali, domače halje, ženske domače halje, kopalni plašči, kopalne obleke, kopalne hlače, ženska spodnja krila, ovratne rute“;

– razred 35: „Storitve maloprodaje ženskega spodnjega perila in finega damskega perila, parfumov, toaletnih vod in kozmetičnih sredstev, perila za gospodinjstvo in kopalnega perila; poslovne svetovalne storitve pri zasnovi in obratovanju maloprodajnih trgovin in prodajnih središč za maloprodajo in reklamiranje; storitve pospeševanja prodaje (za tretje osebe), oglasna dejavnost, vodenje komercialnih

poslov, poslovna administracija, spletno oglaševanje v računalniškem omrežju, razdeljevanje reklamnega materiala (letakov, prospektov, brezplačnih časopisov, vzorcev blaga), storitve naročanja na časopise za tretje osebe; poslovne informacije ali poizvedbe; organizacija prireditev, razstav v komercialne ali reklamne namene, vodenje oglaševanja, oddajanje oglasnih površin v najem, radijsko, televizijsko oglaševanje, reklamno sponzorstvo“;

– razred 38: „Telekomunikacije, računalniško podprt prenos sporočil in slik, storitve interaktivnega televizijskega oddajanja zaradi predstavitve izdelkov, komuniciranje preko računalniških terminalov, komunikacija (prenos) na svetovnem računalniškem omrežju, odprta ali zaprta“.

- 16 Te prijave so bile objavljene v *Biltenu blagovnih znamk Skupnosti* št. 4/2011 z dne 7. januarja 2011.
- 17 Družba The Tea Board, subjekt, ustanovljen z indijskim zakonom o čaju št. 29 iz leta 1953 in pristojen za upravljanje pridelave čaja, je 7. aprila 2011 vložila ugovor zoper registracijo znamk, prijavljenih za blago in storitve, navedene v točki 15 te sodbe.
- 18 Ugovor je temeljil na teh prejšnjih znamkah:
- prejšnja besedna kolektivna znamka Evropske unije DARJEELING, registrirana 31. marca 2006 pod številko 4325718;
 - prejšnja figurativna kolektivna znamka Evropske unije, registrirana 23. aprila 2010 pod številko 8674327 in prikazana spodaj:



- 19 Obe kolektivni znamki Evropske unije označujeta proizvode iz razreda 30 v smislu Nicejskega aranžmaja, ki ustrezajo temu opisu: „čaj“.
- 20 Razlogi, navedeni v utemeljitev ugovora, so bili iz člena 8(1)(b) in (5) Uredbe št. 207/2009.
- 21 Oddelek za ugovore je ugovor zoper registracijo navedenih znamk zavrnil s štirimi odločbami, sprejetimi 31. maja, 11. junija in 10. julija 2012. Družba The Tea Board je 27. julija in 10. avgusta 2012 zoper te odločbe pri EUIPO vložila pritožbe za razveljavitev teh odločb.
- 22 Iz izpodbijanih sodb je razvidno, da je družba The Tea Board v okviru teh pritožb pred drugim odborom EUIPO za pritožbe (v nadaljevanju: odbor za pritožbe) predložila dokaze o tem, da je besedni element „darjeeling“, to je skupni besedni element nasprotujočih si znakov, zaščiten geografska označba za čaj, registrirana na podlagi Izvedbene uredbe Komisije (EU) št. 1050/2011 z dne 20. oktobra 2011 o vpisu imena v register zaščitenih označb porekla in zaščitenih geografskih označb [Darjeeling (ZGO)] (UL 2011, L 276, str. 5), na podlagi vloge, ki je bila prejeta 12. novembra 2007. Ta izvedbena uredba je bila sprejeta na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 510/2006 z dne 20. marca 2006 o zaščiti geografskih označb in označb porekla za kmetijske proizvode in živila (UL 2006, L 93, str. 12), ki je bila nato nadomeščena z Uredbo št. 1151/2012.
- 23 Odbor za pritožbe je s spornimi odločbami zavrnil pritožbe in potrdil odločbe oddelka za ugovore. Natančneje, ugotovil je, da zaradi neobstoja podobnosti med proizvodi in storitvami, ki so zajeti z nasprotujočimi si znaki, ni verjetnosti zmede v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009. Zavrnil je tudi navedbe o kršitvi člena 8(5) te uredbe, ker na podlagi dokazov, ki jih je predložila družba The Tea Board, ni bilo mogoče ugotoviti, da so pogoji za uporabo navedenega člena izpolnjeni.

