PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (piektā palāta paplašinātā sastāvā)
2007. gada 12. jūnijā *

Apvienotās lietas T-57/04 un T-71/04

Budějovický Budvar, národní podnik, Českе Budejovice [*České Budějovice*] (Čehijas Republika), ko pārstāv F. Faigenbaums [*F. Fajgenbaum*], advokāts,

prasītāja lietā T-57/04,

Anheuser-Busch, Inc., Sentluisa [*Saint Louis*], Misūri [*Missouri*] (Amerikas Savienotās Valstis), ko sākotnēji pārstāvēja V. fon Bomhards [*V. von Bomhard*], A. Renks [*A. Renck*], A. Polmans [*A. Pohlmann*], D. Olgarts [*D. Ohlgart*] un B. Gēbels [*B. Goebel*], vēlāk — fon Bomhards, Renks, Olgarts un Gēbels, advokāti,

prasītāja lietā T-71/04,

* Tiesvedības valoda — angļu.

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv A. Foliards-Mongirāls [*A. Folliard-Monguiral*] un I. de Medrano Kavaljero [*I. de Medrano Caballero*], pārstāvji,

atbildētājs,

citas procesa ITSB Apelāciju padomē dalībnieces, kas iestājušās lietā Pirmās instances tiesā —

Anheuser-Busch, Inc. (lietā T-57/04),

Budějovický Budvar, národní podnik (lietā T-71/04),

par prasību atcelt ITSB Apelāciju otrās padomes 2003. gada 3. decembra lēmumu (lietas R 1024/2001-2 un R 1000/2001-2) attiecībā uz iebildumu procesu starp *Budějovický Budvar, národní podnik* un *Anheuser-Busch, Inc.*

EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA
(piektā palāta paplašinātā sastāvā)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Vilars [*M. Vilaras*], tiesneši M. E. Martinša Reibeiru [*M. E. Martins Ribeiro*], F. Deuss [*F. Dehousse*], D. Švābi [*D. Šváby*] un K. Jirimēe [*K. Jürimäe*],

sekretārs I. Nacins [*I. Natsinas*], administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumus, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegti 2004. gada 10. februārī (lieta T-57/04) un 20. februārī (lieta T-71/04),

ņemot vērā Pirmās instances tiesas piektās palātas priekšsēdētāja 2004. gada 23. septembra rīkojumu par šo lietu apvienošanu rakstveida procesam, mutvārdu procesam un sprieduma pasludināšanai atbilstoši Pirmās instances tiesas reglamenta 50. pantam,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstus, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegti 2004. gada 27. septembrī,

ņemot vērā personu, kas iestājušās lietā, atbildes rakstus, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegti 2004. gada 28. septembrī (lieta T-71/04) un 29. septembrī (lieta T-57/04),

ņemot vērā šo lietu nodošanu Pirmās instances tiesas piektajai palātai paplašinātā sastāvā un pēc tiesas sēdes 2005. gada 13. oktobrī,

ņemot vērā 2007. gada 14. maija rīkojumu par atkārtotu mutvārdu procesa uzsākšanu un lietas dalībnieku apsvērumus par *Anheuser-Busch, Inc.* 2007. gada 8. maijā iesniegto lūgumu izbeigt tiesvedību lietā T-71/04,

ņemot vērā mutvārdu procesa slēgšanu 2007. gada 24. maijā,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Atbilstošās tiesību normas

I — *Starptautiskās tiesības*

1 1958. gada 31. oktobra Lisabonas Vienošanās par cilmes vietu nosaukumu aizsardzību un to starptautisko reģistrāciju (turpmāk tekstā — "Lisabonas vienošanās"), kas pārskatīta Stokholmā 1967. gada 14. jūlijā un grozīta 1979. gada 28. septembrī, 1.–5. pants nosaka:

"*Pirmais pants*

1) Valstis, kurām ir piemērojama šī vienošanās, veido Īpašu savienību Rūpnieciskā īpašuma aizsardzības savienības ietvaros.

2) Atbilstoši šīs vienošanās noteikumiem tās savā teritorijā apņemas aizsargāt citu Īpašās savienības valstu preču cilmes vietu nosaukumus, kas kā tādi ir atzīti un aizsargāti izcelsmes valstī un reģistrēti Konvencijā par Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijas dibināšanu [..] norādītajā Starptautiskajā birojā intelektuālā īpašuma jautājumos [..].

2. pants

1) Šajā vienošanās par cilmes vietas nosaukumu uzskata valsts, reģiona vai noteiktas vietas ģeogrāfisko apzīmējumu, ko izmanto, lai apzīmētu šādas izcelsmes preci, kuras kvalitāti vai īpašības ir radījusi vienīgi vai galvenokārt ģeogrāfiskā vide ar tās raksturīgajiem dabas un cilvēciskajiem faktoriem.

2) Izcelsmes valsts ir valsts, kuras nosaukums vai kurā esoša reģiona vai vietas nosaukums veido cilmes vietas nosaukumu, kas precei piešķir atpazīstamību.

3. pants

Aizsardzība tiek piešķirta pret jebkādu neatļautu izmantošanu vai imitāciju, pat ja ir norādīta preces patiesā izcelsme vai ja nosaukums izmantots tulkotā veidā vai ir kopā ar tādām norādēm kā "veids", "tips", "kā ražots", "imitācija" vai līdzīgām norādēm.

4. pants

Šīs vienošanās noteikumi nekādā ziņā neizslēdz aizsardzību, kas cilmes vietu nosaukumiem katrā Īpašās savienības valstī jau ir piešķirta, pamatojoties uz citiem

starptautiskiem instrumentiem, tādiem kā 1883. gada 20. marta Parīzes Konvencija par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību, kā arī turpmākie tās grozījumi, un Madrides 1891. gada 14. aprīļa Vienošanās par kļūdainu vai maldinošu izcelsmes norāžu uz precēm novēršanu, kā arī turpmākie tās grozījumi, vai arī valsts tiesību akti vai judikatūra.

5. pants

1) Atbilstoši Īpašās savienības valstu Iestāžu pieteikumam Starptautiskais birojs veic cilmes vietu nosaukumu reģistrāciju par labu publiskām vai privātām fiziskām vai juridiskām personām, kurām atbilstoši to valsts tiesību aktiem ir tiesības veikt šādu nosaukumu izmantošanu.

2) Starptautiskais birojs nekavējoties informē dažādu Īpašās savienības valstu Iestādes par reģistrācijām un veic to publikāciju periodiskā biļetenā.

3) Valstu Iestādes drīkst paziņot par nespēju nodrošināt cilmes vietas nosaukuma, par kura reģistrāciju ticis sniegts ziņojums, aizsardzību vienīgi tad, ja šo Iestāžu paziņojums, kas iekļauj iemeslus, Birojam ir iesniegts viena gada laikā, skaitot no ziņojuma par reģistrāciju saņemšanas, un ievērojot, ka attiecīgajā valstī šāds paziņojums nerada negatīvas sekas attiecībā uz citām nosaukuma aizsardzības formām, kuras tā īpašnieks atbilstoši iepriekš minētajam 4. pantam varētu pieprasīt.

[..]"

2 Lisabonas vienošanās izpildes kārtības, kas stājusies spēkā 2002. gada 1. aprīlī, 9. un 16. noteikums paredz:

"9. noteikums

Paziņojums par atteikumu

1) Visus paziņojumus par atteikumu līgumslēdzējvalsts, attiecībā uz kuru atteikums ir izdots, kompetentās iestādes paziņo Starptautiskajam birojam un tiem jābūt šo iestāžu parakstītiem.

[..]

16. noteikums

Spēkā neesamība

1) Ja starptautiskas reģistrācijas sekas līgumslēdzējvalstī ir kļuvušas par spēkā neesošām un spēkā neesamība ir kļuvusi neapstrīdama, šīs līgumslēdzējvalsts kompetentās iestādes par šo spēkā neesamību paziņo Starptautiskajam birojam. [..]"

II — *Kopienu tiesības*

3 Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.), kurā ir izdarīti grozījumi, šīs lietas faktiem piemērojamajā redakcijā 8. un 43. pants nosaka:

"*8. pants*

Relatīvs atteikuma pamatojums

1. Ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi nereģistrē:

a) ja tā ir identiska agrākajai preču zīmei un ja preces vai pakalpojumi, kam reģistrācija pieprasīta, ir identiski precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir aizsargāta agrākā preču zīme;

b) ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ pastāv iespēja maldināt sabiedrību tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme [sabiedrībai tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv to sajaukšanas iespēja]; iespēja maldināt ir asociāciju iespēja ar agrāko preču zīmi [sajaukšanas iespēja ietver asociāciju iespēju ar agrāko preču zīmi].

2. Šā panta 1. punktā "agrākas preču zīmes" ir:

a) šādas preču zīmes ar pieteikuma iesniegšanas datumu, kas ir pirms Kopienas preču zīmes saņemšanas pieteikuma iesniegšanas datuma, ņemot vērā, ja vajadzīgs, prioritātes attiecībā uz šīm preču zīmēm:

[..]

iii) preču zīmes, kas reģistrētas atbilstīgi starptautiskiem nolīgumiem, kas ir spēkā dalībvalstī;

[..]

4. Ja nereģistrētas preču zīmes vai cita apzīmējuma, ko izmanto attiecīgajā nozarē [komercdarbībā] un kas nav tikai vietējas nozīmes, īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi nereģistrē, ja, ciktāl uz attiecīgo apzīmējumu attiecas valsts tiesību akti:

a) tiesības uz šo apzīmējumu ir iegūtas pirms Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas vai prasītās prioritātes datuma attiecībā uz Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu;

b) šī zīme uzliek [piešķir] īpašniekam tiesības aizliegt kādas nākamās [jaunākas] preču zīmes izmantošanu.

[..]

43. pants

Iebildumu izskatīšana

[..]

2. Pēc pieteikuma iesniedzēja lūguma agrākas Kopienas preču zīmes īpašnieks, kas iesniedzis savus iebildumus, apliecina, ka piecu gadu laikā, pirms Kopienas preču zīmes pieteikuma publicēšanas, agrākā Kopienas preču zīme ir Kopienā faktiski izmantota saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, uz ko tā ir reģistrēta un ko šī persona uzskaita kā savu iebildumu pamatojumu, vai arī norāda pamatotus tās neizmantošanas iemeslus, ar nosacījumu, ka agrākā Kopienas preču zīme tobrīd ir reģistrēta ne mazāk kā piecus gadus. Ja šāda apliecinājuma nav, iebildumus noraida. Ja agrākā preču zīme ir izmantota tikai saistībā ar daļu preču vai pakalpojumu, uz ko tā ir reģistrēta, iebildumu izskatīšanas nolūkos uzskata, ka tā ir reģistrēta tikai attiecībā uz šīm precēm vai pakalpojumiem.

3. Šā panta 2. punktu piemēro attiecībā uz 8. panta 2. punkta a) apakšpunktā minētām agrākām preču zīmēm, aizvietojot izmantošanu Kopienā ar izmantošanu tajā dalībvalstī, kur agrākā preču zīme ir aizsargāta.

[..]"

4 Komisijas 1995. gada 13. decembra Regulas Nr. 2868/95, ar ko īsteno Regulu Nr. 40/94 (OV L 303, 1. lpp.), kurā ir izdarīti grozījumi, šīs lietas faktiem piemērojamajā redakcijā 22. noteikums paredz:

"22. noteikums

Lietošanas pierādījums

1. Ja, ievērojot Regulas 43. panta 2. vai 3. punktu, oponējošai pusei jāsniedz lietošanas [izmantošanas] pierādījums vai jāparāda, ka ir pienācīgi iemesli nelietošanai [neizmantošanai], [ITSB] uzaicina viņu sniegt nepieciešamo pierādī-

jumu termiņā, kādu nosaka [ITSB]. Ja oponējošā puse nesniedz šādu pierādījumu norādītajā termiņā, [ITSB] iebildumu noraida.

2. Norādes un pierādījumi lietošanas [izmantošanas] pierādījuma sniegšanai ietver norādes attiecībā uz pretstatāmās preču zīmes precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz ko tā ir reģistrēta un uz ko pamatoti iebildumi, lietošanas vietu, laiku, apjomu un raksturu, kā arī pierādījumi šo norāžu pamatojumam saskaņā ar 3) punktu.

3. Pierādījumi būtībā ir ierobežoti ar papilddokumentu un priekšmetu, tādu kā iepakojumi, uzlīmes, cenrāži, katalogi, faktūrrēķini, fotogrāfijas, laikrakstu sludinājumi un rakstiski paziņojumi, kā norādīts Regulas 76. panta 1. punkta f) apakšpunktā, iesniegšanu.

[..]"

III — *Valsts tiesības*

5 Francijas *code rural* [Lauku kodeksa] (turpmāk tekstā — "*code rural*") L. 641-2. pants šīs lietas faktiem piemērojamajā redakcijā nosaka:

"Nepārstrādātām vai pārstrādātām lauksaimniecības vai pārtikas precēm var ekskluzīvi piešķirt kontrolētu cilmes vietas nosaukumu. *Code de la consommation* L. 115-2.–L. 115-4. un L. 115-8.–L. 115-15. panta noteikumi tām nav piemērojami.

Ievērojot turpmāk norādītos nosacījumus, kontrolētu cilmes vietas nosaukumu šīm precēm var piešķirt tad, ja tie atbilst *code de la consommation* L. 115-1. panta noteikumiem, ja tiem ir pienācīgi izveidojusies atpazīstamība un ja tie ir apstiprināšanas procedūras priekšmets.

Kontrolētu cilmes vietas nosaukumu nekad nevar uzskatīt par tādu, kam ir sugas raksturs, un tas nevar ietilpt publiskajā jomā.

Neskarot uz 1990. gada 6. jūliju spēkā esošās normatīvās vai administratīvās normas, ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu, vai jebkādu citu to atgādinošu norādi nedrīkst izmantot nedz attiecībā uz kādu līdzīgu preci, nedz attiecībā arī uz kādu citu preci vai pakalpojumu, ja ar šādu izmantošanu cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība vai tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta.

Augstākās kvalitātes vīnu cilmes vietu nosaukumi, kas ir minēti L. 641-24. pantā, un tie, kas uz 1990. gada 1. jūliju ir spēkā aizjūras departamentos, saglabā savu statusu."

6 Francijas *code de la consommation* [Patērētāju kodeksa] (turpmāk tekstā — "*code de la consommation*") lietas faktiem piemērojamajā redakcijā L. 115-5. pants nosaka:

"Kontrolēta cilmes vietas nosaukuma piešķiršanas procedūra ir noteikta *code rural* L. 641-2. pantā, kas ir atkārtoti norādīts turpmāk [..]."

7 Francijas *code de la propriété intellectuelle* [Intelektuālā īpašuma kodeksa] (turpmāk tekstā — "*code de la propriété intellectuelle*") lietas faktiem piemērojamajā redakcijā L. 711-3. un L. 711-4. pants ir izteikts šādā redakcijā:

"L. 711-3. pants

Par preču zīmi vai preču zīmes elementu nevar izmantot apzīmējumu:

a) kas ir izslēgts ar pārskatītās 1883. gada 20. marta Parīzes Konvencijas par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību 6.b pantu vai Līguma par Pasaules Tirdzniecības organizācijas izveidošanu IC pielikuma 23. panta 2. punktu;

b) kas ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem, vai kura izmantošana ir aizliegta ar likumu;

c) kura raksturs ļauj maldināt sabiedrību, piemēram, attiecībā uz preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi.

L. 711-4. pants

Par preču zīmi nevar izmantot apzīmējumu, kas skar agrākas tiesības, proti:

a) preču zīmi, kas agrāk ir reģistrēta vai plaši pazīstama Parīzes Konvencijas par rūpnieciskā īpašuma aizsardzību 6.a panta izpratnē;

b) sabiedrības nosaukumu vai apzīmējumu, ja pastāv sajaukšanas iespēja;

c) komersanta nosaukumu vai apzīmējumu, kas ir pazīstams visā valsts teritorijā, ja sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja;

d) aizsargātu cilmes vietas nosaukumu;

e) autortiesības;

f) tiesības, kas izriet no aizsargāta parauga vai modeļa;

g) tiesības, kas ir saistītas ar trešās personas personību, proti, tās uzvārdu, pseidonīmu vai tās attēlu;

h) teritoriālas vienības nosaukumu, attēlu vai reputāciju."

Prāvas priekšvēsture

I — *Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums, ko iesniedza* Anheuser-Busch

8 1996. gada 1. aprīlī *Anheuser-Busch, Inc.* ITSB iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz Regulu Nr. 40/94.

9 Šī reģistrācijas pieteikuma priekšmets bija šāda grafiska preču zīme:



10 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta grafiskas preču zīmes reģistrācija, ietilpst 16., 21., 25., 30. un 32. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru no klasēm atbilst šādam aprakstam:

— 16. klase: "papīrs, kartons un izstrādājumi no šiem materiāliem (kas ietverti 16. klasē); iespiedprodukcija; grāmatu iesiešanas materiāli; rakstāmlietas; līmvielas (lipīgi materiāli) kancelejas vai mājturības vajadzībām; mācību un uzskates līdzekļi (izņemot aparatūru); plastmasas iesaiņojuma materiāli (kas ietverti 16. klasē); spēļu kārtis";

— 21. klase: "mājturības un virtuves piederumi, ierīces, tilpnes un trauki (izņemot izgatavotos no cēlmetāliem vai ar tiem pārklātos); ķemmes un sūkļi; sukas (izņemot otas); materiāli suku izstrādājumiem; tīrīšanas līdzekļi; neapstrādāts vai daļēji apstrādāts stikls (izņemot stiklu celtniecības vajadzībām); izstrādājumi no stikla, porcelāna, fajansa un keramikas (kas ietverti 21. klasē)";

— 25. klase: "apģērbi, apavi, galvassegas";

— 30. klase: "milti un graudu izstrādājumi, maize, konditorejas izstrādājumi; pārtikas ledus; medus, melases sīrups; raugs, cepamais pulveris; sinepes; etiķis, mērces (garšvielas); garšvielas; ledus dzesēšanai; kas ietilpst 30. klasē";

— 32. klase: "alus, els, porteris, alkoholiskie un bezalkoholiskie iesala dzērieni".

