

7. Klaganden anser att de egenskaper som tribunalen fastställde i samband med DARJEELING även kan överföras till sådana tjänster som affärsrådgivning eller telekommunikationstjänster, och kan stärka det omtvistade varumärkets attraktionskraft i detta avseende. Klagande anför vidare att tribunalen inte angav någon motivering i sin dom, varför de egenskaper som hör samman med DARJEELING inte kan överföras på tjänster i klasserna 35 och 38, vilket i sig utgör felaktig rättstillämpning.

⁽¹⁾ Rådets förordning (EG) nr 207/2009 av den 26 februari 2009 om gemenskapsvarumärken (EUT L 78, s. 1).

⁽²⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 av den 21 november 2012 om kvalitetsordningar för jordbruksprodukter och livsmedel (EUT L 343, s. 1)

Överklagande ingett den 15 december 2015 av The Tea Board av den dom som tribunalen (åttonde avdelningen) meddelade den 2 oktober 2015 i mål T-625/13, The Tea Board mot kontoret för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken och mönster)

(Mål C-674/15 P)

(2016/C 106/16)

Rättegångsspråk: engelska

Parter

Klagande: The Tea Board (ombud: M.C. Maier, A. Nordemann, Rechtsanwälte)

Övriga parter i målet: Kontoret för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken och mönster), Delta Lingerie

Klagandenas yrkanden

Klaganden yrkar att domstolen ska

- upphäva den dom som meddelades av Europeiska unionens tribunal den 2 oktober 2015 i mål T-625/13, i den del tribunalen ogillade talan såvitt avser följande tjänster som det sökta varumärket omfattas av i klasserna 35 och 38:

Affärsrådgivning för skapande och exploatering av detaljhandelsställen och inköpscentraler för detaljhandelsförsäljning och reklam; Försäljningsfrämjande tjänster (för tredje part), reklam, företagsledning, företagsadministration, direktansluten reklam via ett datornät, distribution av reklammaterial (foldrar, flygblad, gratistidningar, prover), anordnande av prenumerationer på tidningar för andras räkning; Affärsinformation eller -upplysningar; Anordnande av utställningar och evenemang för kommersiella ändamål och reklamändamål, reklamproduktion, uthyrning av reklamutrymmen i radio, teve, reklamsponsring (klass 35)

Telekommunikation, datorstödd överföring av meddelanden och bilder, tjänster avseende interaktiv tv-sändning som handlar om varupresentation, kommunikation via datorterminaler, kommunikation (överföring) via globala datornät, öppna och slutna (klass 38)

- om så är nödvändigt, återförvisa målet till tribunalen,

- förplikta svaranden att ersätta rättegångskostnaderna.

Grunder och huvudargument

1. Klaganden yrkar att tribunalen delvis ska upphäva den dom som meddelades av Europeiska unionens tribunal den 2 oktober 2015 i mål T-625/13, i den del tribunalen ogillade talan såvitt avser tjänster som det sökta varumärket omfattas av i klasserna 35 och 38.
2. Överklagandet har två grunder, åsidosättande av artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009 ⁽¹⁾ och åsidosättande av artikel 8.5 i samma förordning.

3. Klaganden anser att ett gemenskapskollektivmärkes grundläggande funktion enligt artikel 66.2 i förordning nr 207/2009, som är att ange varans geografiska ursprung, inte avser dess kommersiella ursprung utan endast syftar till att garantera det geografiska ursprunget hos de varor eller tjänster som saluförs under det varumärket, det vill säga att varorna kommer från ett företag som är beläget i det geografiska område som omfattas av gemenskapskollektivmärket och som har rätt att använda detta varumärke.
4. Klaganden anser följaktligen att geografiskt ursprung ska beaktas vid en bedömning av likhet mellan varorna eller tjänsterna enligt artikel 8.1 b i förordning nr 207/2009 och/eller vid den övergripande bedömningen av risken för förväxling.
5. Därför är det enligt klaganden, vid jämförelsen av varor och/eller tjänster som omfattas av ett äldre gemenskapskollektivmärke i enlighet med artikel 66.2 i förordning nr 207/2009 som består av en geografisk beteckning, med de varor och/eller tjänster som omfattas av ett individuellt gemenskapsvarumärke, inte av avgörande betydelse huruvida varorna och tjänsterna ifråga liknar varande vad gäller deras art, användningsområde, slutanvändare och/eller distributionskanaler. Den relevanta frågan är istället huruvida de har samma geografiska ursprung.
6. Klagandens tolkning av artikel 66.2 i förordning nr 207/1009 grundar sig på

1. Den inneboende logiken i förordning nr 207/2009, särskilt att

- i) artikel 66.2 i förordningen utgör ett undantag i nämnda förordning, eftersom varumärken som endast består av tecken eller upplysningar som visar varornas eller tjänsternas geografiska ursprung enligt artikel 7.1 c i förordningen inte får registreras.
- ii) enligt artikel 67.2 i förordning nr 207/2009 måste bestämmelserna för användningen av ett sådant märke innefatta rätten för en person, vars varor eller tjänster har sitt ursprung i det berörda geografiska området, att bli medlem i den sammanslutning som innehar varumärket. Följaktligen kan ett gemenskapskollektivmärke som består av en geografisk ursprungsbeteckning aldrig särskilja varor eller tjänster som tillhör medlemmar i den sammanslutning som innehar varumärket från andra företags varor eller tjänster.

2. en tolkning av nämnda bestämmelse mot bakgrund av förordning nr 1151/2012⁽²⁾ och TRIPS-avtalet, som innebär att geografiska beteckningar ska åtnjuta en hög skyddsnivå och att framställningar av en vara som anger eller antyder att den aktuella varan har sitt ursprung i ett annat geografiskt område än det verkliga ursprunget på ett sätt som missleder allmänheten vad gäller varan geografiska ursprung, ska vara förbjudna.

7. Klaganden anser att de egenskaper som tribunalen fastställde i samband med DARJEELING även kan överföras till sådana tjänster som affärsrådgivning eller telekommunikationstjänster, och kan stärka det omtvistade varumärkets attraktionskraft i detta avseende. Klagande anför vidare att tribunalen inte angav någon motivering i sin dom, varför de egenskaper som hör samman med DARJEELING inte kan överföras på tjänster i klasserna 35 och 38, vilket i sig utgör felaktig rättstillämpning.

⁽¹⁾ Rådets förordning (EG) nr 207/2009 av den 26 februari 2009 om gemenskapsvarumärken (EUT L 78, s. 1).

⁽²⁾ Europaparlamentets och rådets förordning (EU) nr 1151/2012 av den 21 november 2012 om kvalitetsordningar för jordbruksprodukter och livsmedel (EUT L 343, s. 1)