Postopek pred Splošnim sodiščem in izpodbijane sodbe

- 24 Družba The Tea Board je v tajništvo Splošnega sodišča 25. novembra 2013 vložila štiri tožbe za razveljavitev vseh štirih spornih odločb.
- 25 V utemeljitev svojih tožb je navedla dva tožbena razloga, prvi se je nanašal na kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009, ker naj odbor za pritožbe ne bi priznal posebnega namena kolektivnih znamk Evropske unije, ki izhajajo iz člena 66(2) te uredbe, in drugi na kršitev člena 8(5) navedene uredbe.
- 26 Splošno sodišče je z izpodbijanimi sodbami na eni strani zavrnilo prvi tožbeni razlog kot neutemeljen s tem, da je v bistvu ugotovilo, da se glavni namen kolektivnih znamk Evropske unije, vključno s tistimi, ki so sestavljeni iz označbe, ki lahko označuje geografski izvor zadevnega blaga, ne razlikuje od glavnega namena posameznih znamk Evropske unije in da v obravnavanem primeru ni verjetnosti zmede, saj sporno blago in storitve niso niti enaki niti podobni.
- 27 Na drugi strani je Splošno sodišče drugemu tožbenemu razlogu delno ugodilo. Ob upoštevanju hipotetične predpostavke izjemnega ugleda prejšnjih znamk, na kateri je odbor za pritožbe utemeljil svojo analizo uporabe člena 8(5) Uredbe št. 207/2009, je menilo, da je ta odbor za vse proizvode iz razreda 25 v smislu Nicejskega aranžmaja in za „storitve maloprodaje ženskega spodnjega perila in finega damskega perila, parfumov, toaletnih vod in kozmetičnih sredstev, perila za gospodinjstvo in kopalnega perila“ iz razreda v smislu 35 tega aranžmaja, za katere je bila vložena prijava za registracijo, napačno izključil obstoj nevarnosti okoriščanja z neupravičeno uporabo prijavljenih znamk. V tem delu je sporne odločbe razveljavilo.

Postopek pred Sodiščem in predlogi strank

- 28 Družba The Tea Board v vsaki pritožbi Sodišču predlaga, naj:
- izpodbijano sodbo razveljavi v delu, v katerem je Splošno sodišče z njo zavrnilo tožbo;
 - po potrebi zadevo vrne v razsojanje Splošnemu sodišču,
 - EUIPO naloži plačilo stroškov.
- 29 S sklepom predsednika Sodišča z dne 12. februarja 2016 so bile zadeve združene za pisni in ustni postopek ter izdajo sodbe.
- 30 EUIPO in družba Delta Lingerie Sodišču predlagata, naj pritožbe zavrne in družbi The Tea Board naloži plačilo stroškov.
- 31 Družba Delta Lingerie v nasprotni pritožbi Sodišču predlaga, naj:
- izpodbijane sodbe razveljavi v delu, v katerem je Splošno sodišče z njimi sporne odločbe razveljavilo;
 - po potrebi zadevo vrne v razsojanje Splošnemu sodišču,
 - družbi The Tea Board naloži plačilo stroškov.
- 32 EUIPO in družba The Tea Board Sodišču predlagata, naj nasprotno pritožbo zavrne in družbi Delta Lingerie naloži plačilo stroškov v zvezi z njo.

Glavne pritožbe

- 33 Družba The Tea Board navaja dva pritožbena razloga, ki se nanašata prvi na kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 in drugi na kršitev člena 8(5) te uredbe.

Prvi pritožbeni razlog

Trditve strank

- 34 Prvič, družba Tea Board trdi, da je Splošno sodišče napačno uporabilo pravo in/ali izkrivilo dejstva, ko je v točkah od 39 do 41 izpodbijanih sodb ugotovilo, da glavni namen kolektivne znamke, sestavljene iz znakov ali navedb, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo „geografski izvor blaga ali storitev“ v smislu člena 66(2) Uredbe št. 207/2009, ni drugačen od glavnega namena kolektivne znamke Evropske unije v smislu odstavka 1 tega člena, in da je torej Splošno sodišče napačno uporabilo pravo, ker je sklenilo, da je glavni namen znamk v obeh primerih označitev trgovskega izvora.
- 35 V zvezi s tem najprej trdi, da pomeni člen 66(2) Uredbe št. 207/2009 izjemo od absolutnih razlogov za zavrnitev iz člena 7(1)(c) te uredbe, ki članom nekega združenja izrecno dovoljuje monopol nad znakom, zavarovanim s kolektivno znamko Evropske unije.
- 36 Dalje, v skladu s členom 67(2) navedene uredbe naj bi pravilnik o uporabi kolektivne znamke Evropske unije vsaki osebi, katere blago ali storitve izvirajo z zadevnega geografskega območja, omogočal, da postane član združenja, ki je imetnik znamke, zato naj se s kolektivno znamko Evropske unije, ki vsebuje geografsko označbo, nikoli ne bi moglo razlikovati blaga ali storitev članov združenja, ki je imetnik znamke, od blaga ali storitev drugih podjetij. Sodišče je v zvezi s tem v sodbi z dne 29. marca 2011, Anheuser-Busch/Budějovický Budvar (C-96/09 P, EU:C:2011:189, točka 147), že razsodilo, da je glavni namen geografske označbe zagotavljanje geografskega porekla proizvodov in njihovih posebnih značilnosti potrošnikom.
- 37 Nazadnje naj bi bilo treba Uredbo št. 207/2009 razlagati v povezavi s členom 13(1)(c) in (d) Uredbe št. 1151/2012 in členom 22 Sporazuma TRIPS, ki določa, da morajo članice zainteresiranim strankam zagotoviti zakonita sredstva, ki pri imenovanju ali predstavitvi blaga preprečujejo uporabo vsakega takega sredstva, ki bi označevalo ali nakazovalo, da določeno blago izvira iz geografskega območja, ki ni resnični kraj porekla, na način, ki bi zavajal javnost glede geografskega porekla blaga.
- 38 Drugič, Splošno sodišče naj bi napačno uporabilo pravo in/ali izkrivilo dejstva, ko je v točkah 49, od 51 do 53 in 60 izpodbijanih sodb razsodilo, da v primeru kolektivne znamke iz člena 66(2) Uredbe št. 207/2009, sestavljene iz označbe, ki označuje geografski izvor zadevnega blaga, pri presoji podobnosti zadevnih proizvodov ali storitev v okviru člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 ni mogoče upoštevati geografskega izvora – dejanskega ali morebitnega – teh proizvodov ali storitev.
- 39 Tretjič, Splošno sodišče naj bi napačno uporabilo pravo in/ali izkrivilo dejstva s tem, da je v točki 60 izpodbijanih sodb razsodilo, da v primeru kolektivne znamke iz člena 66(2) Uredbe št. 207/2009 pri celoviti presoji verjetnosti zmede v okviru člena 8(1)(b) te uredbe ni mogoče upoštevati geografskega izvora – dejanskega ali morebitnega – teh proizvodov ali storitev in da ni pomembno, ali lahko javnost šteje, da imajo zadevne storitve, proizvodi ali surovine, ki se uporabljajo pri izdelavi proizvodov, na katere se nanašajo zadevne znamke, lahko isti geografski izvor.
- 40 EUIPO in družba Delta Lingerie prerekata trditve družbe The Tea Board.