11 Preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts 1997. gada 1. decembra *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetenā*] Nr. 31/97.

II — *Pret Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu iesniegtie iebildumi*

12 1998. gada 27. februārī sabiedrība *Budějovický Budvar, národní podnik*, kas ir Čehijas Republikā (turpmāk tekstā — "*Budvar*"), pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 42. pantu, iesniedza iebildumus par visiem reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm.

13 Lai pamatotu savus iebildumus, *Budvar*, pirmkārt, norādīja uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā minēto sajaukšanas iespēju starp reģistrācijai pieteikto grafisko preču zīmi un šādām agrākām *Budvar* īpašumā esošām starptautiskām preču zīmēm:

— starptautiska vārdiska preču zīme "BUDWEISER" (R 238 203), kura 1960. gada 5. decembrī sākotnēji reģistrēta attiecībā uz "visu veidu alu" un kura ir aizsargāta Vācijā, Austrijā, Beniluksa valstīs un Itālijā;

— zemāk attēlotā starptautiska grafiska preču zīme (R 342 157), kura 1968. gada 26. janvārī sākotnēji reģistrēta attiecībā uz "visu veidu alu" un kura ir aizsargāta Vācijā, Austrijā, Beniluksa valstīs, Francijā un Itālijā:



14 1999. gada 3. februārī atbilstoši Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. punktam *Anheuser-Busch* lūdza *Budvar* sniegt šo starptautisko preču zīmju izmantošanas pierādījumus. 1999. gada 7. aprīlī ITSB Iebildumu nodaļa aicināja *Budvar* sniegt šos pierādījumus divu mēnešu laikā, tas ir, vēlākais, 1999. gada 7. jūnijā. Pēc *Budvar* lūguma šis termiņš tika pagarināts līdz 1999. gada 7. septembrim.

15 1999. gada 7. septembrī *Budvar*, lai pierādītu starptautiskas vārdiskas preču zīmes "BUDWEISER" R 238 203 izmantošanu Vācijā, cita starpā iesniedza reklāmas, kas 1996. un 1997. gadā tika publicēta astoņos žurnālos, kopijas, kā arī desmit starp 1993. un 1997. gadu izrakstītus faktūrrēķinus. Turklāt *Budvar*, lai pierādītu starptautiskas vārdiskas preču zīmes "BUDWEISER" R 238 203 izmantošanu Austrijā, cita starpā iesniedza reklāmas, kas 1996. un 1998. gadā tika publicēta sešos žurnālos, kopijas, kā arī desmit starp 1993. un 1997. gadu izrakstītus faktūrrēķinus.

16 Lai pamatotu savus iebildumus, *Budvar*, balstoties uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu, otrkārt, norādīja uz četriem cilmes vietu nosaukumiem, kas atbilstoši Lisabonas vienošanās noteikumiem 1967. gada 22. novembrī reģistrēti Pasaules Intelektuālā īpašuma organizācijā [*Organisation mondiale de la propriété intellectuelle*] (*OMPI*) attiecībā uz alu. Šie cilmes vietu nosaukumi ir šādi:

— cilmes vietas nosaukums Nr. 49: "ČESKOBUDĚJOVICKÉ PIVO" ("BUDWEISER BIER" atbilstoši reģistrācijas redakcijai vācu valodā);

— cilmes vietas nosaukums Nr. 50: "BUDĚJOVICKÉ PIVO — BUDVAR" ("BUDWEISER BIER — BUDVAR" atbilstoši reģistrācijas redakcijai vācu valodā);

— cilmes vietas nosaukums Nr. 51: "BUDĚJOVICKÝ BUDVAR" ("BUDWEISER BUDVAR" atbilstoši reģistrācijas redakcijai vācu valodā);

— cilmes vietas nosaukums Nr. 52: "BUDĚJOVICKÉ PIVO" ("BUDWEISER BIER" atbilstoši reģistrācijas redakcijai vācu valodā).

17 Pamatojoties uz šīm reģistrācijām, *Budvar* norādīja, ka attiecīgie cilmes vietu nosaukumi bija aizsargāti it īpaši Francijas teritorijā un tādējādi tie pamato uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu balstītos iebildumus.

III — *Iebildumu nodaļas lēmums*

18 Ar 2001. gada 8. oktobra lēmumu Nr. 2412/2001 Iebildumu nodaļa:

— pret pieteiktās grafiskās preču zīmes reģistrāciju iesniegtos iebildumus daļēji noraidīja tiktāl, ciktāl iebildumi bija pamatoti ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu un balstījās uz iepriekš 16. punktā minētajiem cilmes vietu nosaukumiem;

— pret pieteiktās grafiskās preču zīmes reģistrāciju iesniegtos iebildumus daļēji apmierināja attiecībā uz precēm, kas ietilpst 32. klasē ("alus, els, porteris, alkoholiskie un bezalkoholiskie iesala dzērieni"), tiktāl, ciktāl iebildumi bija pamatoti ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu un balstījās uz vārdisku starptautisku preču zīmi "BUDWEISER" R 238 203.

19 Saistībā ar iebildumu, kas bija pamatoti ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu, noraidījumu Iebildumu nodaļa būtībā uzskatīja, ka cilmes vietu nosaukumu izmantošana Francijā un Portugālē — ievērojot, ka Francijas un Portugāles tiesības tika norādītas, lai pamatotu iebildumus, — netika pierādīta un ka tādējādi nav ticis pierādīts, ka saistībā ar cilmes vietu nosaukumiem iegūto tiesību piemērošanas joma nav tikai vietējas nozīmes Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta izpratnē. Attiecībā uz Itāliju, kuras teritorijā cilmes vietu nosaukumu izmantošana tika pierādīta, Iebildumu nodaļa secināja, ka aizsardzības, kas Itālijas tiesībās ir piešķirta attiecīgajiem cilmes vietu nosaukumiem, pierādījumi nav tikuši sniegti, jo runa bija par atšķirīgām precēm.

20 Saistībā ar iebildumu, kas balstījās uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, daļēju apmierināšanu Iebildumu nodaļa uzskatīja, ka starptautiskas

vārdiskas preču zīmes "BUDWEISER" R 238 203 un starptautiskas grafiskas preču zīmes R 342 157 faktiskas izmantošanas pierādījumi tika sniegti saistībā ar Vāciju, Austriju, Beniluksa valstīm un Itāliju. Turklāt procesuālās ekonomijas iemeslu dēļ Iebildumu nodaļa, pirmkārt, pārbaudīja starptautisko vārdisko preču zīmi "BUDWEISER" R 238 203. Tā kā šī preču zīme Vācijā un Austrijā nepārprotami bija spēkā, Iebildumu nodaļa savu pārbaudi ierobežoja ar šīm divām dalībvalstīm. Iebildumu nodaļa uzskatīja, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi apzīmētās preces, kas ietilpst 32. klasē ("alus, els, porteris, alkoholiskie un bezalkoholiskie iesala dzērieni"), ir identiskas precēm, uz ko attiecas starptautiskā vārdiskā preču zīme "BUDWEISER" R 238 203. Tā norādīja, ka reģistrācijai pieteiktās grafiskās preču zīmes un starptautiskās vārdiskās preču zīmes "BUDWEISER" R 238 203 fonētiskā un konceptuālā identiskuma un preču identiskuma dēļ sabiedrībai Vācijā un Austrijā saistībā ar 32. klasē ietilpstošajām precēm pastāv sajaukšanas iespēja. Turpretim tā uzskatīja, ka preces, uz kurām attiecas reģistrācijai pieteiktā grafiskā preču zīme un kuras ietilpst 16., 21., 25., 30. klasē, un preces, ko apzīmē ar agrākajām preču zīmēm, nav līdzīgas un tādējādi attiecībā uz šīm precēm sajaukšanas iespēja nepastāv.

IV — *ITSB Apelāciju otrās padomes lēmumi*

21 2001. gada 27. novembrī *Anheuser-Busch* par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelācijas sūdzību tiktāl, ciktāl ar šo lēmumu uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu balstītie iebildumi par 32. klasē ietilpstošajām precēm tika apmierināti.

22 2001. gada 10. decembrī *Budvar* par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelācijas sūdzību tiktāl, ciktāl uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu balstītie iebildumi par 16., 21., 25., 30. un 32. klasē ietilpstošajām precēm tika noraidīti.

23 Apelācijas sūdzībā *Budvar* neapstrīd iebildumu, kas pamatojās uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, daļēju noraidīšanu attiecībā uz 16., 21., 25. un 30. punktā ietilpstošajām precēm.

24 Ar 2003. gada 3. decembra lēmumu (lietas R 1000/2001-2 un R 1024/2001-2, turpmāk tekstā — "apstrīdētais lēmums") ITSB Apelāciju otrā padome *Budvar* un *Anheuser-Busch* par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniegtās apelācijas sūdzības noraidīja.

25 Attiecībā uz *Anheuser-Busch* iesniegto apelāciju — Apelāciju padome norādīja, ka, uzskatot, ka starptautiskas vārdiskas preču zīmes "BUDWEISER" R 238 203 izmantošanas pierādījums attiecībā uz Vāciju un Austriju tika sniegts, Iebildumu nodaļa nav pieļāvusi kļūdu. Turklāt Apelāciju padome uzskatīja, ka, ņemot vērā, pirmkārt, to, ka reģistrācijai pieteiktās grafiskās preču zīmes visvairāk dominējošā iezīme ir identiska agrākajai vārdiskajai preču zīmei un, otrkārt, ka attiecīgās preces ir identiskas, starp reģistrācijai pieteikto grafisko preču zīmi un starptautisko vārdisko preču zīmi "BUDWEISER" R 238 203 Vācijā un Austrijā attiecībā uz precēm, kuras ietilpst 32. klasē, pastāv sajaukšanas iespēja.

26 Saistībā ar *Budvar* iesniegto apelāciju Apelāciju padome vispirms uzskatīja, ka attiecībā uz 32. klasē ietilpstošajām precēm tā ir nepieņemama, jo šajā jautājumā uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pamata pieņemtais lēmums *Budvar* bija labvēlīgs.

27 Spriežot pēc būtības, attiecībā uz preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītajām 16., 21., 25. un 30. klasē ietilpstošajām precēm un sakarā ar iebildumiem, kas pamatojas uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu, Apelāciju padome vispirms

uzskatīja, ka *Budvar* sniegtie pierādījumi nav pietiekami, lai pierādītu attiecīgo cilmes vietu nosaukumu aizsardzību Itālijas un Portugāles tiesībās.

28 Turpmāk un pretēji tam, ko bija norādījusi Iebildumu nodaļa, Apelāciju padome uzskatīja, ka pierādījums faktam, ka saistībā ar cilmes vietu nosaukumiem iegūto tiesību piemērošanas joma nav tikai vietējas nozīmes Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta izpratnē, saistībā ar Franciju jau ticis sniegts citos procesos. Tādējādi, pretēji tam, ko bija nolēmusi Iebildumu nodaļa, Apelāciju padome uzskatīja, ka *Budvar* nav pienākuma pierādīt šos faktus no jauna.

29 Tādēļ atbilstoši Apelāciju padomes viedoklim vienīgais pastāvošais jautājums ir tas, vai saskaņā ar Francijas tiesībām attiecīgie cilmes vietu nosaukumi ir aizsargāti. Attiecībā uz 16., 21., 25. un 30. klasē ietilpstošajām precēm Apelāciju padome uz šo jautājumu atbildēja, ka cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, Francijā ir aizsardzība, kuru piešķir *code rural* L. 641-2. pants, kurā ir paredzēts, ka "ģeogrāfisku nosaukumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu, vai jebkādu citu to atgādinošu norādi nedrīkst izmantot nedz attiecībā uz kādu līdzīgu preci [..], nedz attiecībā arī uz kādu citu preci vai pakalpojumu, ja ar šādu izmantošanu cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība var tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta". Apelāciju padome piebilda, ka, tā kā preces, uz ko attiecas Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums, atšķiras no precēm, uz ko attiecas konkrētie cilmes vietu nosaukumi, ir jāpārbauda, vai ar reģistrācijai pieteiktās grafiskās preču zīmes izmantošanu Francijā minēto cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību var ļaunprātīgi izmantot vai vājināt. Šajā sakarā Apelāciju padome precizēja, ka atpazīstamību nevar ļaunprātīgi izmantot vai vājināt tad, ja tā nepastāv, un ka *Budvar* nav iesniegusi nekādus datus par to, ka attiecīgajiem cilmes vietu nosaukumiem Francijā ir atpazīstamība. Apelāciju padome uzskatīja, ka šādu atpazīstamību turklāt nevar prezumēt un ka *Budvar* nav izdevies pierādīt, kādā veidā cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība, ja pieņem, ka tā eksistē, varētu tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta tad, ja *Anheuser-Busch* būtu tiesīga grafisku preču zīmi, kas iekļauj terminu "Budweiser", izmantot attiecībā uz reģistrācijai pieteiktām precēm, kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē.

Lietas dalībnieku prasījumi

I — *Lieta T-57/04*

30 *Budvar* prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt ITSB Apelāciju otrās padomes 2003. gada 3. decembra lēmumu, kas ir pieņemts lietā R 1024/2001-2;

— noraidīt 1996. gada 1. aprīlī sabiedrības *Anheuser-Busch* vārdā iesniegto reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz 16., 21., 25. un 31. preču klasi;

— nodot Pirmās instances tiesas spriedumu ITSB;

— piespriest *Anheuser-Busch* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

31 ITSB un *Anheuser-Busch* prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest *Budvar* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

II — *Lieta T-71/04*

32 *Anheuser-Busch* prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt ITSB Apelāciju otrās padomes 2003. gada 3. decembra lēmumu, kas ir pieņemts lietā R 1000/2001-2, tiktāl, ciktāl ar to ir noraidīts preču zīmes reģistrācijas pieteikums attiecībā uz precēm, kuras ietilpst 32. klasē;

— piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

33 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību kopumā;

— piespriest *Anheuser-Busch* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

34 *Budvar* prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi

— atzīt *Anheuser-Busch* celto prasību par nepieņemamu;

— pakārtoti, apstiprināt lēmumu, ko apstrīd *Anheuser-Busch*;

— uzdot Pirmās instances tiesas spriedumu paziņot ITSB;

— piespriest *Anheuser-Busch* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

I — *Lieta T-57/04*

35 Kā ievada apsvērumu ir jāatzīmē, ka *Budvar* prasība Pirmās instances tiesā ir vērsta uz to, lai apstrīdēto lēmumu apstrīdētu tiktāl, ciktāl ar to ir noraidīti uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu balstītie iebildumi attiecībā uz precēm, kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē.

36 *Budvar* prasība Pirmās instances tiesā nav vērsta uz to, lai apstrīdēto lēmumu apstrīdētu tiktāl, ciktāl tajā ir norādīts, ka Apelāciju padomē iesniegtā apelācija attiecībā uz 32. klasē ietilpstošajām precēm ir nepieņemama.

37 Turklāt ir jākonstatē, ka prasības pieteikumā *Budvar* kļūdaini norādīja 31. klasi, uz kuru attiecīgās grafiskās preču zīmes reģistrācijas pieteikums neattiecas.

A — *Par* Budvar *prasījumu otrās daļas pieņemamību*

38 Ir jāatgādina, ka ar *Budvar* iesniegto prasījumu otro daļu, kas ir vērsta uz to, lai "noraidītu 1996. gada 1. aprīlī sabiedrības *Anheuser-Busch* vārdā iesniegto reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz 16., 21., 25. un 31. preču klasi", tā būtībā vēlas lūgt Pirmās instances tiesu izdot ITSB rīkojumu atteikt pieteiktās grafiskās preču zīmes reģistrāciju (šajā sakarā skat. 2002. gada 23. oktobra spriedumu lietā T-388/00 *Institut für Lernsysteme*/ITSB — *Educational Services* ("ELS"), *Recueil*, II-4301. lpp., 18. punkts, un 2005. gada 9. marta spriedumu lietā T-33/03 *Osotspa*/ITSB — *Distribution & Marketing* ("Hai"), Krājums, II-763. lpp., 14. punkts).

39 Šajā sakarā ir jāatgādina, ka atbilstoši Regulas Nr. 40/94 63. panta 6. punktam ITSB veic nepieciešamos pasākumus, lai ievērotu Kopienu tiesas spriedumu. Tādēļ Pirmās instances tiesai nav jāizdod rīkojumi ITSB (Pirmās instances tiesas 2001. gada 31. janvāra spriedums lietā T-331/99 *Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld*/ITSB ("Giroform"), *Recueil*, II-433. lpp., 33. punkts; 2002. gada 27. februāra spriedums lietā T-34/00 *Eurocool Logistik*/ITSB ("EUROCOOL"), *Recueil*, II-683. lpp., 12. punkts, un iepriekš 38. punktā minētais spriedums lietā "ELS", 19. punkts).

40 No tā izriet, ka *Budvar* prasījumu otrā daļa ir nepieņemama.

B — *Par lietas būtību*

41 *Budvar* prasība pamatojas uz vienu pamatu, kas attiecas uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta pārkāpumu.