Presoja Sodišča

- 41 Najprej, v zvezi z očitki o izkrivljanju, ki jih zatrjuje družba The Tea Board, je treba spomniti, da ob upoštevanju izrednosti očitka o izkrivljanju, člen 256 PDEU, člen 58, prvi pododstavek, Statuta Sodišča Evropske unije in člen 168(1)(d) Poslovnika Sodišča pritožniku nalagajo zlasti, da mora natančno opredeliti dejstva, ki naj bi jih Splošno sodišče izkrivilo, in dokazati napake pri presoji, zaradi katerih naj bi to sodišče izkrivilo dejstva. Tako izkrivljanje mora očitno izhajati iz listin v spisih, ne da bi bilo treba ponovno ugotavljati dejansko stanje in presojati dokaze (sodba z dne 11. maja 2017, Yoshida Metal Industry/EUIPO, C-421/15 P, EU:C:2017:360, točka 23 in navedena sodna praksa).
- 42 Vendar je treba ugotoviti, da družba The Tea Board očitkov o izkrivljanju ni z ničemer podprla in jih je torej treba zavrniti kot neutemeljene.
- 43 Kar zadeva očitek družbe The Tea Board o napačni uporabi prava, je treba ugotoviti, da je Splošno sodišče v točkah od 41 do 43 izpodbijanih sodb v bistvu razsodilo, da je glavni namen kolektivne znamke Evropske unije razlikovati proizvode in storitve članov združenja, ki je imetnik kolektivne znamke, od proizvodov in storitev drugih družb, ne pa razlikovati med proizvodi glede na njihov geografski izvor.
- 44 Splošno sodišče je ob upoštevanju te okoliščine v točkah 49 in od 51 do 53 navedenih sodb menilo, da kadar so v postopku z ugovorom nasprotujoči si znaki na eni strani kolektivne znamke na drugi pa posamezne, je treba primerjavo zadevnih proizvodov in storitev opraviti na podlagi istih meril, kot so tista, ki se uporabljajo, kadar se presoja podobnost ali enakost proizvodov in storitev, zajetih z dvema posameznima znamkama. Splošno sodišče je tako zavrnilo trditev družbe The Tea Board, da bi lahko možnost, da bi javnost lahko štela, da imajo proizvodi in storitve, ki so zajeti z nasprotujočimi si znaki, isti geografski izvor, pomenila merilo, ki lahko zadostuje za dokaz njihove podobnosti ali enakosti za uporabo člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009.
- 45 Nazadnje je Splošno sodišče v točki 60 izpodbijanih sodb zavrnilo trditev družbe The Tea Board, da se pri presoji obstoja verjetnosti zmede, kadar gre za kolektivne znamke Evropske unije in posamezne znamke, ta verjetnost kaže v tem, da bi javnost lahko štela, da imajo proizvodi ali storitve, ki so zajeti z nasprotujočimi si znaki, ali surovine, ki se uporabljajo pri njihovi izdelavi, lahko isti geografski izvor.
- 46 V zvezi s tem je treba spomniti, da člen 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009, ki se – če v členih od 67 do 74 te uredbe ni drugače določeno – v skladu s členom 66(3) te uredbe uporablja za kolektivne znamke Evropske unije, določa, da se na podlagi ugovora imetnika prejšnje znamke, za katero je vložena prijava, ne registrira, če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo znamko in enakosti ali podobnosti proizvodov ali storitev, ki jih označujeta znamki, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem uživa varstvo prejšnja znamka.
- 47 Iz ustaljene sodne prakse izhaja, da za uporabo člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 verjetnost zmede predpostavlja hkrati enakost ali podobnost znamke, katere registracija se zahteva, in prejšnje znamke ter enakost ali podobnost proizvodov ali storitev, na katere se nanaša zahteva za registracijo, in proizvodov ali storitev, za katere je prejšnja znamka registrirana, in da gre pri tem za kumulativne pogoje (sodba z dne 23. januarja 2014, UUNT/riha WeserGold Getränke, C-558/12 P, EU:C:2014:22, točka 41 in navedena sodna praksa).
- 48 V skladu z ustaljeno sodno prakso je treba pri presoji podobnosti zadevnih proizvodov in storitev upoštevati vse pomembne dejavnike, ki označujejo razmerje med temi proizvodi in storitvami. Ti dejavniki vključujejo zlasti njihovo naravo, namen, uporabo in konkurenčni ali dopolnilni značaj (glej zlasti sodbi z dne 11. maja 2006, Sunrider/UUNT, C-416/04 P, EU:C:2006:310, točka 85, in z dne 18. decembra 2008, Les Éditions Albert René/UUNT, C-16/06 P, EU:C:2008:739, točka 65)