42 Vispirms *Budvar* atgādina regulējumu, kas nosaka cilmes vietu nosaukumu aizsardzību Francijas tiesībās.

43 *Budvar* it īpaši norāda, ka cilmes vietas nosaukuma mērķis ir pievienot precei ģeogrāfisko apzīmējumu, kas garantē tās izcelsmi un īpašības, lai gan šīs preces patērētāju, gan ražotāju aizsargātu pret neatļautu izmantošanu. Šis mērķis ir pamats tam, ka teksti attiecībā uz cilmes vietu nosaukumu aizsardzību Francijā ir atrodami gan *code de la propriété intellectuelle*, gan arī *code rural*, abos no kuriem ir atsauce uz *code de la consommation*. *Budvar* arī uzsver, ka cilmes vietas nosaukumu nosaka ar dekrētu, kurā norobežo ražošanas ģeogrāfisko apgabalu un nosaka šīs ražošanas nosacījumus un preces apstiprināšanu.

44 *Budvar* turklāt precizē, ka cilmes vietu nosaukumi ir sabiedriskās kārtības sastāvdaļa un tiem ir absolūta aizsardzība un ka Francijas tiesībās cilmes vietu nosaukumi, salīdzinot ar preču zīmēm, ir primāri. Tas izpaužoties ne vien absolūtā aizliegumā reģistrācijai pieteikt preču zīmi, kas apdraud cilmes vietas nosaukumu, bet arī aizliegumā izmantot jebkādu apzīmējumu, kas, pārņemot šo cilmes vietas nosaukumu veidojošo ģeogrāfisko apzīmējumu, to [nosaukumu] apdraud. Šajā sakarā *Budvar*, pirmkārt, uzsver, ka *code de la consommation* L. 115-5. pants paredz, ka "kontrolētu cilmes vietas nosaukumu nekad nevar uzskatīt par tādu, kam ir sugas raksturs, un tas nevar ietilpt publiskajā jomā"; otrkārt, ka cilmes vietas nosaukums būtībā ir kādas noteiktas vietas izcelsmes preces apzīmējums un, treškārt, ka atšķirībā no preču zīmes, kas netiek izmantota, cilmes vietas nosaukumu nevar atcelt.

45 *Budvar* no minētā secina, ka, ja preču zīmes reģistrācija var apdraudēt Francijā aizsargātu cilmes vietas nosaukumu, šāda reģistrācija, neatkarīgi no precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem reģistrācijas pieteikums ir iesniegts, nekad nav iespējama. No tā izrietot, ka cilmes vietas nosaukuma pārņemšana attiecībā uz kādu citu preci, neatkarīgi no tā, vai tā ir identiska, līdzīga vai atšķirīga, nav iespējama.

46 Ņemot vērā šīs norādes, *Budvar* uzskata, ka Apelāciju padome ir pieļāvusi divas kļūdas.

47 Pirmajā daļā *Budvar* uzskata, ka *code rural* L. 641-2. pants nav piemērojams un, lai novērtētu, vai apzīmējumu, ko veido aizsargāta cilmes vietas nosaukuma ģeogrāfiskais apzīmējums, var reģistrēt kā preču zīmi, Apelāciju padomei bija jāatsaucas uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. un L. 711-4. pantu.

48 Otrajā daļā *Budvar* pakārtoti norāda, ka *code rural* L. 641-2. pantu Apelāciju padome jebkurā gadījumā ir piemērojusi kļūdaini.

49 Pirmās instances tiesa atzīmē, ka lietas dalībnieku argumenti precīzāk attiecas uz *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas nozīmi šajā lietā.

1. Par pirmo daļu, kas attiecas uz *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas nepiemērošanu

a) Lietas dalībnieku argumenti

Budvar argumenti

50 Atgādinot par Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta noteikumiem, *Budvar* norāda, ka nav strīda par to, ka, pamatojoties uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta un *code rural* L. 641-2. panta noteikumiem, Francijas tiesības cilmes vietas nosaukuma īpašniekam ļauj aizliegt gan jaunākas preču zīmes reģistrāciju, gan arī tās izmantošanu.

51 Tomēr šajā lietā tiekot lūgta nosaukuma "Budweiser" kā preču zīmes reģistrācija un šādas preču zīmes izmantošana esot ārpus strīda robežām.

52 Tādēļ *Budvar* atsaucas uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. un L. 711-4. pantu, kas nosaka preču zīmes reģistrācijas atteikuma pamatus.

53 Pamatojoties uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktu, kas paredz, ka "par preču zīmi nevar izmantot apzīmējumu, kas skar agrākās tiesības, proti, [..] aizsargātu cilmes vietas nosaukumu", *Budvar* uzskata, ka cilmes vietas nosaukuma izmantošanas tiesību īpašnieks var panākt preču zīmes, kas to atdarina vai imitē, spēkā neesamību un aizliegt tās izmantošanu.

54 *Budvar* arī precizē, ka cilmes vietu nosaukumi ir agrākas tiesības, kas, pretēji tam, kas ir noteikts attiecībā uz sabiedrības nosaukumiem vai apzīmējumiem, komersanta nosaukumiem vai apzīmējumiem vai agrākām preču zīmēm, ir tāda veida preču zīmes spēkā esamības šķērslis, ka sajaukšanas iespējas vai preču līdzības pierādīšana nav vajadzīga. Šajā jautājumā *Budvar* atsaucas uz *code de la propriété intellectuelle* L. 716-1., L. 713-2. un L. 713-3. pantu. Tādējādi, pamatojoties uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pantu, esot uzskatāms, ka apzīmējumu, kas atdarina cilmes vietas nosaukumu, nevar reģistrēt kā preču zīmi, un nedz minētā cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība, kas eksistējot pēc definīcijas, nedz arī preces, ko apzīmē ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, vērā neesot jāņem.

55 *Budvar* turklāt piebilst, ka preču zīmes reģistrācijas atteikumu var izteikt, pamatojoties arī uz sabiedriskās kārtības apdraudējumu, kas ir paredzēts *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. panta b) punktā, kurš nosaka, ka "par preču zīmi vai preču zīmes elementu nevar izmantot apzīmējumu, kas ir [..] pretrunā sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem, vai kura izmantošana ir aizliegta ar likumu". *Budvar* uzskata, ka, tā kā cilmes vietas nosaukuma piederība sabiedriskajai kārtībai iepriekš jau tika pierādīta, jebkāds preču zīmes, kas apdraud cilmes vietas nosaukumu, reģistrācijas pieteikums uz šī pamata ir noraidāms. *Budvar* it īpaši atsaucas uz *cour d'appel de Paris* [Parīzes Apelācijas

instances tiesas] 1990. gada 15. februārī pasludināto spriedumu, kurā tā esot uzskatījusi, ka sabiedriskā kārtība ir jāsaprot tādējādi, ka tā ietver tautsaimniecības tiesību aktu imperatīvas normas, tostarp tās, kas ir vērstas uz patērētāju aizsardzību, un *Cour de cassation française* [Francijas Kasācijas tiesas] 1993. gada 26. oktobra spriedumu, ar ko ir noteikta cilmes vietu nosaukumu "Fourme d'Ambert" un "Fourme de Montbrison" aizsardzība sabiedriskās kārtības iemeslu dēļ.

56 Visbeidzot *Budvar* norāda, ka ar *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. panta c) punktu ir aizliegta jebkāda maldinoša apzīmējuma reģistrācija un šajā sakarā tajā ir noteikts, ka "par preču zīmi vai preču zīmes elementu nevar izmantot [..] apzīmējumu, kura raksturs ļauj maldināt sabiedrību, piemēram, attiecībā uz preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi". Tātad *Budvar* uzskata, ka 16., 21., 25. un 30. klasē ietilpstošu preču laišana apgrozībā ar nosaukumu "Budweiser", kas saistībā ar noteiktām precēm, kuru skaitā ietilpst alus, ir pazīstams, vedinātu sabiedrību maldīties vai varētu likt tai vilties saistībā ar šai precei piemītošām īpašībām, kuras it īpaši ir saistītas ar tā ražošanas vietu.

57 Turpretim *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa, kas ir pārņemta *code de la consommation* L. 115-5. pantā, esot vērsta nevis uz to, lai aizliegtu preču zīmes, kas ir pretrunā cilmes vietas nosaukumam, reģistrāciju, bet gan vienīgi uz to, lai aizliegtu ģeogrāfiskā apzīmējuma, kas veido cilmes vietas nosaukumu vai tā daļu, izmantošanu. *Budvar* uzskata, ka *code de la propriété intellectuelle* normām ir citi mērķi nekā *code de la consommation* normām. Pirmās attiecoties uz apzīmējumu, kas ietilpst intelektuālā īpašuma jomā, iegūšanu, kamēr otrās attiecoties tieši uz patērētāja aizsardzību.

58 No tā izrietot, ka, lai novērtētu, vai apzīmējumu, ko veido aizsargāta cilmes vietas nosaukuma ģeogrāfiskais apzīmējums, var reģistrēt kā preču zīmi, esot jāatsaucas uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. un L. 711-4. pantu un nevis uz *code rural* L. 641-2. panta ceturto daļu, kā to ir izdarījusi Apelāciju padome.

59 2005. gada 24. augusta vēstulē, kas tika iesniegta, atbildot uz Pirmās instances tiesas uzdotu jautājumu, *Budvar* turklāt norāda, ka, lai pamatotu savus iebildumus, ITSB instancēs un it īpaši Apelāciju padomē tā atsaucās uz *code rural* L. 641-2. panta ceturto daļu. Neraugoties uz to, *Budvar* tomēr uzskata, ka turpmāk, Pirmās instances tiesā, tā drīkst norādīt, ka šis noteikums šajā lietā nav piemērojams. Šajā sakarā *Budvar*, pirmkārt, uzskata, ka tiktāl, ciktāl strīda priekšmetu veido iebildumi pret pieteiktās grafiskās preču zīmes reģistrāciju, tā šo strīda priekšmetu nav grozījusi. Otrkārt, *Budvar* norāda, ka norāde uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. un L. 711-4. pantu nenozīmē jaunu faktu ņemšanu vērā, jo šie panti ir prasības Pirmās instances tiesā pamats. Konkrēti attiecībā uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktu *Budvar* precizē, ka šo normu tā bija norādījusi ITSB instancēs. Visbeidzot, atsaucoties uz Pirmās instances tiesas 2005. gada 20. aprīļa spriedumu lietā T-318/03 *Atomic Austria*/ITSB — *Fabricas Agrupadas de Muñecas de Onil* ("ATOMIC BLITZ") (Krājums, II-1319. lpp.), *Budvar* būtībā uzskata, ka ITSB bija jāiegūst informācija par attiecīgās dalībvalsts valsts tiesībām pēc savas iniciatīvas.

ITSB argumenti

60 Pirms atbildēt uz *Budvar* tās pirmajā daļā norādītajiem argumentiem, ITSB sniedz savu Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta teksta un it īpaši tajā paredzēto nosacījumu interpretāciju.

61 ITSB, pirmkārt, uzsver, ka agrākajām tiesībām jābalstās uz izmantošanu, kas nav tikai vietējas nozīmes. Šajā sakarā ITSB norāda, ka saskaņā ar Lisabonas vienošanos veiktās reģistrācijas ir agrākas tiesības, kas ietilpst Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta piemērošanas jomā. Turklāt ITSB precizē, ka šajā lietā *Budvar* ir iesniegusi agrāko tiesību izmantošanas pierādījumus Francijā.

62 Otrkārt, ITSB uzskata, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts ir piemērojams nereģistrētām preču zīmes un citiem agrākiem apzīmējumiem, ko komercdarbībā izmanto, lai apzīmētu tiesību īpašnieka preces vai pakalpojumus vai komercdarbību. Ģeogrāfiskā izcelsme esot ar komercdarbību saistīts faktors tiktāl, ciktāl runa ir par būtisku elementu, kas nosaka attiecīgās preces izvēli un pirkumu. Šajā jautājumā ITSB norāda uz Tiesas 2003. gada 20. maija spriedumu lietā C-108/01 *Consorzio del Prosciutto di Parma* un *Salumificio S. Rita* (*Recueil*, I-5121. lpp.).

63 Treškārt, ITSB atzīmē, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts prasa, lai iebildumu iesniedzējs būtu "nereģistrētas preču zīmes vai cita apzīmējuma, ko izmanto komercdarbībā, īpašnieks". Šajā jautājumā ITSB precizē, ka dažās tiesību sistēmās ģeogrāfiskie apzīmējumi nav komerciālie apzīmējumi, jo tiem, kam ir tiesības tos izmantot, netiek piešķirtas nekādas individuālās tiesības. Turpretim citās tiesību sistēmās fiziskām personām vai to apvienībām uz ģeogrāfiskajiem apzīmējumiem tiekot piešķirtas ekskluzīvas tiesības, ieskaitot tiesības aizliegt jaunākas preču zīmes izmantošanu. Pēdējā gadījumā, kurā atbilstoši ITSB viedoklim ietilpst šajā lietā piemērojamās Francijas tiesības, ar ģeogrāfisko apzīmējumu saistītas tiesības ietilpst Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta piemērošanas jomā.

64 Turklāt, atsaucoties uz Lisabonas vienošanās 5. panta 1. punktu, ITSB atzīmē, ka cilmes vietu nosaukumus reģistrē par labu publiskām vai privātām fiziskām vai juridiskām personām, lai arī tas notiek pēc kompetento iestāžu pieteikuma. Turklāt Lisabonas vienošanās 8. pants paredzot, ka cilmes vietu nosaukumu aizsardzības nodrošināšanai vajadzīgie tiesiskie pasākumi, piemērojot valsts tiesību aktus, var tikt veikti saskaņā ar kompetentu iestāžu rīcību vai pēc prokuratūras vai jebkādas ieinteresētas personas pieteikuma. ITSB uzskata, ka ekskluzīvas aizsargāta nosaukuma izmantošanas tiesības, ko papildina tiesības celt prasību pret tā neatbilstošu izmantošanu, ir pietiekamas, lai tās kvalificētu kā īpašnieka tiesības vai vismaz kā tās, kas ir līdzvērtīgas īpašnieka tiesībām Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta izpratnē. Šo secinājumu apstiprinot Lisabonas vienošanās 5. panta 3. punkts.

65 Ceturtkārt, ITSB norāda, ka atbilstoši valsts tiesību aktiem attiecīgām tiesībām jābūt aizsargātām pirms apstrīdētas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas. Saistībā ar šo lietu ITSB uzsver, ka attiecīgie cilmes vietu nosaukumi tika reģistrēti 1967. gada 22. novembrī un ka to aizsardzība Francijā pastāv, sākot ar šīs reģistrācijas datumu. Tādējādi attiecīgās tiesības esot agrākas par apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu.

66 Piektkārt, ITSB pievēršas nosacījumam, ka agrākām tiesībām atbilstoši piemērojamiem valsts tiesību aktiem ir jāpiešķir to [agrāko tiesību] īpašniekam tiesības aizliegt pretstatītas preču zīmes izmantošanu.

67 Šajā posmā ITSB atbild it īpaši uz *Budvar* pirmajā daļā norādītajiem argumentiem par piemērojamām Francijas tiesībām.

68 ITSB uzskata, ka ir noteikts, ka Francijas tiesību normas iekļauj vairākus noteikumus attiecībā uz konfliktiem starp cilmes vietu nosaukumiem un jaunākiem apzīmējumiem.

69 Atgādinot *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumus, ITSB atzīmē, ka šī norma ir minēta un pārņemta *code de la consommation* L. 115-5. pantā.

70 Sakarā ar *Budvar* argumentiem, kas norāda uz to, ka, pretēji tam, ko ir nolēmusi Apelāciju padome, piemērojamie noteikumi ir *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. panta b) un c) punkts un L. 711-4. panta d) punkts un nevis *code rural* L. 641-2. pants, ITSB norāda, ka tad, ja runa ir par Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu, valsts tiesību akti ir jāpiemēro tāpat kā to būtu darījusi valsts tiesa. Saistībā ar minēto valsts judikatūrai esot īpaša nozīme un tā saista ITSB.

71 ITSB norāda, ka visos valsts spriedumos, kurus *Budvar* iesniedza iebildumu procesā vai Pirmās instances tiesā un kuros ir izskatīti konflikti starp cilmes vietu nosaukumiem un jaunākām preču zīmēm, tika piemērota *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa un nevis *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punkts. Tas pierādot, ka *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punkts vai jebkāda cita šajā kodeksā iekļauta norma nav piemērojama.

72 Precīzāk analizējot *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktu, ITSB iebilst pret *Budvar* secinājumu, ka cilmes vietu nosaukumiem attiecībā pret jaunākām preču zīmēm ir absolūta un beznosacījumu aizsardzība. Šajā sakarā ITSB norāda, ka *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punkts attiecas uz aizliegumu reģistrēt ar cilmes vietas nosaukumu konfliktējošu apzīmējumu, nevis uz aizliegumu šādu apzīmējumu izmantot. Tā kā Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts noteikti prasa, lai valsts tiesību akti piešķirtu "īpašniekam tiesības aizliegt kādas jaunākas preču zīmes izmantošanu" un nevis tās reģistrāciju, ITSB secina, ka *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pants nav piemērojams.

73 Ja pieņem, ka tiesības aizliegt reģistrāciju piešķir arī tiesības aizliegt jaunākas preču zīmes izmantošanu, tad jāņem vērā cilmes vietas nosaukuma "apdraudējuma" nosacījumi *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punkta izpratnē.