- 49 Družba The Tea Board v obravnavanem primeru v bistvu trdi, da je Splošno sodišče – ob upoštevanju dejstva, da je glavni namen kolektivnih znamk Evropske unije, ki so sestavljene iz znakov ali označb, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo geografski izvor blaga ali storitev, po njenem mnenju ta, da označuje skupni geografski izvor teh proizvodov ali storitev – napačno uporabilo pravo, ker pri presoji podobnosti zadevnih proizvodov ali storitev v smislu točke 48 te sodbe njihovega skupnega dejanskega ali morebitnega geografskega izvora ni štelo za upošteveni dejavnik.
- 50 Ugotoviti je treba, da ta argumentacija temelji na predpostavki, da je glavni namen kolektivnih znamk Evropske unije iz člena 66(2) Uredbe št. 207/2009 drugačen od glavnega namena znamk iz odstavka 1 tega člena. Vendar je ta predpostavka napačna. Prvič, kakor je razvidno že iz besedila člena 66(2) Uredbe št. 207/2009, so kolektivne znamke Evropske unije, ki so sestavljene iz znakov ali označb, ki lahko v gospodarskem prometu označujejo geografski izvor blaga ali storitev, kolektivne znamke Evropske unije v smislu odstavka 1 tega člena. V skladu z navedenim odstavkom 1 pa je lahko kolektivna znamka Evropske unije znak, ki je sposoben razlikovati blago ali storitve članov združenja, ki je imetnik znamke, od blaga ali storitev drugih podjetij.
- 51 Poleg tega člen 4 Uredbe št. 207/2009, ki se v skladu s členom 66(3) te uredbe uporablja za kolektivne znamke, v bistvu določa, da je lahko znamka Evropske unije sestavljena le iz znakov, s katerimi se določa trgovski izvor blaga ali storitev, ki so označeni s temi znaki.
- 52 V zvezi s tem je Sodišče že večkrat razsodilo, da je glavni namen znamke potrošniku jamčiti za izvor blaga, tako da omogoča opredeliti proizvod ali storitev, ki ju znamka označuje, kot proizvod ali storitev, ki izhajata iz nekega podjetja, in ju tako razlikovati od proizvodov in storitev drugih podjetij (sodba z dne 6. marca 2014, Backaldrin Österreich The Kornspitz Company, C-409/12, EU:C:2014:130, točka 20 in navedena sodna praksa).
- 53 Čeprav je Sodišče poleg tega že priznalo, da ima lahko znamka tudi druge namene, kot je označba izvora, ki jih je prav tako treba zavarovati pred posegi drugih, kot denimo zagotavljanje kakovosti proizvoda ali storitve s to znamko ali pa sporočanje, investiranje ali oglaševanje, je kljub temu vedno poudarilo, da je glavni namen znamke še vedno označba izvora (glej v tem smislu sodbe z dne 23. marca 2010, Google France in Google, od C-236/08 do C-238/08, EU:C:2010:159, točki 77 in 82, in z dne 22. septembra 2011, Interflora in Interflora British Unit, C-323/09, EU:C:2011:604, točke od 37 do 40 in navedena sodna praksa).
- 54 Zato je stališče, da je glavni namen kolektivne znamke Evropske unije iz člena 66(2) Uredbe št. 207/2009 označba geografskega izvora blaga ali storitev, ki se ponujajo pod to znamko, ne pa označba trgovskega izvora, v nasprotju z glavnim namenom.
- 55 Te ugotovitve ni mogoče ovreči s trditvami družbe The Tea Board, ki se nanašajo na člen 67(2) Uredbe št. 207/2009 in sodno prakso, ki se je oblikovala po sodbi z dne 29. marca 2011, Anheuser-Busch/Budějovický Budvar (C-96/09 P, EU:C:2011:189, točka 147), da kolektivna znamka Evropske unije iz člena 66(2) Uredbe št. 207/2009 po naravi ne more imeti takega razlikovalnega učinka.
- 56 Čeprav je trditev družbe The Tea Board, ki se nanaša na člen 67(2) Uredbe št. 207/2009, nejasna in ni podprta z dokazi, je treba ugotoviti, da je Sodišče v sodbi z dne 29. marca 2011, Anheuser-Busch/Budějovický Budvar (C-96/09 P, EU:C:2011:189, točka 147), menilo le, da je glavni namen geografske označbe potrošniku jamčiti za geografski izvor proizvodov in njihovih posebnih značilnosti. Sodišče pa v zvezi s tem ni opravilo nobene presoje glavnega namena kolektivnih znamk Evropske unije v smislu člena 66(2) Uredbe št. 207/2009.