74 ITSB atzīmē, kā ir norādījusi *Budvar*, ka tiktāl, ciktāl runa ir par cilmes vietu nosaukumiem, saistībā ar šo "apdraudējuma" jēdzienu *code de la propriété intellectuelle* neko neparedz, taču attiecībā uz agrākām preču zīmēm sabiedrības nosaukumiem vai komersanta nosaukumiem tas satur izteiktākas norādes. ITSB uzskata, ka tas nav pārsteidzoši, jo cilmes vietu nosaukumu aizsardzības piemērošanas joma ir speciāli noteikta *code rural* L. 641-2. panta ceturtajā daļā. Tādējādi termins "apdraudējums" jāinterpretē šīs pēdējās normas kontekstā.

75 No visiem šiem apsvērumiem izrietot, ka *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punkts *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas saturu nedz papildina, nedz arī sašaurina. Šī pēdējā norma esot vienīgā, kas ir piemērojama, lai noteiktu cilmes vietu nosaukumiem piešķirtās aizsardzības piemērošanas jomu attiecībā pret jaunāku apzīmējumu un it īpaši preču zīmju izmantošanu.

76 Attiecībā uz *Budvar* norādi uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. panta b) un c) punktu — ITSB uzskata, ka šī norma neattiecas uz lietu, jo runa tajā ir par absolūtajiem atteikuma pamatojumiem, tas ir, tādu apzīmējumu aizliegumu, kas ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai vai kuri var maldināt sabiedrību, piemēram, attiecībā uz preču vai pakalpojumu raksturu, kvalitāti vai ģeogrāfisko izcelsmi. Šī norma esot Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta f) un g) apakšpunkta ekvivalents. Atsaucoties uz Pirmās instances tiesas 2003. gada 9. aprīļa spriedumu lietā T-224/01 *Durferrit/ITSB — Kolene* ("NU-TRIDE") (*Recueil*, II-1589. lpp.), ITSB precizē, ka valsts vai Kopienas normas attiecībā uz absolūtajiem atteikuma pamatojumiem ITSB iebildumu procesos jebkurā gadījumā nevar norādīt.

77 Turklāt 2005. gada 9. augusta vēstulē, kas ir iesniegta, atbildot uz Pirmās instances tiesas uzdotu jautājumu, ITSB apgalvo, ka *Budvar* nedrīkstot norādīt uz *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas nepiemērošanu šajā lietā, jo pirms tam ITSB instancēs tā bija norādījusi, ka uz šo normu pamatojas attiecīgie iebildumi.

Anheuser-Busch argumenti

78 Vispirms *Anheuser-Busch* atgādina, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta kontekstā, tā kā runa ir par valsts tiesību aktiem, faktu daļu veido piemērojamas

tiesību normas, judikatūra un doktrīna. Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punktu iebildumu iesniedzējam esot bijis jāiesniedz un jāpierāda šie elementi. Šajā lietā *Budvar* neesot sniegusi piemērojamo tiesību sistemātisku paskaidrojumu un vēl jo mazāk pierādījumus, kas pamato tās nostāju.

79 Saistībā ar piemērojamām Francijas tiesību normām *Anheuser-Busch* uzskata, ka dažādu procesu gaitā *Budvar* iesniegtie elementi ir pretrunīgi un neskaidri. Procesā ITSB iebildumi pamatā esot bijuši balstīti uz *code rural* L. 641-2. panta ceturto daļu. Tā kā Apelāciju padome uz šo pamatu balstītos iebildumus esot noraidījusi, *Budvar* esot mainījusi viedokli un pirmo reizi esot norādījusi, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa nav piemērojama (norādot, ka būtu jāpiemēro *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. un L. 711-4. pants). *Anheuser-Busch* uzskata, ka šī viedokļa maiņa un tiesiskā stāvokļa Francijā pretrunīga atspoguļošana pašas par sevi pamato šīs prasības noraidīšanu. *Anheuser-Busch* it īpaši norāda, ka šajā procesa posmā *Budvar* nedrīkst grozīt tiesisko pamatu un ka šim nolūkam Pirmās instances tiesai iesniegtie argumenti nav jāņem vērā. Tas atbilstot Pirmās instances tiesas praksei šādos jautājumos (Pirmās instances tiesas 2003. gada 3. jūlija spriedums lietā T-129/01 *Alejandro*/ITSB — *Anheuser-Busch* ("BUDMEN"), *Recueil*, II-2251. lpp., 67. punkts, un 2004. gada 18. februāra spriedums lietā T-10/03 *Koubi*/ITSB — *Flabesa* ("CONFORFLEX"), *Recueil*, II-719. lpp., 52. punkts).

80 Turklāt *Anheuser-Busch* norāda, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa ir piemērojama. *Anheuser-Busch* uzsver, ka *Budvar* pati ir norādījusi, ka *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pants "aizliedz par preču zīmi reģistrēt apzīmējumu, kas apdraud cilmes vietas nosaukumu", un tajā pašā laikā, no otras puses, *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa "aizliedz vienīgi ģeogrāfiskā apzīmējuma, kas pilnībā vai daļēji veido cilmes vietas nosaukumu, izmantošanu". Citiem vārdiem sakot, *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pants regulējot Francijas preču zīmju reģistrāciju, bet *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa attiecoties uz jaunākas preču zīmes izmantošanu. Tādējādi, ņemot vērā, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts attiecas

uz "tiesībām aizliegt kādas jaunākas preču zīmes izmantošanu", *Anheuser-Busch* no tā secina, ka piemērojama ir vienīgi *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa.

81 Turklāt, ja pieņem, ka *Budvar* argumenti saistībā ar *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pantu būtu pieņemami un tie būtu jāanalizē, *Anheuser-Busch* uzskata, ka šie argumenti nav pamatoti.

82 *Anheuser-Busch* it īpaši uzsver, ka *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pants nenosaka visu tajā minēto agrāko tiesību aizsardzības piemērošanas jomu. Nosakot, ka šīs agrākās tiesības nepieļauj preču zīmes reģistrāciju tad, ja tā tās apdraud, *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pantā drīzāk esot prezumēts, ka aizsardzības piemērošanas joma ir definēta un regulēta citur. Ja *Budvar* norādītā interpretācija būtu pareiza, tad citām agrākām tiesībām, tādām kā ļoti labi pazīstamas agrākas preču zīmes, autortiesības, rūpnieciskās un personīgās tiesības, attiecībā pret jaunākām preču zīmēm un neatkarīgi no citiem nosacījumiem, tādiem kā it īpaši attiecīgo tiesību līdzība, būtu "absolūtā aizsardzība".

83 Patiesais jautājums, kas rodas saistībā ar *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pantu, ir tas, vai agrākas tiesības tika apdraudētas vai ne. Atbildi var sniegt tikai tad, ja ņem vērā šīm tiesībām piemērojamo speciālo regulējumu. Šajā sakarā *Anheuser-Busch* atzīmē, ka pašā *code de la propriété intellectuelle* ir izdarīta noteikta atsauce uz *code rural*. Proti, *code de la propriété intellectuelle* VII grāmatas II iedaļā, kas attiecas uz "cilmes vietu nosaukumiem", ir iekļauts viens pants (L. 721-1.), kurā ir norādīts, ka "cilmes vietu nosaukumu noteikšanas noteikumus paredz *code de la consommation* L. 115-1. pants". Tādējādi cilmes vietu nosaukumu aizsardzībai būtu piemērojami *code de la consommation* noteikumi, kuros savukārt ir paredzēta atsauce uz *code rural*. Tādējādi *Anheuser-Busch* iebilst pret *Budvar* nostāju, atbilstoši kurai apzīmējumu, kas atdarina cilmes vietas nosaukumu, kā preču zīmi nedrīkst reģistrēt jebkādos apstākļos. *Anheuser-Busch* uzskata, ka cilmes vietas nosaukums tiek aizsargāts attiecībā uz noteiktu preci. Tā kā šajā lietā iesaistītās preces ir atšķirīgas, viena un tā paša termina izmantošana attiecībā uz šīm precēm

cilmes vietas nosaukumus varot apdraudēt tikai īpašos apstākļos. Šādus apstākļus paredzot vienīgi *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa, nevis *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. pants. Tādējādi, lai noteiktu, vai atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktam Francijas tiesību akti *Budvar* piešķir tiesības, šī pēdējā norma [L. 711-4. pants] neesot piemērojama.

84 Turklāt *Anheuser-Busch* atzīmē, ka uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. panta b) un c) punkta pārkāpumu *Budvar* norādīja pirmo reizi sešos procesa gados. *Anheuser-Busch* uzskata, ka atbildes sniegšana uz šiem argumentiem, kas ir nepieņemami un nepiemērojami, nav vajadzīga. Šie apgalvojumi esot iesniegti ar nokavējumu un jebkurā gadījumā neesot pamatoti nedz ar faktiem, nedz ar pierādījumiem. Turklāt *Anheuser-Busch* uzsver, ka izskatāmās lietas izriet no iebildumiem, kas attiecas uz relatīvajiem atteikuma pamatojumiem. Taču *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. pants attiecoties uz absolūtajiem preču zīmes reģistrācijas atteikuma pamatojumiem un turklāt tiekot piemērots tikai preču zīmju reģistrācijas pieteikumiem, kas ir iesniegti Francijā.

b) Pirmās instances tiesas vērtējums

85 Ir jāatzīmē, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts ļauj celt iebildumus pret Kopienas preču zīmes reģistrāciju, pamatojoties uz apzīmējumu, kas nav agrāka preču zīme, jo pēdējo gadījumu regulē 8. panta 1.–3. un 5. punkts.

86 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktam šādam apzīmējumam jābūt izmantotam plašākā nekā tikai vietējas nozīmes komercdarbībā. Saskaņā ar šim apzīmējumam piemērojamām dalībvalsts tiesībām no šī apzīmējuma izrietošām

tiesībām jābūt iegūtām pirms Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma vai preču zīmes reģistrācijas pieteikuma atbalstam norādītā prioritātes datuma. Tāpat atbilstoši šim apzīmējumam piemērojamām dalībvalsts tiesībām tam jāpiešķir īpašniekam tiesības aizliegt jaunākas preču zīmes izmantošanu.

87 *Budvar* Pirmās instances tiesā ir izvirzījusi jautājumu par Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta pēdējo nosacījumu, tas ir, vai šajā lietā tika pietiekami pierādīts, ka, pamatojoties uz piemērojamām Francijas tiesībām, norādītie cilmes vietu nosaukumi piešķir tiesības aizliegt agrākas preču zīmes izmantošanu.

88 Tā kā Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts ir nodaļā, kas ir veltīta relatīvajiem atteikuma pamatojumiem, un ņemot vērā šīs pašas regulas 74. pantu, pierādīšanas pienākums attiecībā uz to, ka attiecīgais apzīmējums piešķir tiesības aizliegt jaunākas preču zīmes izmantošanu, ir iebildumu iesniedzējam ITSB.

89 Šajā kontekstā ir jāņem vērā it īpaši attiecīgie valsts tiesību akti un attiecīgā dalībvalstī taisītie tiesu spriedumi. Balstoties uz šo pamatu, iebildumu iesniedzējam ir jāpierāda, ka attiecīgais apzīmējums ietilpst attiecīgās dalībvalsts tiesību piemērošanas jomā un ka tas ļauj aizliegt jaunākas preču zīmes izmantošanu. Ir jāuzsver, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta kontekstā iebildumu iesniedzējam pierādījumi jāiesniedz saistībā ar reģistrācijai pieteiktu preču zīmi.

90 Apelāciju padome, atgādinājusi Lisabonas vienošanās 1. panta 1. un 2. punkta, 2. panta 1. punkta, 3. panta, 5. panta 1. punkta un 8. panta noteikumus (apstrīdētā lēmuma 41.–45. punkts), uzskatīja, ka "cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, Francijā ir aizsardzība, kuru piešķir *code rural* L. 641-2. pants" (apstrīdētā lēmuma 46. punkts).

91 Ir jāatgādina, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā.

92 Tāpat ir jāuzsver, ka par *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā pārņemtajiem *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumiem *Budvar* norādīja ITSB instancēs, it īpaši Apelāciju padomē iesniegtās apelācijas ietvaros.

93 To, ka *code rural* L. 641-2. pants šajā lietā nav piemērojams un ka Apelāciju padomei būtu jāatsaucas uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-3. panta b) un c) punktu un L. 711-4. panta d) punktu, *Budvar* Pirmās instances tiesā norādīja pirmo reizi.

94 Vispirms ir jāuzsver, ka bez *code rural* L. 641-2. panta noteikumiem *Budvar* ITSB instancēs norādīja dažus *code de la propriété intellectuelle* pantus. Turklāt saistībā tieši ar *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktu ir jāatzīmē, ka šī norma attiecas uz "aizsargātiem" cilmes vietu nosaukumiem. Šī iemesla dēļ prasītājai pamatoti radies jautājums par lomu, kāda Francijas tiesībās piešķirta *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktam, un saistību, kas varētu pastāvēt starp šo normu un *code rural* L. 641-2. pantu. Šo iemeslu dēļ Pirmās instances tiesa uzskata, ka *Budvar* pieņemamā veidā apstrīd *code rural* L. 641-2. panta piemērošanu šajā lietā, ko ir veikusi Apelāciju padome, un it īpaši *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punkta neņemšanu vērā.

95 Pievēršoties lietas būtībai, pirmkārt, ir jāatzīmē, ka *Budvar* pamatojas uz tiesisku pieņēmumu, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa nav piemērojama tādēļ, ka šī norma attiecas nevis uz aizliegumu reģistrēt preču zīmi, bet uz aizliegumu izmantot

ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu. *Budvar* argumenti ir jāsaprot tā, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa Kopienas preču zīmes reģistrācijas procesā neesot piemērojama. Šajā sakarā ir pietiekami konstatēt, ka Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts paredz, ka attiecīgajam apzīmējumam saskaņā ar valsts tiesībām jāpiešķir īpašniekam tiesības aizliegt jaunākas preču zīmes "izmantošanu". Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkts neparedz, ka attiecīgais apzīmējums saskaņā ar valsts tiesībām piešķir īpašniekam tiesības aizliegt "preču zīmes reģistrāciju". Tādējādi *Budvar* pieņēmums nav pamatots. *Code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas piemērošanu šī iemesla dēļ nevar izslēgt.

96 Otrkārt, ir jākonstatē, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa attiecas uz situācijām, kad jaunākajā preču zīmē ir tieši vai netieši izmantots ģeogrāfiskais apzīmējums, kas veido cilmes vietas nosaukumu.

97 Lisabonas vienošanās 2. pants, saskaņā ar kuru attiecīgie apzīmējumi tika reģistrēti kā cilmes vietu nosaukumi, paredz, ka šajā vienošanās par cilmes vietas nosaukumu uzskata valsts, reģiona, vai noteiktas vietas "ģeogrāfisko apzīmējumu", ko izmanto, lai apzīmētu šādas izcelsmes preci, kuras kvalitāti vai īpašības ir radījusi vienīgi vai galvenokārt ģeogrāfiskā vide ar tās raksturīgajiem dabas un cilvēciskajiem faktoriem.

98 Šajā lietā ir noteikts, ka reģistrācijai pieteiktajā grafiskajā preču zīmē ir tieši izmantots ģeogrāfiskais apzīmējums, kas veido attiecīgo cilmes vietas nosaukumu Lisabonas vienošanās 2. panta izpratnē.

99 Treškārt, ir jāatgādina, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa ir IV iedaļā attiecībā uz lauksaimniecības produktu vai pārtikas produktu valorizāciju un ir iekļauta

1. nodaļā ar nosaukumu "Cilmes vietu nosaukumi". *Code rural* L. 641-1-1.–L. 641-4. pantā ir iekļauta cilmes vietu nosaukumu atzīšanas procedūra, kur L. 641-2. panta ceturtajā daļā ir precizēta cilmes vietu nosaukumiem piešķirtās aizsardzības piemērošanas joma gadījumā, ja tiek izmantots to veidojošais ģeogrāfiskais apzīmējums vai kāda tam līdzīga norāde. Ir jāatzīmē, ka Kopienas līmenī reģistrētu cilmes vietu nosaukumu, ģeogrāfisko norāžu un specifiska rakstura apliecinājumu aizsardzību regulē *code rural* L. 642-1.–L. 642-4. pants.

100 *Code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtā daļa, kurā ir pārņemti *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi, ir iekļauta iedaļā ar virsrakstu "Cilmes vietu nosaukumi", kas savukārt atrodas nodaļā attiecībā uz preču un pakalpojumu valorizāciju un iedaļa attiecībā uz patērētāju informāciju. *Code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā ir atgādināta kontrolēta cilmes vietas nosaukuma piešķiršanas procedūra, kuru nosaka *code rural* L. 641-2. pantā, kā arī cilmes vietu nosaukumu aizsardzības, kas ir piešķirta saskaņā ar šīs pēdējās normas ceturto daļu, piemērošanas joma gadījumā, ja tiek izmantots to veidojošais ģeogrāfiskais apzīmējums vai kāda tam līdzīga norāde.

101 No minētā izriet, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa, kā arī *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtā daļa, kurā pirmā norādītā norma ir pārņemta, ir speciālās tiesību normas, kurās ir definēta cilmes vietu nosaukumu aizsardzības piemērošanas joma Francijas tiesībās gadījumā, ja tiek izmantots to veidojošais ģeogrāfiskais apzīmējums vai kāda tam līdzīga norāde.

102 *Code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktā paredzētie noteikumi, kā arī citas *Budvar* norādītās šī kodeksa normas savukārt atrodas 1. iedaļā attiecībā uz ražošanas, tirdzniecības un pakalpojumu preču zīmēm un 1. nodaļā ar virsrakstu "Preču zīmi veidojošie elementi".