- 57 Drugič, čeprav je člen 66(2) Uredbe št. 207/2009, kakor trdi družba The Tea Board, izjema od absolutnega razloga za zavrnitev registracije iz člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, ta okoliščina ni taka, da bi se z njo omajalo dejstvo, da je glavni namen kolektivne znamke Evropske unije iz člena 66(2) Uredbe št. 207/2009 jamčiti za skupni trgovski izvor proizvodov, ki se prodajajo pod to znamko, ne pa za njihov skupni geografski izvor.
- 58 Poleg tega, kot je navedel generalni pravobranilec v točkah od 34 do 36 sklepnih predlogov, je mogoče odstopanje od člena 7(1)(c) Uredbe št. 207/2009, ki je umeščeno v člen 66(2) te uredbe, razložiti z naravo znaka, zajetega s kolektivnimi znamkami iz navedenega odstavka 2.
- 59 Sodišče je v zvezi s tem že razsodilo, da se z navedenim členom 7(1)(c) uresničuje cilj splošnega interesa, v skladu s katerim lahko znake ali označbe, s katerimi se opisuje skupina proizvodov ali storitev, za katere se zahteva registracija, prosto uporabljajo vsi, vključno kot kolektivne znamke ali kot del sestavljenih ali grafičnih znamk. Ta določba torej preprečuje, da bi bili taki znaki ali označbe zaradi svoje registracije kot posamezna znamka pridržani le enemu podjetju (glej v tem smislu sodbe z dne 4. maja 1999, Windsurfing Chiemsee, C-108/97 in C-109/97, EU:C:1999:230, točka 25, in z dne 19. aprila 2007, UUNT/Celltech, C-273/05 P, EU:C:2007:224, točka 75 in navedena sodna praksa).
- 60 Kolektivna znamka Evropske unije iz člena 66(2) Uredbe št. 207/2009 pa ne nasprotuje takemu splošnemu interesu, saj, prvič, ta znamka v skladu z zadnjim stavkom tega odstavka 2 imetniku ne daje pravice, da tretji osebi prepove uporabo teh znakov ali označb v gospodarskem prometu, če jih ta uporablja v skladu z dobrimi poslovnimi običaji, in drugič, člen 67(2) te uredbe nalaga, da se mora s pravilnikom o uporabi znamke iz navedenega člena 66(2) vsaki osebi, katere blago ali storitve izvirajo iz zadevnega geografskega območja, omogočiti, da postane član združenja, ki je imetnik blagovne znamke.
- 61 Tretjič, družba The Tea Board se v utemeljitev svojih trditev ne more sklicevati niti na člen 13(1)(c) in (d) Uredbe št. 1151/2012 niti na člen 22 Sporazuma TRIPS, ki se nanašata na varstvo zaščiteneh geografskih označb.
- 62 V zvezi s tem zadošča ugotovitev, da lahko navedene geografske označbe in kolektivne znamke Evropske unije, sestavljene iz znakov in označb, v gospodarskem prometu označujejo geografski izvor blaga ali storitev, in da gre za znake, ki spadajo v različne pravne sisteme in sledijo različnim ciljem. Znamka Evropske unije je torej v skladu s členom 4 Uredbe št. 207/2009 znak, s katerim se določa trgovski izvor blaga ali storitev, geografska označba pa je v skladu s členom 5(2) Uredbe št. 1151/2012 ime, ki opredeljuje proizvod s poreklom specifičnega geografskega območja, katerega določeno kakovost, sloves ali drugo značilnost je mogoče pripisati predvsem njegovemu geografskemu poreklu in katerega najmanj ena faza proizvodnje poteka na opredeljenem geografskem območju.
- 63 Ob upoštevanju navedenih preudarkov je treba ugotoviti, da Splošno sodišče ni napačno uporabilo prava, ko je v točkah od 41 do 43 izpodbijanih sodb razsodilo, da je glavni namen kolektivne znamke Evropske unije razlikovati proizvode ali storitve članov združenja, ki je imetnik te znamke, od preostalih podjetij, ne pa te proizvode razlikovati na podlagi njihovega geografskega izvora.
- 64 Iz tega sledi, da Splošno sodišče prav tako ni napačno uporabilo prava, ko je v točkah 49 in od 51 do 53 navedenih sodb v bistvu ugotovilo, da kadar so na področju uporabe člena 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 nasprotujoči znaki na eni strani kolektivne znamke, na drugi strani pa posamezne znamke, možnost, da lahko javnost šteje, da imajo proizvodi in storitve, označeni z nasprotujočimi si znaki, isti geografski izvor, ni upoštevni dejavnik za ugotovitev njihove enakosti ali podobnosti.

- 65 Kot je Splošno sodišče namreč ugotovilo v točki 52 izpodbijanih sodb, se na istem geografskem območju namreč lahko proizvaja ali opravlja zelo širok spekter proizvodov ali storitev. Prav tako ni izključeno, da je regija, katere geografsko ime je registrirano kot kolektivna znamka Evropske unije v skladu s členom 66(2) Uredbe št. 207/2009, vir različnih surovin, ki se lahko uporabljajo pri izdelovanju različnih in raznovrstnih proizvodov.
- 66 Nazadnje, kar zadeva napačno uporabo prava, ki naj bi jo Splošno sodišče storilo v točki 60 izpodbijanih sodb, zadošča ugotovitev, da je navedena točka dodatna točka, saj je, kot je razvidno iz točk od 43 do 63 te sodbe, Splošno sodišče v točkah od 56 do 59 izpodbijanih sodb v bistvu že odločilo, in to pravilno, da se člen 8(1)(b) Uredbe št. 207/2009 ne more uporabiti zaradi neizpoljenosti enega od pogojev za njegovo uporabo. Očitek, ki ga je družba The Tea Board navedla zoper to točko, je torej brezpredmeten in ga je treba zavrniti (glej v tem smislu sodbo z dne 19. aprila 2007, UUNT/Celltech, C-273/05 P, EU:C:2007:224, točki 56 in 57).
- 67 Na podlagi navedenih ugotovitev je treba prvi pritožbeni razlog zavrniti.

Drugi pritožbeni razlog

Trditve strank

- 68 The Tea Board trdi, da je Splošno sodišče kršilo člen 8(5) Uredbe št. 207/2009 in/ali izkrivilo dejstva v obravnavanem primeru, ko je v točki 145 izpodbijanih sodb ugotovilo, da se pozitivnih lastnosti, ki jih v spomin priključa besedni element „darjeeling“, ne more prenesti niti na storitve iz razreda 35 v smislu Nicejskega aranžmaja, razen na storitve maloprodaje ženskega spodnjega perila in finega damskega perila, parfumov, toaletnih vod in kozmetičnih sredstev, perila za gospodinjstvo in kopalnega perila, niti na katero od storitev iz razreda 38 v smislu Nicejskega aranžmaja, ki so zajete z izpodbijanimi znamkami. Natančneje, Splošno sodišče naj bi napačno potrdilo, da ni razloga, da bi imela družba Delta Lingerie zaradi uporabe izpodbijanih znamk poslovno prednost glede zadevnih storitev. Lastnosti prefinjenega in izjemnega proizvoda edinstvene kakovosti, ki naj bi jih po mnenju Splošnega sodišča izražal besedni element „darjeeling“, naj bi bilo mogoče prenesti tudi na storitve, kot so poslovne svetovalne storitve ali telekomunikacijske storitve, z njimi pa naj bi se lahko okrepila tudi privlačnost sporne znamke v zvezi s tem. Splošno sodišče naj prav tako ne bi obrazložilo svoje ugotovitve iz točke 145 izpodbijanih sodb, da se lastnosti, ki se jih povezuje z besednim elementom „darjeeling“, ne more prenesti na storitve iz razredov 35 in 38 v smislu Nicejskega aranžmaja.
- 69 EUIPO in družba Delta Lingerie trdita, da drugi pritožbeni razlog ni dopusten, ker želi družba The Tea Board z njim doseči, da Sodišče presojo Splošnega sodišča nadomesti s svojo, in da ta pritožbeni razlog vsekakor ni utemeljen, saj družba The Tea Board ni dokazala niti napačne uporabe prava niti izkrivljanja dejstev.

Presoja Sodišča

- 70 Najprej je treba ob upoštevanju sodne prakse, navedene v točki 41 te sodbe, zavrniti očitek družbe The Tea Board glede izkrivljanja, saj tega očitka ni nikakor utemeljila.
- 71 Kar zadeva očitek glede neobrazložitve ugotovitev iz točke 145 izpodbijanih sodb, zadošča ugotovitev, da je Splošno sodišče v tej točki trditve zavrnilo, ker razlog, iz katerega bi uporaba prijavljenih znamk družbi Delta Lingerie omogočila poslovno prednost glede storitev, ki niso maloprodaja ženskega spodnjega perila in finega damskega perila, parfumov, toaletnih vod in kozmetičnih sredstev, perila za gospodinjstvo in kopalnega perila, iz spisa ni nikakor razviden in ker družba The Tea Board ni predložila nobenega posebnega dokaza, s katerim bi dokazala to prednost. Zatrjevana neobrazložitev torej ni dokazana.

- 72 Kar zadeva trditev, da je lastnosti, ki naj bi jih izražal besedni element „darjeeling“, mogoče prenesti na vse storitve, za katere se zahteva registracija, se želi z njo v resnici doseči, da bi Sodišče opravilo presojo dejanskega stanja, zato jo je treba zavreči kot nedopustno (glej v tem smislu sodbo z dne 24. marca 2011, Ferrero/UUNT, C-552/09 P, EU:C:2011:177 točki 73 in 89).
- 73 Iz tega sledi, da je treba drugi pritožbeni razlog in s tem tudi pritožbe v celoti zavrniti.

Nasprotna pritožba

- 74 Družba Delta Lingerie v utemeljitev nasprotne pritožbe navaja en razlog, ki se nanaša na kršitev člena 8(5) Uredbe št. 207/2009. Ta pritožbeni razlog ima dva dela, od katerih se prvi nanaša na izkrivljanje namena znamk na eni strani in namena geografskih označb na drugi, drugi pa na protislovnost obrazložitve in napačno uporabo prava pri uporabi člena 8(5) Uredbe št. 207/2009.

Prvi del edinega pritožbenega razloga

Trditve strank

- 75 Družba Delta Lingerie trdi, da je namen znamke jamčiti za trgovski izvor, namen geografske označbe pa jamčiti za geografski izvor. Glede na ta različna namena naj ne bi bilo nikakor mogoče šteti, da se ugled zaščitene geografske označbe dejansko lahko prenese na isti znak, zaščiten v okviru kolektivne znamke za enake proizvode. Iz tega naj bi sledilo, da je Splošno sodišče s tem, da se je sklicevalo na hipotetično predpostavko, da je bil ugled prejšnjih znamk dokazan z ugotovitvijo, da se je ugled imena „Darjeeling“ kot zaščitene geografske označbe za čaj prenesel na isti znak, zaščiten v okviru kolektivne znamke za enake proizvode, napačno uporabilo pravo, ker je izkrivilo namen zadevnih znamk na eni strani in geografskih označb na drugi.
- 76 EUIPO in družba The Tea Board prerekata trditve družbe Delta Lingerie.