103 Šajā sakarā vispirms ir jāatzīmē, ka, atšķirībā no iepriekš minētajām *code rural* un *code de la consommation* normām, *Budvar* norādītās *code de la propriété intellectuelle* normas neatrodas speciālā kodeksa daļā, kas būtu veltīta cilmes vietu nosaukumiem.

104 Turpmāk ir jāatzīmē, ka *Budvar* norādītās *code de la propriété intellectuelle* normas attiecas nevis uz preču zīmju izmantošanas nosacījumiem Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta b) apakšpunkta izpratnē, bet uz to reģistrācijas nosacījumiem Francijas tiesībās.

105 Turklāt, kas attiecas tieši uz *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktu, tajā ir precizēts, ka "par preču zīmi nevar izmantot apzīmējumu, kas skar [..] aizsargātu cilmes vietas nosaukumu". Lai noteiktu, kādā mērā cilmes vietas nosaukums ir "aizsargāts" un vai attiecīgajā situācijā apzīmējums to "apdraud", — gadījumā, ja, tāpat kā šajā lietā, reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē izmantots ģeogrāfiskais apzīmējums, kas veido minēto cilmes vietas nosaukumu, ir jāatsaucas it īpaši uz *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumiem, kas ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā.

106 Ceturtkārt, ir jāuzsver, ka apstrīdētā lēmuma pieņemšanas brīdī vienīgais Francijas tiesu nolēmums, kurš, tāpat kā šajā lietā, attiecas uz ģeogrāfiskā apzīmējuma, kas veido trešā valstī reģistrētu un atbilstoši Lisabonas nolīgumam aizsargātu cilmes vietas nosaukumu, izmantošanu saistībā ar preci, kas nav līdzīga, un kurš [nolēmums] tika pieņemts pēc *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas ieviešanas 1990. gadā Francijas tiesībās, ir *cour d'appel de Paris* 2000. gada 17. maija spriedums, kurā ir izskatīta Kubas cilmes vietu nosaukumu "Habana" un "Habanos" izmantošana, lai apzīmētu cigārus un lapu vai pārstrādātu tabaku, kā arī no šīs tabakas izgatavotas preces (turpmāk tekstā — "*cour d'appel de Paris* spriedums lietā "Habana""). Šo spriedumu *Budvar* norādīja ITSB instancēs.

107 Šī lieta tika izskatīta Francijā it īpaši attiecībā uz smaržām reģistrētu un izmantotu preču zīmi "Havana".

108 Šajā spriedumā *cour d'appel de Paris* vispirms analizēja *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtās daļas, kurā ir pārņemti *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi, nosacījumus, no tā secinot, ka "cilmes vietas nosaukuma "Habana" atpazīstamības ļaunprātīgas izmantošanas risks [bija] patiess un tādējādi [bija] pietiekami būtisks".

109 Turpmāk, otrkārt, daļā ar virsrakstu "Veicamie pasākumi" *cour d'appel de Paris* uzskatīja, ka, piemērojot it īpaši *code de la propriété intellectuelle* L. 711-4. panta d) punktu, prasītāja varēja "pamatoti prasīt Francijā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes "Havana" anulēšanu".

110 Turklāt, nebalstoties uz *code de la propriété intellectuelle* noteikumiem, *cour d'appel de Paris* precizēja, ka prasītāja varēja "tikpat pamatoti prasīt aizliegt [attiecīgajām] sabiedrībām izmantot apzīmējumu "havana", lai apzīmētu visas [to] piedāvājumā esošās kosmētikas preces". Ņemot vērā *cour d'appel de Paris* izmantotos formulējumus, apzīmējuma "havana" izmantošanas aizliegums balstījās uz *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtās daļas noteikumiem, kurā ir pārņemti *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi.

111 No minētā izriet, ka, nosakot aizsardzību, kas Francijas tiesībās tiek piešķirta saskaņā ar Lisabonas vienošanos reģistrētiem cilmes vietu nosaukumiem, *cour d'appel de Paris* šajā lietā analizēja *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtās daļas, kurā ir pārņemti *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi, nosacījumus.

112 No minētā tāpat izriet, ka, piemērojot minētos *code de la consommation* noteikumus, kurā ir pārņemti *code rural* noteikumi, *cour d'appel de Paris* varēja aizliegt saistībā ar attiecīgajām precēm izmantot ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veidoja attiecīgos cilmes vietu nosaukumus, un tādējādi attiecīgi aizliegt izmantot apstrīdēto preču zīmi. Piemērojot *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas, kas ir pārņemta *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā, noteikumus, tādējādi var piešķirt tiesības aizliegt "izmantot" jaunāku preču zīmi Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta izpratnē.

113 Ir jāatzīmē, ka spriedumā lietā "Habana" izmantoto pieeju *cour d'appel de Paris* jau ir izmantojusi saistībā ar cilmes vietu nosaukumu, kas ir reģistrēti saskaņā ar Francijas tiesībām, aizsardzību 1993. gada 15. decembra spriedumā attiecībā uz kontrolēta cilmes vietas nosaukuma "Champagne" aizsardzību. Šis spriedums, ko *Budvar* tāpat ir norādījusi ITSB instancēs, attiecas uz Francijā saistībā ar smaržām reģistrētu preču zīmi, kas iekļauj ģeogrāfisko apzīmējumu, kurš veido minēto cilmes vietas nosaukumu. Šajā lietā, pirms spriest par *code de la propriété intellectuelle* noteikumu piemērošanu, *cour d'appel de Paris* vispirms piemēroja *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturto daļu, kurā ir pārņemti *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi.

114 Ievērojot šo elementu kopumu, ir jāsecina, ka, ņemot vērā *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumus, kas ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu.

115 Tādējādi *Budvar* norādītā viena pamata pirmā daļa ir jānoraida kā nepamatota.

2. Par pakārtoti norādīto otro daļu attiecībā uz *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas kļūdainu piemērošanu, ko ir veikusi Apelāciju padome

a) Lietas dalībnieku argumenti

Budvar argumenti

116 Gadījumā, ja Pirmās instances tiesa uzskatītu, ka pieteikums ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu, reģistrēt kā preču zīmi veido ģeogrāfiskā apzīmējuma izmantošanu *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas izpratnē, *Budvar* jebkurā gadījumā lūdz Pirmās instances tiesu konstatēt, ka apstrīdētajā lēmumā Apelāciju padome šo pantu un Lisabonas vienošanās noteikumus ir piemērojusi kļūdaini.

117 Vispirms *Budvar* apgalvo, ka Apelāciju padome pamatoti norādīja:

"Nevar noliegt, ka Francijas cilmes vietu nosaukumi Francijā tiek aizsargāti tikai tad, ja tiem ir pienācīgi izveidojusies atpazīstamība. *Code rural* L. 641-2. pants nosaka, ka lauksaimniecības, mežsaimniecības un pārtikas produktiem cilmes vietas nosaukumu var piešķirt tad, ja blakus citiem nosacījumiem tiem ir "pienācīgi izveidojusies atpazīstamība"." (Apstrīdētā lēmuma 50. punkts)

118 *Budvar* piebilst, ka Apelāciju padome tomēr uzskatīja, ka tā var precizēt:

"Tomēr šis nosacījums neattiecas uz ārvalstu cilmes vietu nosaukumiem, kas Francijā ir aizsargāti saskaņā ar Lisabonas vienošanos. No [..] vienošanās 5. panta

1. punkta skaidri izriet, ka cilmes vietu nosaukumi, kas ir aizsargāti to izcelsmes valstī, iegūst aizsardzību citās Īpašās savienības valstīs pēc vienkārša izcelsmes valsts kompetento iestāžu pieteikuma." (Apstrīdētā lēmuma 50. punkts)

119 *Budvar* uzskata, ka šis pēdējais apgalvojums nav pamatots.

120 *Budvar*, pirmkārt, norāda, ka visām Lisabonas vienošanās parakstītājvalstīm attiecībā uz cilmes vietu nosaukumu iegūšanu bija līdzīgs regulējums. Šajā sakarā Lisabonas vienošanās 2. pants sniedzot cilmes vietas nosaukuma definīciju, kas ir spēkā visās parakstītājvalstīs.

121 Tādējādi visas Lisabonas vienošanās parakstītājvalstis cilmes vietas nosaukuma piešķiršanai prasot pierādīt izveidojušos atpazīstamību. Apstrīdētajā lēmumā šis jautājums neesot apstrīdēts.

122 *Budvar* piebilst, ka, lai iegūtu attiecīgos cilmes vietu nosaukumus, ģeogrāfisko apzīmējumu "Budweiser" atpazīstamība attiecībā uz alus veidiem Čehijas Republikā obligāti bija jāpierāda. Šajā sakarā *Budvar* atgādina, ka attiecīgie cilmes vietu nosaukumi *OMPI* tika reģistrēti 1967. gada 22. novembrī.

123 Turklāt, piemērojot Lisabonas vienošanās 1. panta otro daļu, cilmes vietu nosaukumus, kuri iekļauj ģeogrāfisko apzīmējumu "Budweiser", Francijas valsts esot atzinusi un pasludinājusi par aizsargājamiem Francijas teritorijā 1970. gada 9. janvāra dekretā Nr. 70-65, kas *Journal officiel de la République française* ir publicēts 1970. gada 23. janvārī. *Budvar* precizē, ka šis dekrēts *Conseil d'État* [Valsts padomē] netika apstrīdēts.

124 *Budvar* uzskata, ka attiecīgie cilmes vietu nosaukumi tādējādi ir aizsargāti Francijā, pamatojoties vienīgi uz Lisabonas vienošanos, it īpaši tās 1. panta otro daļu.

125 Tātad cilmes vietas nosaukums ar izcelsmi Lisabonas vienošanās parakstītājvalstī Francijas teritorijā esot aizsargāts tādā pašā veidā kā valsts [Francijas] cilmes vietu nosaukumi, nepastāvot prasībai pierādīt, ka tam faktiski ir atpazīstamība. Tādējādi Apelāciju padome esot kļūdaini apgalvojusi, ka "nevar prezumēt, ka [..] cilmes vietu nosaukumiem, kas Francijā ir aizsargāti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, ir atpazīstamība Francijā" (apstrīdētā lēmuma 50. punkts).

126 *Budvar* piebilst, ka Apelāciju padome *code rural* L. 641-2. panta ceturto daļu kļūdaini piemēro arī tad, kad tā norāda:

"Ja cilmes vietas nosaukums [..] Francijā ir aizsargāts saskaņā ar Lisabonas vienošanos, aizsardzība attiecībā uz atšķirīgām precēm tam ir vienīgi tad, ja ir sniegts pierādījums, ka tam ir atpazīstamība Francijā un ka ar tā izmantošanu attiecībā uz atšķirīgām precēm šī atpazīstamība tiktu ļaunprātīgi izmantota vai vājināta.

[..]

Šajā lietā [*Budvar*] ne tikai nav sniegusi pierādījumu, ka cilmes vietu nosaukumiem Francijā ir atpazīstamība, bet arī nav pierādījusi, kādā veidā cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība, ja pieņemtu, ka tā eksistē, varētu tikt ļaunprātīgi izmantota vai

vājināta tad, ja [*Anheuser-Busch*] būtu tiesīga grafisku preču zīmi, kas iekļauj terminu "Budweiser", izmantot attiecībā uz reģistrācijai pieteiktām precēm, kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē." (Apstrīdētā lēmuma 51. un 53. punkts)

127 *Budvar* vērš Pirmās instances tiesas uzmanību uz to, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa, kas ir pārņemta *code de la consommation*, attiecas uz ģeogrāfiskā apzīmējuma, ko daļēji vai pilnībā veido cilmes vietas nosaukums, izmantošanu. Tā attiecoties nevis uz cilmes vietas nosaukumu, bet gan uz tajā minēto ģeogrāfisko apzīmējumu. No tā būtu jāsecina, ka ģeogrāfiskā apzīmējuma, kas veido cilmes vietas nosaukumu, reproducēšana ir aizliegta neatkarīgi no tā, vai preces ir identiskas, līdzīgas vai atšķirīgas. Šis secinājums esot loģisks, jo ģeogrāfiskais apzīmējums esot katra cilmes vietas nosaukuma būtisks un noteicošs elements. Ģeogrāfiskā apzīmējuma kā tāda izmantošana neizbēgami atgādinātu ar cilmes vietas nosaukumu apzīmētu preci.

128 Šajā lietā *Anheuser-Busch* esot pieteicis tādas preču zīmes reģistrāciju, kura reproducējot vienīgi ģeogrāfisko apzīmējumu "Budweiser", nepievienojot tam elementu kopumu, lai tas savas cilmes vietas nosaukuma īpašības zaudētu. Tādējādi *code rural* L. 641-2. panta ceturtajā daļā paredzētais izņēmums neesot jāpiemēro un neesot jāpārbauda, vai reģistrācijai pieteiktā grafiskā preču zīme, ko veido ģeogrāfiskais apzīmējums "Budweiser", var izraisīt katram cilmes vietas nosaukumam obligāti piemītošās atpazīstamības vājināšanu vai ļaunprātīgu izmantošanu.

129 Vispārīgi un kā lielā mērā pakārtotu apstākli *Budvar* norāda, ka atpazīstamību, kas attiecīgajiem cilmes vietu nosaukumiem ir raksturīga, ar attiecīgās preču zīmes reģistrāciju var ļaunprātīgi izmantot vai vājināt. Šajā sakarā *Budvar* precizē, ka neviens Francijas avots nenosaka, ka, lai aizsardzību paplašinātu attiecībā uz atšķirīgām precēm, šai raksturīgajai atpazīstamībai jābūt īpaši izteiktai. Vislielākais —

varētu prasīt pierādījumus tam, ka ar preču zīmes, kas reproducē ģeogrāfisko apzīmējumu, reģistrāciju šī raksturīgā atpazīstamība varētu tikt vājināta un banalizēta.

130 *Budvar* norāda, ka attiecīgās preču zīmes reģistrācijas pieteikumu iesniedz sabiedrība, kas ir alus darītava, tas ir, tiešais konkurents. Turklāt *Budvar* atzīmē, ka viens no *Anheuser-Busch* iesniegtajiem reģistrācijas pieteikumiem (kurš veido apvienotās lietas T-71/04 priekšmetu) attiecas uz alu. Turklāt *Budvar* atzīmē, ka viens no reģistrācijai pieteiktās grafiskās preču zīmes elementiem ir sauklis "king of beers" [alus karalis]. Tādējādi reģistrācijai pieteiktā preču zīme nepastarpināti atsaucoties uz alu. Jebkurā gadījumā uz reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu *Anheuser-Busch*, kas ir profesionāls alus ražošanas jomā, esot bijis noteikti zināmis par pieprasīto cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību vismaz Čehijas teritorijā.

131 Preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas nosacījumi tādējādi parādot acīmredzamu vēlēšanos apdraudēt attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību, tās vājinot un sagraujot to vienotību nosaukuma "Budweiser" banalizācijas ceļā, kā arī cenšoties iegūt šo cilmes vietu nosaukumu. Tas, ka *Anheuser-Busch* esot nozīmīga alus darītava, parādot tās parazītisku un negodīgu nodomu, kā arī cilmes vietu nosaukumu vājināšanas un banalizēšanas mērķi. *Budvar* atgādina, ka lietās, kurās tika taisīts *cour d'appel de Paris* 1993. gada 15. decembra spriedums ("Champagne") un 2000. gada 17. maija spriedums ("Habana", iepriekš minēts 106. punktā), tika iesaistīti uzņēmumi, kas nebija konkurenti. Šajās lietās tika konstatēta attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības ļaunprātīga izmantošana.

132 Turklāt vērā esot jāņem pagātnes tiesiskās attiecības starp *Budvar* un *Anheuser-Busch*. Strīds starp šiem lietas dalībniekiem esot radies jau vairāk nekā pirms simts gadiem. *Budvar* norāda, ka 1894. gadā Adolfuss Bušs [*Adolphus Busch*] esot atzinis, ka, Sentluisā (Misūri), kas ir sabiedrības *Anheuser-Busch* atrašanās vieta, attīstot alus ražošanu atbilstoši čehu metodei, viņu bija iedvesmojusi Budveisā [*Budweis*], Čehoslovākijā, ražotā alus izcilība.

133 Pamatojoties uz iepriekš minēto, *Budvar* secina, ka cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības apdraudējuma risks tādējādi ir pietiekami būtisks, kādēļ Pirmās instances tiesai attiecīgo preču zīmju reģistrācija būtu jāatsaka.

ITSB argumenti

134 ITSB atbild uz *Budvar* argumentiem, analizējot Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktā paredzēto nosacījumu, saskaņā ar kuru atbilstoši piemērojamiem valsts tiesību aktiem agrākas tiesības piešķir to īpašniekam tiesības aizliegt pretstatītas preču zīmes izmantošanu.

135 Izvirzītā viena pamata pirmās daļas ietvaros secinot, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa ir piemērojama, cilmes vietu nosaukumu piemērošanas jomu ITSB analizē atbilstoši šai normai.

136 Šajā posmā ITSB nodala vajadzību pierādīt cilmes vietas nosaukuma atpazīstamību no šīs atpazīstamības ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas riska.

— Par vajadzību pierādīt cilmes vietas nosaukuma atpazīstamību

137 ITSB norāda, ka Lisabonas vienošanās prasa, lai katra līgumslēdzējpuse reģistrētiem nosaukumiem piešķir aizsardzību. ITSB uzskata, ka šai aizsardzībai jābūt vismaz ar Lisabonas vienošanos paredzētās aizsardzības līmenī.