Presoja Sodišča

- 77 Ugotoviti je treba, da je Splošno sodišče v točki 79 izpodbijanih sodb v zvezi z vprašanjem, ali imata prejšnji znamki ugled v smislu člena 8(5) Uredbe št. 207/2009, ugotovilo, da je besedilo spornih odločb vsaj dvoumno. Vendar je Splošno sodišče poudarilo, da edini stavek, ki v tem poglavju spornih odločb ni dvoumen, ta, iz katerega izhaja, da „odbor za pritožbe ni dokončno ugotovil, da imata prejšnji znamki ugled“. Splošno sodišče je navedlo tudi, da je EUIPO, ko je bil o tem vprašan na obravnavi, potrdil, da v zvezi s tem ni sprejel dokončne ugotovitve.
- 78 Splošno sodišče je v točki 80 izpodbijanih sodb vseeno menilo, da je treba, glede na to, da je odbor za pritožbe nadaljeval svojo analizo za uporabo člena 8(5) Uredbe št. 207/2009, šteti, da je ta analiza temeljila na hipotetični predpostavki, da je bil ugled prejšnjih znamk dokazan.
- 79 Splošno sodišče se je v točki 146 izpodbijanih sodb na podlagi okoliščine, da sporne odločbe temeljijo na hipotetični predpostavki, da imata prejšnji znamki izjemen ugled, sklenilo, da te odločbe razveljavi v delu, v katerem je odbor za pritožbe zavrnil uporabo člena 8(5) Uredbe št. 207/2009, pri čemer je za vse proizvode iz razreda 25 v smislu Nicejskega aranžmaja in storitve maloprodaje iz razreda 35 v smislu Nicejskega aranžmaja, zajete s prijavljenimi znamkami, izključil obstoj nevarnosti nastanka koristi z uporabo prijavljenih znamk brez upravičenega razloga. Splošno sodišče je v točki 147 navedenih sodb pojasnilo, da mora odbor za pritožbe po delni razveljavitvi spornih odločb oblikovati dokončno ugotovitev glede obstoja ugleda prejšnjih znamk in po potrebi glede njegove intenzivnosti.

- 80 Splošno sodišče torej – v nasprotju s trditvami družbe Delta Lingerie in kot je generalni pravobranilec navedel v točki 85 sklepnih predlogov – ni sprejelo lastnega stališča niti o tem, ali je bil predložen dokaz ugleda prejšnjih znamk, niti o tem, ali se lahko za namene takega dokaza ugled, ki ga ima ime „Darjeeling“ kot zaščitena geografska označba za čaj, prenese na isti znak, zaščiteno v okviru kolektivne znamke za enake proizvode.
- 81 Prvi del edinega pritožbenega razloga družbe Delta Lingerie temelji torej na napačni razlagi izpodbijanih sodb in ga je zato treba kot neutemeljenega zavrnilo.

Drugi del edinega pritožbenega razloga

Trditve strank

- 82 Družba Delta Lingerie trdi, da je obrazložitev Splošnega sodišča v izpodbijanih sodbah protislovna in da je Splošno sodišče kršilo člen 8(5) Uredbe št. 207/2009.
- 83 Natančneje, Splošno sodišče naj bi v točkah 89, 107, 111 in 120 izpodbijanih sodb ugotovilo, da je bilo treba potrditi ugotovitve odbora za pritožbe o neobstoju nevarnosti izkoriščanja ali škodovanja razlikovalnemu učinku ali ugledu prejšnjih znamk ob upoštevanju, prvič, da ni bila opravljena nobena posebna analiza obstoja vezi med nasprotujočimi si znaki, in drugič, popolnega neobstoja podobnosti med proizvodi in storitvami, zajetimi z nasprotujočimi si znaki. Te ugotovitve pa naj bi bile v nasprotju z ugotovitvijo o neupravičenem izkoriščanju ali škodovanju razlikovalnemu učinku ali ugledu prejšnjih znamk, v skladu s katero je Splošno sodišče v točki 141 izpodbijanih sodb razsodilo, da ni izključeno, da lahko javnost, na katero so naslovljene prijavljene znamke, pritegne prenos vrednosti in pozitivnih lastnosti, povezanih s pokrajino Darjeeling (Indija), na te znamke.
- 84 EUIPO prereka trditve družbe Delta Lingerie.
- 85 Družba The Tea Board meni, da ta del edinega tožbenega razloga ni dopusten in da vsekakor ni utemeljen.