138 Šajā sakarā ITSB atgādina, ka Lisabonas vienošanās 3. pants paredz, ka "aizsardzība tiek piešķirta pret jebkādu neatļautu izmantošanu vai imitāciju, pat ja ir norādīta preces patiesā izcelsme vai ja nosaukums izmantots tulkotā veidā vai ir kopā ar tādām norādēm kā "veids", "tips", "kā ražots", "imitācija" vai līdzīgām norādēm".

139 ITSB uzskata, ka minimālā paredzētā aizsardzība attiecas tikai uz precēm, saistībā ar kurām ir veikta reģistrācija, un uz precēm, kas ietilpst tajā pašā klasē (šajā lietā — alus). Lisabonas vienošanās neparedzot aizsardzības piešķiršanu, kas pārsniedz šo preču kategoriju.

140 Tomēr tas nenozīmējot, ka cilmes vietas nosaukumam nevar būt plašāka aizsardzība atbilstoši tās valsts likumdošanai, kurā iegūtās tiesības tiek piemērotas.

141 Atgādinot *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumus, ITSB uzskata, ka ar šo normu tiek piešķirta divu veidu aizsardzība.

142 Vispirms *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa paredzot minimālo aizsardzību, kas attiecoties uz identiska apzīmējuma vai apzīmējuma, kas var atgādināt cilmes vietas nosaukumu, izmantošanu saistībā ar līdzīgām precēm. Šī esot beznosacījumu aizsardzība, kuru varot izmantot attiecībā uz visiem valsts un ārvalstu cilmes vietu nosaukumiem, un vienīgie pierādāmie elementi esot iespējama starp apzīmējumiem pastāvoša netieša norāde, kā arī preču līdzība.

143 Turpmāk *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa paredzot valsts un ārvalstu cilmes vietu nosaukumu plašāku aizsardzību, kas attiecoties uz identiska vai tāda, kas var atgādināt cilmes vietas nosaukumu, apzīmējuma izmantošanu, lai apzīmētu atšķirīgas preces. Šīs aizsardzības nosacījums esot pierādījuma sniegšana tam, ka cilmes vietas nosaukumam ir atpazīstamība un ka tā var tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta.

144 Šis risks esot jāizvērtē saistībā ar Francijas sabiedrību. Tāpat esot jāpierāda, ka cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība Francijas sabiedrībā ir zināma. Ja atpazīstamības nav, tad nevarot būt ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas riska.

145 Tādējādi, secinot, ka "nevar prezumēt, ka saskaņā ar Lisabonas vienošanos Francijā aizsargātiem ārvalstu cilmes vietu nosaukumiem Francijā ir atpazīstamība" (apstrīdētā lēmuma 50. punkts), Apelāciju padome neesot pieļāvusi kļūdu.

146 Šajos apstākļos *Budvar* nepamatoti norādot, ka cilmes vietas nosaukumam pēc definīcijas ir atpazīstamība vai tas pēc definīcijas ir labi pazīstams. *Budvar* kļūda izriet no tā, ka jēdziens "preces atpazīstamība", ko reģistrācijas izcelsmes valstī nolūkā prasa Lisabonas vienošanās 2. panta 2. punkts, automātiski neattiecas uz citām dalībvalstīm, kurās tiek lūgta aizsardzība. Tādējādi tādai norādei kā "Budweiser", kurai ir atpazīstamība Čehijas Republikā, bet kura Francijas tirgū nav pazīstama vai plaši izmantojama, Francijā nav atpazīstamības.

147 Saistībā ar šo jautājumu ITSB norāda, ka *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas vai jebkādas citas normas, kas aizliedz cilmes vietas nosaukuma atpazīstamības ļaunprātīgu izmantošanu, ekspluatāciju, vājināšanu vai reputācijas bojāšanu (ITSB it īpaši norāda uz Padomes 1992. gada 14. jūlija Regulas (EEK) Nr. 2081/92 par

lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību (OV L 208, 1. lpp.) 13. panta 1. punktu), mērķis ir aizsargāt cilmes vietas nosaukuma "tēlu", tas ir, ekonomisko vērtību. Šāds kaitējums var rasties tikai tad, ja nosaukumam valstī, kurā tiek lūgta aizsardzība, ir atpazīstamība.

148 ITSB atzīmē, ka cilmes vietu nosaukumu "atpazīstamības" jēdzienu Tiesa savā iepriekš 62. punktā minētajā spriedumā lietā *Consorzio del Prosciutto di Parma* un *Salumificio S. Rita* (64. punkts), kurš skāra Regulu Nr. 2081/92, ir aprakstījusi šādā veidā:

"Cilmes vietu nosaukumu reputācija ir atkarīga no tēla, kuru tie rada patērētājiem. Šis tēls pats par sevi galvenokārt ir atkarīgs no preces īpašām pazīmēm un — vispārīgāk — no tās kvalitātes. Preces reputāciju galīgi nosaka šis pēdējais faktors."

149 Cilmes vietu nosaukumu tēls vai atpazīstamība esot atkarīga no sabiedrības subjektīvas uztveres un varot mainīties atkarībā no konkrētas teritorijas. ITSB uzskata, ka ir taisnība, ka cilmes vietas nosaukuma tēla vai atpazīstamības pamatā ir preces kvalitāte. Tomēr cilmes vietas nosaukuma tēls vai atpazīstamība esot būtiski atkarīga no citiem ārpus pašas preces esošiem faktoriem. Cita starpā ITSB norāda uz reklāmas izdevumu summu, cilmes vietas nosaukuma izmantošanas intensitāti un preces ieņemamo tirgus daļu.

150 Tā kā cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība pamatā esot atkarīga no šiem faktoriem un to iespaida uz sabiedrību, šo atpazīstamību no Lisabonas vienošanās ietvaros veiktas reģistrācijas nevar secināt un katrā valstī, attiecībā uz kuru tiek

apgalvots, ka šai atpazīstamībai nodarīts kaitējums, tā vienmēr ir jāpierāda. Jebkāds cits risinājums novestu pie vienāda aizsardzības līmeņa piešķiršanas cilmes vietu nosaukumiem ar plašu reputāciju un mazpazīstamiem cilmes vietu nosaukumiem un droši vien pie aizsardzības piešķiršanas šiem nosaukumiem valstī, kurā tiem nav nekādas atpazīstamības.

151 No visa iepriekš minētā ITSB secina, ka, pakļaujot *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas piemērošanu pierādījumu sniegšanai, ka cilmes vietu nosaukumiem ir atpazīstamība Francijā, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu.

152 Šo secinājumu pastiprinot Francijas judikatūra. ITSB uzskata, ka dažos gadījumos, kad runa ir par Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu, valsts tiesību akti ir jāpiemēro tāpat kā to būtu darījusi valsts tiesa. Tādējādi valsts nolēmumiem esot īpaša nozīme.

153 Šajā sakarā Apelāciju padome esot pamatoti atsaukusies uz iepriekš 106. punktā minēto spriedumu lietā "Habana", kas attiecoties uz konfliktu starp cilmes vietas nosaukumu "Havane", kurš saskaņā ar Lisabonas vienošanos aizsargāts attiecībā uz cigāriem, un jaunāku preču zīmi "Havana" attiecībā uz smaržām. No šī sprieduma izrietot, ka starptautiska cilmes vietas nosaukuma "Havane" atpazīstamības Francijā pierādījumu trūkuma rezultātā prasība tika noraidīta.

154 ITSB piebilst, ka, ja tiek prasīta aizsardzība pret jaunāka apzīmējuma izmantošanu saistībā ar atšķirīgām precēm, Francijas tiesas prasa visu cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības pierādījumu neatkarīgi no tā, vai tie ir valsts vai starptautiski nosaukumi. ITSB norāda uz *cour d'appel de Paris* 1993. gada 15. decembra un 2001. gada 12. septembra spriedumiem attiecībā uz cilmes vietas nosaukumu "Champagne", kas ir pievienoti prasības pieteikumam. Tādējādi, pretēji tam, ko norāda *Budvar*, nekādas nevienlīdzīgas attieksmes neesot.

— Par cilmes vietas nosaukuma atpazīstamības ļaunprātīgu izmantošanu vai vājināšanu

155 ITSB norāda, ka Apelāciju padome tāpat pamatoti noraidīja apelāciju, pamatojoties uz to, ka *Budvar* nav izdevies "pierādīt, kādā veidā cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība, ja pieņemtu, ka tā pastāv, varētu tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta tad, ja [*Anheuser-Busch*] būtu tiesīga grafisku preču zīmi, kas ietver terminu "Budweiser", izmantot attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm, kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē" (apstrīdētā lēmuma 53. punkts).

156 *Budvar* nevienā procesa stadijā neesot norādījusi nevienu faktisko apstākli vai argumentu, kas atbalsta pamatu, ka attiecīgo preču zīmju izmantošana radītu cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas risku. Tādējādi Apelāciju padome, kuru saista Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkts, noraidot šādas ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas iespēju, neesot pieļāvusi kļūdu.

157 Šajā sakarā prasības pieteikumā iekļautie argumenti tādējādi esot nepieņemami, jo Pirmās instances tiesā tie ir norādīti pirmo reizi.

158 Ja šie argumenti tomēr būtu pieņemami, ITSB norāda, ka cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības ļaunprātīga izmantošana var notikt tad, ja tirgus dalībnieki apzināti izvēlas identiskus vai līdzīgus apzīmējumus izmantošanai atšķirīgā jomā, lai agrāko tiesību īpašnieka veikto investīciju daļu izmantotu savam labumam. Šī situācija līdzinās netaisnīgai labuma gūšanai no agrākas preču zīmes reputācijas Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmās direktīvas 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), 5. panta 2. punkta vai Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punkta kontekstā.

159 ITSB atzīst, ka grafiskas preču zīmes, kas ietver vārdus "king of beers", izmantošana saistībā ar jebkādu preces veidu teorētiski varētu sabiedrības apziņā radīt asociāciju ar alu tādēļ, ka tā iekļauj vārdus "king of beers" un tādēļ, ka šo izmantošanu sabiedrība varētu uztvert kā netiešu alus darītavas *Anheuser-Busch* pamatdarbības reklāmu. Tas it īpaši ir piemērojams attiecībā uz reģistrācijai pieteiktās grafiskās preču zīmes izmantošanu saistībā ar 30. klasē ietilpstošām "uzkodām", jo šādas preces var pārdot no bāru un kafejnīcu letēm. Tādēļ, ja Pirmās instances tiesa uzskatītu, ka cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību var prezumēt, ITSB lūdz nodot šo lietu Apelāciju padomei, lai šajā jautājumā veiktu papildu analīzi.

160 Attiecībā uz cilmes vietu nosaukumu vājināšanu — ITSB uzskata, ka šāda vājināšana var būt tad, ja preces, attiecībā uz kurām strīdus apzīmējumu izmanto, sabiedrības uztveri uzrunā tādā veidā, ka tiek skarts cilmes vietas nosaukuma tēls un piesaistīšanas spējas. Šī situācija esot tuva kaitējuma nodarīšanai agrākas preču zīmes reputācijai Pirmās direktīvas 89/104 5. panta 2. punkta vai Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punkta kontekstā.

161 Tomēr šajā lietā starp alu, no vienas puses, un preču, uz ko attiecas reģistrācijas pieteikums, vairākumu, no otras puses, neesot antagonisma, kas varētu ietekmēt agrāko cilmes vietu nosaukumu tēlu. Turklāt esot mazticams, ka attiecīgo preču zīmju izmantošana saistībā ar preču, uz ko attiecas reģistrācijas pieteikums, vairākumu varētu izraisīt negatīvas vai nepatīkamas mentālas asociācijas, kas konfliktētu ar agrāko cilmes vietu nosaukumu iespējamo prestižu.

162 Papildu kārtā ITSB sniedz norādes attiecībā uz Čehijas Republikas pievienošanās aktu, kas stājies spēkā 2004. gada 1. maijā, un Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punkta grozījumiem.

163 Attiecībā uz Čehijas Republikas pievienošanās aktu — ITSB norāda, ka kopš 2004. gada 1. maija, tas ir, pēc apstrīdētā lēmuma pieņemšanas, apzīmējumi "Ceskobudejovické pivo" un "Budejovické pivo" ("Budweiser Bier") atbilstoši Regulai Nr. 2081/92 ir aizsargāti kā ģeogrāfiskās norādes, turklāt pievienošanās akts paredz, ka šī aizsardzība "neapdraud attiecībā uz alu reģistrētas preču zīmes vai citas tiesības, kas Eiropas Savienībā pastāv uz pievienošanās datumu".

164 Attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu — ITSB norāda, ka tajā grozījumi ir izdarīti ar Padomes 2004. gada 19. februāra Regulu Nr. 422/2004, ar ko groza Regulu Nr. 40/94 (OV L 70, 1. lpp.), tātad pēc apstrīdētā lēmuma pieņemšanas, lai iekļautu ar Kopienu tiesībām aizsargātas agrākas tiesības.

165 ITSB uzskata, ka šie grozījumi šo lietu neietekmē, jo tie radušies pēc apstrīdētā lēmuma pieņemšanas. Jebkurā gadījumā ITSB norāda, ka Regulas Nr. 2081/92 13. panta 1. punkta a) apakšpunkts ir izteikts redakcijā, kas ir analoģiska *code rural* L. 641-2. panta redakcijai.

Anheuser-Busch argumenti

166 Uzskatot, ka, lai iegūtu aizsardzību attiecībā uz citu preci nekā tā, saistībā ar kuru cilmes vietas nosaukums ir reģistrēts, atbilstoši *code rural* L. 641-2. pantam ir vajadzīga atpazīstamība, *Anheuser-Busch* analizē jautājumu, vai šāda atpazīstamība šajā lietā pastāv.

167 *Anheuser-Busch* uzskata, ka *Budvar* nekad nav apgalvojusi, ka Francijas sabiedrībā patlaban ir atpazīstamība, nedz arī sniegusi šīs atpazīstamības pierādījumus. *Anheuser-Busch* piebilst, ka nav pat norādes uz cilmes vietu nosaukumu izmantošanu Francijā un šajā sakarā atzīmē, ka *Budvar* nav iesniegusi nekādus faktūrrēķinus, reklāmu, brošūras, datus attiecībā uz pārdošanu vai reklāmas izdevumiem, cilmes vietu nosaukumu tirgus daļām vai pazīstamību.

168 *Budvar* esot drīzāk norādījusi, ka cilmes vietu nosaukumiem ir "raksturīgā atpazīstamība", kas esot jāpieņem un kas esot pilnībā neatkarīga no jebkādas ģeogrāfiskā apzīmējuma izmantošanas Francijā un no patērētāja uztveres. Šīs tēzes pamatojumam *Budvar* norādītais arguments esot tas, ka Francijas cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība ir jāpierāda brīdī, kad tā aizsardzība tiek lūgta Francijas *Institut national des appellations d'origine* [Valsts cilmes vietu nosaukumu institūtam].

169 Tomēr *Anheuser-Busch* uzskata, ka šādas atpazīstamības pierādījums tiek prasīts tikai Francijas cilmes vietu nosaukumu aizsardzībai. Ārvalstu cilmes vietu nosaukumu atzīšanai atpazīstamība Francijā netiekot prasīta. Pastāvot simtiem reģistrētu cilmes vietu nosaukumu, kuri saskaņā ar Lisabonas vienošanos ir spēkā Francijā un kuri lielākai Francijas sabiedrības daļai ir pilnībā nepazīstami. *Anheuser-Busch* norāda uz savu 2002. gada 18. februārī Apelāciju padomē iesniegtu rakstu, kas ir pievienots tās atbildes rakstam Pirmās instances tiesā, un it īpaši uz *avocat à la Cour* Francijā — speciālista intelektuālā īpašuma jomā — viedokli.

170 *Anheuser-Busch*, atsaucoties uz *cour d'appel de Paris* spriedumiem lietā "Habana" un lietā "Champagne", piebilst, ka nekad nav ticis pierādīts, ka šajās lietās izskatāmie cilmes vietu nosaukumi tika izmantoti Francijā, nedz arī tas, ka Francijas sabiedrībā tie pat ir ieguvuši atpazīstamību.

171 Šo iemeslu dēļ Apelāciju padomes apstrīdētajā lēmumā izdarītie secinājumi un it īpaši tie, kas ir norādīti šī lēmuma 49.–53. punktā, esot pareizi.

172 Turklāt *Anheuser-Busch* uzsver, ka *code rural* L. 641-2. pants cilmes vietas nosaukuma aizsardzību pret aizsargāta termina izmantošanu attiecībā uz atšķirīgām precēm pakļauj nosacījumam, ka šī nosaukuma atpazīstamība varētu tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta.

173 *Anheuser-Busch* uzskata, ka atpazīstamību, kas neeksistē, nevar ļaunprātīgi izmantot vai vājināt *code rural* L. 641-2. panta izpratnē. *Budvar* neesot pierādījusi cilmes vietu nosaukumu kāda veida ļaunprātīgu izmantošanu vai vājināšanu.

174 Kas attiecas uz *Budvar* apgalvojumiem par *Anheuser-Busch* iespējami ļaunprātīgu rīcību, tad tie neattiecoties uz lietu un esot acīmredzami novēloti. Turklāt tos neatbalsta neviens atbilstošs fakts vai pierādījums un tie esot vienkārši nepatiesi. *Anheuser-Busch* arī uzskata, ka, nosakot, vai apzīmējuma izmantošana rada potenciālu kaitējumu citam apzīmējumam vai tā atpazīstamības ļaunprātīgu izmantošanu, viena lietas dalībnieka attieksmei nav nekādas nozīmes.