Presoja Sodišča

- 86 Najprej je treba ugotoviti, da je Splošno sodišče v zvezi z nevarnostjo oškodovanja iz člena 8(5) Uredbe št. 207/2009 v točki 94 izpodbijanih sodb opozorilo, da so v tej določbi navedene tri različne vrste nevarnosti, in sicer, da uporaba prijavljene znamke brez upravičenega razloga, prvič, škoduje razlikovalnemu učinku prejšnje znamke, drugič, škoduje ugledu prejšnje znamke, in tretjič, neupravičeno izkorišča razlikovalni učinek ali ugled prejšnje znamke.
- 87 Splošno sodišče je v izpodbijanih sodbah ločeno obravnavalo vsako nevarnost, navedeno v prejšnji točki te sodbe. Najprej, Splošno sodišče je glede škodovanja razlikovalnemu učinku prejšnjih znamk v točkah 107 in 111 izpodbijanih sodb zlasti menilo, prvič, da se zdi glede na popolno nepodobnost med proizvodi in storitvami, zajetimi z nasprotujočimi si znaki, nevarnost, ki jo navaja družba The Tea Board, povsem hipotetična, in drugič, da je možnost, da je lahko upoštevana javnost zavedena, da proizvodi in storitve, zajeti s prijavljenimi znamkami, izvirajo iz pokrajine Darjeeling, malo verjetna.
- 88 Dalje, Splošno sodišče je v zvezi s škodovanjem ugledu prejšnjih znamk v točki 120 izpodbijanih sodb navedlo, da edinstvena vez med pokrajino Darjeeling in kategorijo proizvodov, zajetih s prejšnjima znamkama, in neobstoj take vezi med proizvodi in storitvami, zajetimi s prijavljenimi znamkami, in navedeno pokrajino, še povečujeta hipotetično nevarnost zmanjšanja privlačnosti prejšnjih znamk.

- 89 Nazadnje je Splošno sodišče v zvezi z neupravičenim izkoriščanjem razlikovalnega učinka ali ugleda v točki 141 izpodbijanih sodb razsodilo, da ni izključeno, da lahko javnost, na katero so naslovljene prijavljene znamke, pritegne prenos vrednosti in pozitivnih lastnosti, povezanih z navedeno pokrajino, na te znamke.
- 90 Obrazložitev v tem delu izpodbijanih sodb ni v ničemer protislovna.
- 91 Točke 107, 111 in 120 izpodbijanih sodb se nanašajo na presojo obstoja resne nevarnosti škodovanja razlikovalnemu učinku in ugledu prejšnjih znamk, v točki 141 teh sodb pa je Splošno sodišče obravnavalo obstoj nevarnosti, da se z neupravičeno uporabo prijavljenih znamk neupravičeno izkoriščata razlikovalni učinek in ugled prejšnjih znamk.
- 92 Kot pa je v točki 90 sklepnih predlogov v bistvu poudaril tudi generalni pravobranilec, se presoja različnih vrst nevarnosti opravi v okviru preizkusa, katerega merila niso nujno enaka. V zvezi s tem je treba – kot je Splošno sodišče opozorilo v točkah 71 in 95 izpodbijanih sodb – obstoj nevarnosti, da bo prišlo do kršitev v obliki oškodovanja razlikovalnega učinka ali ugleda prejšnje znamke, presojati z vidika povprečnega potrošnika proizvodov ali storitev, za katere je ta znamka registrirana, ki je običajno obveščen ter razumno pozoren in preudaren. Obstoj kršitve, ki pomeni neupravičeno izkoriščanje razlikovalnega učinka ali ugleda prejšnje znamke, kadar je prepovedana korist, ki jo ima od te znamke imetnik poznejše znamke, pa je treba presojati z vidika povprečnega potrošnika proizvodov ali storitev, za katere je prijavljena registracija poznejše znamke, ki je običajno obveščen ter razumno pozoren in preudaren.
- 93 Splošno sodišče je torej lahko, ne da bi bilo protislovno, po eni strani ugotovilo, da potrošnik proizvoda, zajetega s prejšnjima znamkama, v obravnavanem primeru čaja, ne bo zaveden, da proizvodi in storitve, zajeti z znamkami, ki jih prijavlja družba Delta Lingerie, izvirajo iz pokrajine Darjeeling, pri čemer je po drugi strani vseeno upoštevalo, da bodo lahko potrošnika proizvodov in storitev, zajetih z znamkami, ki jih prijavlja družba Delta Lingerie, pritegnile vrednosti in pozitivne lastnosti, povezane s to pokrajino.
- 94 Dalje, kar zadeva natančneje kršitev člena 8(5) Uredbe št. 207/2009, zadošča ugotovitev, da v utemeljitev te trditve ni bila navedena nobena trditev, razen te, ki se nanaša na domnevno protislovnost obrazložitve izpodbijanih sodb, ki pa, kot je razvidno iz točk od 90 do 93 te sodbe, ni utemeljena.
- 95 Na podlagi navedenega je treba drugi del edinega pritožbenega razloga in s tem nasprotno pritožbo v celoti zavrnilo.

Stroški

- 96 Člen 184(2) Poslovnika določa, da kadar pritožba ni utemeljena, Sodišče odloči o stroških. V skladu s členom 138(1) Poslovnika, ki se v pritožbenem postopku uporablja na podlagi člena 184(1) tega poslovnika, se plačilo stroškov na predlog naloži neuspehi stranki.
- 97 Ker družba The Tea Board z glavnimi pritožbami ni uspela in ker sta EUIPO in družba Delta Lingerie predlagali, naj se ji naloži plačilo stroškov, se družbi The Tea Board naloži plačilo stroškov, povezanih s pritožbami.
- 98 Ker družba Delta Lingerie ni uspela z nasprotno pritožbo in ker sta EUIPO in družba The Tea Board predlagali, naj se ji naloži plačilo stroškov, se družbi Delta Lingerie naloži plačilo stroškov, povezanih z nasprotno pritožbo.

Iz teh razlogov je Sodišče (drugi senat) razsodilo:

- 1. Pritožbe se zavrne.**
- 2. Družbi Tea Board se naloži plačilo stroškov, povezanih s pritožbami.**
- 3. Družbi Delta Lingerie se naloži plačilo stroškov, povezanih z nasprotno pritožbo.**

Podpisi