175 Jebkurā gadījumā, pamatojoties uz papildu kārtā sniegtajiem argumentiem, *Anheuser-Busch* uzskata, ka *Budvar* iebildumi ir noraidāmi, ievērojot Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktu.

176 Pirmkārt, *Anheuser-Busch* uzskata, ka viens no iemesliem iebildumu noraidīšanai ir nepietiekami *Budvar* paskaidrojumi par šajā lietā piemērojamām tiesībām. Otrkārt,

Anheuser-Busch norāda uz cilmes vietu nosaukumu izmantošanas komercdarbībā Francijā pirms preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas pierādījumu neesamību. Treškārt, *Anheuser-Busch* uzskata, ka *Budvar* nav iesniegusi nekādus pierādījumus, ka attiecīgo apzīmējumu izmantošana ir būtiskāka nekā tikai vietējas nozīmes. Ceturtkārt, *Anheuser-Busch* norāda, ka attiecīgie cilmes vietu nosaukumi nav spēkā, jo tie neatbilst Lisabonas vienošanās noteiktajiem atzīšanas kritērijiem.

b) Pirmās instances tiesas vērtējums

177 Pirmkārt, uzskatot, ka *code rural* L. 642-1. panta ceturtā daļa šajā lietā ir piemērojama un ka preces, ko sedz reģistrācijai pieteiktā grafiskā preču zīme, un preces, ko sedz attiecīgie cilmes vietu nosaukumi, ir atšķirīgas, Apelāciju padome ir norādījusi:

"Nevar noliegt, ka Francijas cilmes vietu nosaukumi Francijā ir aizsargāti tikai tad, ja to atpazīstamība ir pienācīgi izveidojusies [..] [un] nevar prezumēt, ka ārvalstu cilmes vietu nosaukumiem, kas Francijā ir aizsargāti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, ir atpazīstamība Francijā." (Apstrīdētā lēmuma 50. punkts)

178 Otrkārt, Apelāciju padome ir precizējusi:

"Ja ārvalstu cilmes vietas nosaukums Francijā ir aizsargāts saskaņā ar Lisabonas vienošanos, aizsardzība attiecībā uz atšķirīgām precēm tam ir tikai tad, ja ir sniegti pierādījumi, ka tam ir atpazīstamība Francijā un ka ar tā izmantošanu attiecībā uz atšķirīgām precēm šī atpazīstamība tiek ļaunprātīgi izmantota vai vājināta." (Apstrīdētā lēmuma 51. punkts)

179 Treškārt, Apelāciju padome ir konstatējusi:

"[*Budvar*] ne tikai nav izdevies sniegt pierādījumus, ka cilmes vietas nosaukumiem ir atpazīstamība Francijā, bet arī pierādīt, kādā veidā cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība, ja pieņem, ka tā eksistē, varētu tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta tad, ja [*Anheuser-Busch*] būtu tiesīga grafisku preču zīmi, kas iekļauj terminu "Budweiser", izmantot attiecībā uz reģistrācijai pieteiktām precēm, kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē." (Apstrīdētā lēmuma 53. punkts)

180 Ar *Budvar* argumentiem, kas ir norādīti viena iesniegtā pamata otrajā daļā, patiesībā tiek norādīts uz divām kļūdām, ko esot pieļāvusi Apelāciju padome.

181 Vispirms *Budvar* būtībā uzskata, ka nosacījumi, ko *code rural* L. 641-2. panta ceturtā daļa paredz, lai gadījumā, ja preces ir atšķirīgas, Francijā piešķirtu aizsardzību cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti citā valstī saskaņā ar Lisabonas vienošanos, un it īpaši prasība pierādīt minēto nosaukumu atpazīstamības ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas risku, ir ierobežotāki nekā nosacījumi, ko paredz Lisabonas vienošanās. Tādēļ ģeogrāfiskais apzīmējums, kas veido cilmes vietas nosaukumu, kurš ir reģistrēts saskaņā ar Lisabonas vienošanos, neatkarīgi no ar jaunāku preču zīmi apzīmētām precēm tiek aizsargāts, nepastāvot prasībai pierādīt kādas atpazīstamības esamību vai tās ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas risku.

182 Šajā kontekstā *Budvar* tiesas sēdē precizēja, ka saskaņā ar Francijas Konstitūcijas 55. pantu pienācīgi ratificēti līgumi vai vienošanās no to pasludināšanas brīža ir apveltīti ar augstāku spēku nekā likumi, ievērojot katra līguma vai vienošanās piemērošanu, ko veic cita puse. Tātad Francijas tiesību normas, kas ir agrākas vai pat vēlākas par šī teksta spēkā stāšanās brīdi, esot interpretējamas atbilstoši Lisabonas

vienošanās noteikumiem. *Budvar* piebilst, ka tā kritizē veidu, kādā Francijas iestādes piemēro Lisabonas vienošanos.

183 Turpinājumā jebkurā gadījumā *Budvar* uzskata, ka attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību var prezumēt un ka šīs atpazīstamības ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas risks ir pierādīts.

Par *code rural* L. 641-2. panta ceturtajā daļā paredzēto nosacījumu atbilstību Lisabonas vienošanās noteikumiem saistībā ar atšķirīgām precēm

184 Starp valstīm, kas pašlaik ir Eiropas Savienības dalībvalstis, Francijas Republika, Ungārijas Republika, Portugāles Republika, Čehijas Republika un Slovākijas Republika apstrīdētā lēmuma pieņemšanas brīdī bija Lisabonas vienošanās līgumslēdzējvalstis.

185 Pirmkārt, ievērojot Lisabonas vienošanās noteikumus, ir jāatgādina starp cilmes vietas nosaukumu un preci, uz ko tas attiecas, pastāvošā ciešā saistība un no tā izrietošā aizsardzība. Precīzāk, Lisabonas vienošanās līgumslēdzējpuses atbilstoši minētās vienošanās pirmā panta 2. punktam ir apņēmušās aizsargāt citu valstu "preču" cilmes vietu nosaukumus. No Lisabonas vienošanās izpildes kārtības 5. noteikuma 2. punkta iv) apakšpunkta noteikumiem izriet, ka saskaņā ar minēto vienošanos starptautiska cilmes vietas nosaukuma reģistrācijas pieteikumā jānorāda "prece, kurai šis nosaukums ir piemērojams".

186 Otrkārt, Lisabonas vienošanās 2. panta 1. punkts paredz, ka preces, kam tiek piešķirts cilmes vietas nosaukums, kvalitātei vai īpašībām ir jābalstās vienīgi vai galvenokārt uz ģeogrāfisko vidi, kas ietver dabas un cilvēciskus faktorus. Turklāt Lisabonas vienošanās 3. pantā paredzētā aizsardzība attiecas uz gadījumu, kad reģistrēts cilmes vietas nosaukums tiek neatļauti izmantots vai imitēts. Šajā kontekstā cilmes vietas nosaukuma aizsardzība pret jebkādu neatļautu izmantošanu vai imitāciju ir piemērojama tad, ja attiecīgās preces ir identiskas vai līdzīgas. Šī aizsardzība ir vērsta uz to, lai nodrošinātu, lai attiecīgās preces kvalitāte vai īpašības, kas izriet no preces ģeogrāfiskās vides, kura ietver dabas un cilvēciskus faktorus, nekļūtu par prettiesiskas piesavināšanās vai atdarināšanas objektu.

187 Treškārt, Lisabonas vienošanās 3. pants nosaka, ka aizsardzība tiek piešķirta, "pat ja ir norādīta preces patiesā izcelsme" vai ja nosaukums izmantots tulkotā veidā vai to papildina tādas norādes kā "veids", "tips", "kā ražots", "imitācija" vai līdzīgas. Ievērojot izmantoto redakciju, šiem precizējumiem ir nozīme tikai tad, ja attiecīgās preces ir identiskas vai vismaz līdzīgas.

188 Tādējādi ir jākonstatē, ka, neskarot saskaņā ar Lisabonas vienošanos piešķiramās aizsardzības iespējamu paplašināšanu, ko viena līgumslēdzējpuse veic savā teritorijā, šī aizsardzība ir piemērojama tad, ja preces, ko sedz attiecīgais cilmes vietas nosaukums, un preces, ko sedz apzīmējums, kas var to apdraudēt, ir identiskas vai vismaz līdzīgas.

189 Turklāt, nepastāvot vajadzībai veikt analīzi pēc analoģijas, ir jāatzīmē, ka Kopienas līmenī Regulas Nr. 2081/92 par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību šīs lietas faktiem piemērojamajā redakcijā 13. panta 1. punkta b) apakšpunktā ir iekļautas normas, kas ir tuvas tām, kuras ir paredzētas Lisabonas vienošanās 3. pantā, kā arī regulas 13. panta 1. punkta a) apakšpunktā ir nepārprotami iekļautas normas, kas noteiktos apstākļos paredz Kopienas līmenī aizsargātu nosaukumu aizsardzību tad,

ja attiecīgās preces nav salīdzināmas ar saistībā ar šiem nosaukumiem reģistrētām precēm.

190 No judikatūras, tas ir, no Tiesas 1999. gada 4. marta sprieduma lietā C-87/97 *Consorzio per la tutela del formaggio Gorgonzola* (*Recueil*, I-1301. lpp.), kā arī ģenerāladvokāta Džeikobsa [*Jacobs*] saistībā ar šo spriedumu sniegtajiem secinājumiem (*Recueil*, I-1304. lpp.) neizriet, ka Regulas Nr. 2081/92 13. panta 1. punkta b) apakšpunkts būtu interpretējams tādējādi, ka saskaņā ar minēto pantu piešķiramā aizsardzība ir piemērojama tad, ja attiecīgās preces ir atšķirīgas, jo šo pēdējo situāciju regulē šīs pašas regulas 13. panta 1. punkta a) apakšpunkts.

191 Šajā kontekstā ir jāatgādina, ka, ja *Budvar* piedāvātā Lisabonas vienošanās noteikumu interpretācija, kas ir vērsta uz to, lai nosaukumu aizsardzību paplašinātu attiecībā uz visām precēm, neatkarīgi no tā, vai tās ir identiskas, līdzīgas vai atšķirīgas, atbilstu šīs vienošanās redaktoru gribai, tā rezultātā Regulas Nr. 2081/92 pieņemšanas brīdī dažas dalībvalstis, kas ir arī minētās vienošanās līgumslēdzējpuses, būtu nostādītas pretrunīgā situācijā. Faktiski, lai gan Regulas Nr. 2081/92 13. panta 1. punkta b) apakšpunkts un Lisabonas vienošanās 3. pants ir izteikti gandrīz vienādā redakcijā, Kopienas līmenī vai saskaņā ar Lisabonas vienošanos reģistrēto cilmes vietu nosaukumu aizsardzība attiecībā uz atšķirīgām precēm iekšējā tirgū ļoti izteikti atšķirtos atkarībā no tā, vai tiek piemērota viena vai otra no minētajām normām.

192 Tomēr tas, ka saskaņā ar Lisabonas vienošanos piešķiramā aizsardzība ir piemērojama tikai tad, ja preces, ko sedz attiecīgs cilmes vietas nosaukums un preces, ko sedz apzīmējums, kurš var minēto nosaukumu apdraudēt, ir identiskas vai vismaz līdzīgas, neietekmē to, ka Lisabonas vienošanās līgumslēdzējpuses savā valsts tiesību sistēmā var paredzēt plašāku aizsardzību.

193 Lisabonas vienošanās 4. pants turklāt nosaka, ka minētās vienošanās noteikumi nekādā veidā neizslēdz aizsardzību, kas cilmes vietu nosaukumiem katrā līgumslēdzējpusē jau ir piešķirta, pamatojoties uz citiem starptautiskiem instrumentiem, valsts tiesību aktiem vai judikatūru.

194 *Code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi, kuri ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā un kurus Francijas tiesas piemēro saskaņā ar Lisabonas vienošanos reģistrētu cilmes vietu nosaukumu aizsardzībai, iekļaujas šajā loģikā.

195 Paredzot, ka ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu, vai jebkādu citu norādi, kas to atgādina, nevar izmantot nevienas līdzīgas preces apzīmēšanai, šie noteikumi cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, dod iespēju iegūt šīs vienošanās 3. pantā paredzēto aizsardzību pret jebkādu neatļautu lietošanu vai imitāciju. Šajā kontekstā, ja attiecīgās preces būtu identiskas vai līdzīgas, *Budvar* norādītie cilmes vietu nosaukumi, kas ir atspoguļoti iepriekš 16. punktā, varētu būt aizsargāti saskaņā ar Francijas tiesībām, nepastāvot vajadzībai pierādīt, ka šiem nosaukumiem Francijas teritorijā ir atpazīstamība, nedz jo vairāk to, ka šī atpazīstamība var tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta.

196 Turklāt paredzot, ka ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu, vai jebkādu citu norādi, kas to atgādina, nevar izmantot nevienas preces vai pakalpojuma apzīmēšanai, ja šīs izmantošanas rezultātā cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība var tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta, *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi, kas ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā, cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, dod iespēju iegūt aizsardzību, kas ir plašāka par to, kuru paredz šī vienošanās. Šī plašākā aizsardzība tomēr ir pakļauta noteiktiem nosacījumiem.

197 No visa iepriekš minētā izriet, ka, pretēji tam, ko būtībā norāda *Budvar, code rural* L. 641-2. panta ceturtajā daļā paredzētie nosacījumi atšķirīgu preču gadījumā nav ierobežotāki par nosacījumiem, ko nosaka Lisabonas vienošanās.

198 Pilnīgas izskatīšanas labad Pirmās instances tiesa atzīmē, ka *OMPI* Starptautiskais birojs, kas administrē Lisabonas vienošanos, 2000. gada 8. jūnija publiskā dokumentā ar virsrakstu "Iespējamie risinājumi konflikta starp preču zīmēm un ģeogrāfiskajiem apzīmējumiem un konflikta starp homonīmiem ģeogrāfiskajiem apzīmējumiem gadījumā", kas *OMPI* interneta vietnē ir pieejams ar norādi SCT/5/3 un kas izplatīts Preču zīmju, industriālu paraugu un modeļu pastāvīgās komitejas piektās sesijas laikā, pats ir uzsvēris, ka:

"Katrs likumīgs ģeogrāfiskā apzīmējuma izmantotājs ir tiesīgs aizliegt jebkurai personai izmantot šo ģeogrāfisko apzīmējumu gadījumā, ja precēm, attiecībā uz kurām tas tiek izmantots, nav norādītās ģeogrāfiskās izcelsmes. Tāpat kā preču zīmēm, ģeogrāfiskiem apzīmējumiem ir piemērojams "specialitātes" princips, tas ir, tie tiek aizsargāti tikai attiecībā uz preču tipu, saistībā ar kurām tie patiešām tiek lietoti, un "teritorialitātes" princips, tas ir, tie tiek aizsargāti tikai noteiktā teritorijā un ir pakļauti šajā teritorijā piemērojamiem likumiem un administratīvajiem aktiem. Pastāv viens izņēmums no specialitātes principa, kas ir piemērojams ģeogrāfiskajiem apzīmējumiem ar reputāciju. Šai brīdī *OMPI* administrējamie līgumi vai vienošanās [par intelektuālā īpašuma aspektiem, kas skar komercdarbību] aizsardzības paplašināšanu uz šo īpašo ģeogrāfisko apzīmējumu kategoriju neparedz." (Dokumenta SCT/5/3 20. punkts)

Par attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības Francijas teritorijā pierādīšanu atšķirīgu preču gadījumā

199 Pirmkārt, ir jāatgādina, kā ir norādīts iepriekš 188. punktā, ka aizsardzība, kas tiek piešķirta ar Lisabonas vienošanos, ir piemērojama, ja attiecīgās preces ir identiskas vai līdzīgas.

200 Otrkārt, ir jākonstatē, ka preces, kas tiek izskatītas lietā T-57/04, tas ir, tās, ko sedz reģistrācijai pieteiktā grafiskā preču zīme un kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē; preces, kas ietilpst 32. klasē un kas ir lietas T-71/04 priekšmets, un tās, kuras sedz cilmes vietu nosaukumi, kurus *Budvar* norādīja atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 4. punktam, kuras ietilpst 32. klasē, ir atšķirīgas. Šo faktisko apstākli, ko turklāt norādīja Apelāciju padome, neviens lietas dalībnieks neapšauba.

201 Treškārt, saskaņā ar *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumiem, kuri ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā un kurus Francijas tiesas piemēro cilmes vietu nosaukumu, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, aizsardzībai, ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu, vai jebkādu citu norādi, kas to atgādina, nevar izmantot nevienas preces vai pakalpojuma apzīmēšanai, ja šīs izmantošanas rezultātā cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība var tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta. Kā ir norādīts iepriekš 196. punktā, šī norma cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, dod iespēju iegūt aizsardzību, kas ir plašāka par to, kuru paredz minētā vienošanās.

202 Ceturtkārt, saistībā ar minēto, saskaņā ar teritorialitātes principu cilmes vietu nosaukumu aizsardzību regulē tās valsts tiesības, kurā aizsardzība ir pieprasīta (Tiesas 1992. gada 10. novembra spriedums lietā C-3/91 *Exportur*, *Recueil*, I-5529. lpp., 12. punkts). Šo aizsardzību tātad nosaka šīs valsts tiesības, atkarībā no tajā pastāvošiem faktiskajiem apstākļiem.

203 Piektkārt, ir jāatgādina, ka cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība ir atkarīga no tēla, kuru tie rada patērētājiem. Šis tēls pats par sevi pamatā ir atkarīgs no preces īpašām pazīmēm un — vispārīgāk — no tās kvalitātes. Preces atpazīstamību galīgi nosaka šis pēdējais faktors un tā var būt lielāka vai mazāka.

204 No šiem apstākļiem izriet, ka, uzskatot, ka *Budvar* vajadzēja sniegt pierādījumus, ka attiecīgajiem cilmes vietu nosaukumiem Francijas teritorijā ir atpazīstamība, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu. Šiem pierādījumiem jāļauj noteikt tēlu, ko attiecīgie cilmes vietu nosaukumi rada Francijas patērētājiem.

205 Apelāciju padome konstatēja, ka šādas atpazīstamības Francijas teritorijā pierādījumus *Budvar* nav sniegusi. Pirmās instances tiesā un it īpaši sava prasības pieteikuma ietvaros Apelāciju padomes faktu konstatējumus šajā jautājumā *Budvar* nav apšaubījusi. Faktiski *Budvar* norāda, ka atbilstoši Francijas tiesību noteikumiem vai reģistrācijai, kas ir veikta saskaņā ar Lisabonas vienošanos, attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību var prezumēt.

206 Pirmkārt, ir jāatgādina, ka *Budvar* norādītā atpazīstamības prezumpcija nav uzskatāma par objektīvu apstākli, kas ļauj konkrēti novērtēt attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību Francijas teritorijā vai, attiecīgajā gadījumā, noteikt tās apmēru.

207 Šajā sakarā ir jāuzsver, ka iepriekš 106. punktā minētajā spriedumā lietā "Habana" *cour d'appel de Paris* precizēja, ka "ar tiesas sēdē iesniegtajiem dokumentiem (it īpaši izvilkums no grāmatas *La grande histoire du cigare* [*Cigāra lielā vēsture*]), kā arī ar dažādiem preses izvilkumiem ir neapstrīdami un pilnībā pierādīts, ka Kubas izcelsmes Havannas cigāram ir izcila reputācija un to vispārīgi uzskata par labāko pasaulē". No tā izriet, ka, lai šajā lietā pārbaudītu, vai ar *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturto daļu, kurā ir pārņemti *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi, noteiktie nosacījumi ir izpildīti, *cour d'appel de Paris* balstījās uz objektīviem apstākļiem un attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību šajā lietā neprezumēja. Šie objektīvie apstākļi tai ļāva konstatēt, ka attiecīgā cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība bija "izcila", un turklāt uzskatīt, ka tādā mērā asociācijas

izraisošā un "prestižā" nosaukuma atpazīstamības ļaunprātīga izmantošana izraisītu tā vājināšanas risku it īpaši Francijā.

208 Attiecībā konkrēti uz *Budvar* norādītajām Francijas tiesību normām ir jākonstatē, ka *code rural* L. 641-2. panta otrā daļa nedod pamatu prezumēt attiecīgo cilmes vietu nosaukumu jebkādu atpazīstamību Francijas teritorijā. Šī norma paredz: "Ievērojot turpmāk norādītos nosacījumus, [nepārstrādātiem vai pārstrādātiem lauksaimniecības vai pārtikas produktiem] kontrolētu cilmes vietas nosaukumu var piešķirt tad, ja tie atbilst *code de la consommation* L. 115-1. panta noteikumiem, ja tiem ir pienācīgi izveidojusies atpazīstamība un ja tie ir apstiprināšanas procedūras priekšmets." Kā pamatoti norāda Apelāciju padome, šī norma būtībā attiecas nevis uz cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, bet gan uz "kontrolēta cilmes vietas nosaukuma" iegūšanas procedūru Francijā. Tādējādi attiecībā uz cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, nekāda atpazīstamība Francijas teritorijā no šīs normas neizriet.

209 Apstāklis, ka, lai cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, piešķirtu paplašinātu aizsardzību gadījumā, ja attiecīgās preces ir atšķirīgas, Francijas tiesas piemēro arī *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtās daļas noteikumus, kurā ir pārņemti *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumi, šo secinājumu neietekmē. Ir jānosaka atšķirība starp cilmes vietas nosaukumu atzīšanas nosacījumiem un to aizsardzības nosacījumiem saskaņā ar Francijas tiesībām. Tādējādi, pat ja Francijas tiesas, piemērojot *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas noteikumus, kuri ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā, cilmes vietu nosaukumiem, kas ir reģistrēti saskaņā ar Lisabonas vienošanos, piemēro plašāku aizsardzību nekā tā, ko paredz minētā vienošanās, tas nekādā ziņā nenozīmē, ka šiem cilmes vietu nosaukumiem, balstoties uz Francijā reģistrētiem kontrolētiem cilmes vietu nosaukumiem piemērojamo

atzīšanas procedūru, ir atpazīstamības prezumpcija. Turklāt ir jāuzsver, ka šāda atpazīstamības prezumpcija uz *code rural* L. 641-2. panta otrās daļas pamata no izskatīšanai iesniegtajiem dokumentiem un it īpaši no iepriekš 106. punktā minētā *cour d'appel de Paris* sprieduma lietā "Habana" neizriet.

210 Lisabonas vienošanās noteikumi jo vairāk nedod pamatu prezumēt *Budvar* norādīto cilmes vietu nosaukumu atpazīstamību Francijā. Vispirms, kā jau ir atzīmēts iepriekš 188. punktā, ir jāatgādina, ka ar minēto vienošanos piešķiramā aizsardzība neattiecas uz situācijām, kad, kā tas ir šajā lietā, attiecīgās preces ir atšķirīgas. Tādēļ Lisabonas vienošanās neietekmē attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības Francijas teritorijā pierādīšanu, ja preces ir atšķirīgas. Turklāt, raugoties no faktu viedokļa, ir jāatzīmē, ka, lai gan Lisabonas vienošanās 2. pants paredz, ka "izcelsmes valsts ir valsts, kuras nosaukums vai kurā esoša reģiona vai vietas nosaukums veido cilmes vietas nosaukumu, kas precei piešķir atpazīstamību", no šīs normas neizriet, ka saskaņā ar Lisabonas vienošanos reģistrētiem cilmes vietu nosaukumiem ir atpazīstamība katras minētās vienošanās līgumslēdzējpuses teritorijā.

211 No visiem šiem apstākļiem izriet, ka, uzskatot, ka *Budvar* nav sniegusi pierādījumus, ka cilmes vietu nosaukumiem ir atpazīstamība Francijā un ka tādējādi viena no apstākļiem, kas ietilpst ar *code rural* L. 641-2. panta ceturto daļu, kura ir pārņemta *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā, piešķiramās aizsardzības piemērošanas jomā, šajā lietā trūkst, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu.

212 Pilnīgas izskatīšanas labad ir jāatzīmē, ka Apelāciju padome ne tikai konstatēja, ka *Budvar* nav sniegusi pierādījumus, ka attiecīgiem cilmes vietu nosaukumiem Francijas teritorijā ir atpazīstamība, bet arī piebilda, ka *Budvar* nav izdevies "pierādīt, kādā veidā cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība, ja pieņemtu, ka tā eksistē, varētu tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta tad, ja [*Anheuser-Busch*] būtu tiesīga grafisku

preču zīmi, kas iekļauj terminu "Budweiser", izmantot attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm, kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē" (apstrīdētā lēmuma 53. punkts).

213 Ir jāuzsver, ka *code rural* L. 642-1. panta ceturtās daļas noteikumos, kuri ir pārņemti *code de la consommation* L. 115-5. panta ceturtajā daļā, ir precizēts, ka ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido cilmes vietas nosaukumu, vai jebkādu citu to atgādinošu norādi nedrīkst izmantot nedz attiecībā uz kādu līdzīgu preci, nedz "attiecībā uz kādu citu preci vai pakalpojumu", ja ar "šādu izmantošanu" cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība var tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta. Tādējādi jāpastāv iespējai, ka cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība tiek ļaunprātīgi izmantota vai vājināta ģeogrāfiskā apzīmējuma, kas veido cilmes vietas nosaukumu, izmantošanas attiecībā uz kādu noteiktu "preci" vai "pakalpojumu" rezultātā. Tātad, novērtējot cilmes vietas nosaukuma atpazīstamības ļaunprātīgas izmantošanas vai vājināšanas risku, šī prece vai šis pakalpojums ir obligāti jāņem vērā.

214 Šo interpretāciju apstiprina Francijas judikatūra, proti, *cour d'appel de Paris* spriedums lietā "Habana" (iepriekš minēts 106. punktā).

215 Šajā spriedumā *cour d'appel de Paris* ir veikusi šādus konstatējumus:

"Ņemot vērā, ka sabiedrība *Aramis* tirgū ir laidusi un izplatījusi vīriešu smaržas ar nosaukumu "havana" [..]; ka flakona forma [..] savas pagarinātās formas, ko noslēdz pelēks metāla korķis, dēļ atgādina degoša cigāra formu [..]

Ņemot vērā, ka nav ticis apstrīdēts, ka jaunu smaržu laišana tirgū iekļauj būtisku finansiālo risku un ka šī riska samazināšanai sabiedrība, kam smaržas nav pazīstamas, ir jāpiesaista, liekot tās apziņā rasties tēlam, kas pateicoties ierosmes spējai, ko tas ir spējīgs izraisīt, ir īpaši pievilcīgs [..]

Termina "havana" izvēle vīriešiem paredzētu luksusa smaržu izplatīšanas veicināšanai nekādā ziņā nav nejauša, bet gan parāda apzinātu sabiedrības vēlēšanos ar īpaši spēcīgu ierosmes spēju, kas tam piemīt, radīt prestižu, juteklīgu un labas gaumes tēlu, kas piemīt Havannas cigāram un kuru avots ir dūmu mutuļi [..]."

216 No minētā izriet, ka, lai secinātu, ka šī cilmes vietas nosaukuma atpazīstamība var tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta, *cour d'appel de Paris* galvenokārt balstījās uz preci, kuru skar ģeogrāfiskā apzīmējuma, kas veido attiecīgo cilmes vietas nosaukumu, izmantošana.

217 Francijas kontrolēto cilmes vietu nosaukumu aizsardzības ietvaros Francijas tiesas turpmāk sekoja šim virzienam. Tā, *cour d'appel de Paris* 1993. gada 15. decembra spriedumā attiecībā uz kontrolētā cilmes vietas nosaukuma "Champagne" aizsardzību, ko *Budvar* tāpat iesniedza ITSB instancēs, precizēja, ka, "izmantojot apzīmējumu "Champagne" jaunu luksusa smaržu laišanai tirgū, izvēloties izskatu, kas atgādina šī vīna pudelēm raksturīgo korķi, un reklāmas materiālos izmantojot prieka un svētku, uz ko šis apzīmējums norāda, tēlu un garšas sajūtas, apelācijas sūdzības iesniedzēji vēlējās radīt pievilcības efektu, kas izriet no apstrīdēta nosaukuma".

218 Šajā lietā ir uzskatāms, ka ITSB instancēs un it īpaši Apelāciju padomē *Budvar* nav uzrādījusi apstākļus, lai pierādītu, ka attiecīgā ģeogrāfiskā apzīmējuma izmantošanas

konkrēti attiecībā uz precēm, kuras sedz reģistrācijai pieteiktā grafiskā preču zīme un kuras ietilpst 16., 21., 25. un 30. klasē, rezultātā attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamība, ja pieņem, ka Francijas teritorijā tā ir noteikta, varētu tikt ļaunprātīgi izmantota vai vājināta. Ir jāpiebilst, ka, spriežot par to kā par pilnībā uz pieņēmumiem balstītu jautājumu, lai ITSB varētu pilnā mērā lemt par prasījumiem, *Budvar* vajadzēja savu pieteikumu pietiekami precizēt.

219 Visu iepriekš minēto iemeslu dēļ viena *Budvar* izvirzītā pamata otrā daļa ir jānoraida.

220 No tā izriet, ka *Budvar* prasība ir jānoraida pilnā apmērā un nav vajadzības spriest par *Anheuser-Busch* papildu kārtā izteiktajiem argumentiem. Turklāt saistībā ar *Anheuser-Busch* iesniegtiem papildu argumentiem un tā kā tie būtu jāsaprot kā patstāvīgs pamats, kas ir balstīts uz Reglamenta 134. panta 2. punktu, ir jāatzīmē, ka šis pamats ir nesavienojams ar pašas personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem un tādējādi ir noraidāms (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2006. gada 16. novembra spriedumu lietā T-278/04 *Jabones Pardo*/ITSB — *Quimi Romar* ("YUKI"), Krājumā nav publicēts, Krājums, II-90. lpp.*, 44. un 45. punkts). *Anheuser-Busch* norādītie papildu argumenti būtībā ir vērsti uz to, lai apstrīdētu dažus faktiskus un juridiskus aspektus, ko atbalstīja Apelāciju padome. *Anheuser-Busch* tomēr nav prasījis atcelt vai grozīt apstrīdēto lēmumu saskaņā ar Reglamenta 134. panta 3. punktu.

II — *Lieta T-71/04*

221 Ar Pirmās instances tiesas kancelejā 2007. gada 8. maijā iesniegto vēstuli *Anheuser-Busch* Pirmās instances tiesu informēja, ka attiecībā uz 32. klasē ietilpstošajām precēm tā savu Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu ir atsaukusi. *Anheuser-Busch* iesniedza reģistrācijas pieteikuma atsaukšanas akta kopiju, kas ITSB tika iesniegts 2007. gada 8. maijā.

222 Tā kā prasības lietā T-71/04 priekšmets ir tieši preču zīmes, kas ir pieteikta attiecībā uz 32. klasē ietilpstošajām precēm, reģistrācija, *Anheuser-Busch* uzskata, ka tiesvedība Pirmās instances tiesā vairs nav jāturpina.

223 Attiecībā uz tiesāšanās izdevumiem *Anheuser-Busch* lēmuma pieņemšanu šajā sakarā atstāj Pirmās instances tiesas ziņā.

224 Pēc atkārtotas mutvārdu procesa uzsākšanas atbilstoši 2007. gada 14. maija rīkojumam Pirmās instances tiesa lūdza ITSB un *Budvar* sniegt savus apsvērumus par *Anheuser-Busch* lūgumu izbeigt tiesvedību, ko tās ir izdarījušas noteiktajos termiņos.

225 Ar Pirmās instances tiesas kancelejā 2007. gada 16. maijā iesniegto vēstuli ITSB apstiprināja, ka Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums attiecībā uz 32. klasē ietilpstošām precēm ir atsaukts un norādīja, ka lietā T-71/04 tiesvedība ir izbeidzama. Attiecībā uz tiesāšanās izdevumiem ITSB lūdz Pirmās instances tiesu tam nepiespriest atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

226 Ar Pirmās instances tiesas kancelejā 2007. gada 22. maijā iesniegto vēstuli *Budvar* ņēma vērā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma attiecībā uz 32. klasē ietilpstošajām precēm atsaukšanu un lūdza Pirmās instances tiesu pieņemt lēmumu par tiesāšanās izdevumiem.

227 Mutvārdu process tika no jauna slēgts 2007. gada 24. maijā.

228 Saskaņā ar Pirmās instances tiesas reglamenta 113. pantu šajā lietā ir pietiekami konstatēt, ka, ievērojot reģistrācijas pieteikuma attiecībā uz 32. klasē ietilpstošajām precēm atsaukšanu, prasībai lietā T-71/04 vairs nav priekšmeta. No tā izriet, ka tiesvedība šai lietā ir jāizbeidz.

Par tiesāšanās izdevumiem

I — *Lieta T-57/04*

229 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs.

230 Tā kā *Budvar* spriedums lietā T-57/04 ir nelabvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar ITSB un *Anheuser-Busch* prasījumiem.

II — *Lieta T-71/04*

231 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 6. punktam, ja tiesvedību lietā izbeidz pirms sprieduma taisīšanas, Pirmās instances tiesa lemj par tiesāšanās izdevumiem pēc saviem ieskatiem.

232 Šajā lietā Pirmās instances tiesa uzskata, ka atbilstoši lietas apstākļiem *Anheuser-Busch* ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (piektā palāta paplašinātā sastāvā)

nospriež:

1) lietā T-57/04:

— prasību noraidīt;

— *Budějovický Budvar, národní podnik* atlīdzina tiesāšanās izdevumus;

2) lietā T-71/04:

— prasību noraidīt;

— *Anheuser-Busch, Inc.* atlīdzina tiesāšanās izdevumus.

Vilaras Martins Ribeiro Dehousse

Šváby Jürimäe

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2007. gada 12. jūnijā.

Sekretārs — E. Coulon

Priekšsēdētājs — M. Vilaras

Satura rādītājs

Atbilstošās tiesību normas ..... II - 1835

I — Starptautiskās tiesības ..... II - 1835

II — Kopienu tiesības ..... II - 1838

III — Valsts tiesības ..... II - 1842

Prāvas priekšvēsture ..... II - 1845

I — Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums, ko iesniedza *Anheuser-Busch* II - 1845

II — Pret Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu iesniegtie iebildumi ..... II - 1847

III — Iebildumu nodaļas lēmums ..... II - 1850

IV — ITSB Apelāciju otrās padomes lēmumi ..... II - 1851

Lietas dalībnieku prasījumi ..... II - 1854

I — Lieta T-57/04 ..... II - 1854

II — Lieta T-71/04 ..... II - 1855

Juridiskais pamatojums ..... II - 1856

I — Lieta T-57/04 ..... II - 1856

A — Par Budvar prasījumu otrās daļas pieņemamību ..... II - 1856

B — Par lietas būtību ..... II - 1857

1. Par pirmo daļu, kas attiecas uz *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas nepiemērošanu ..... II - 1859

a) Lietas dalībnieku argumenti ..... II - 1859

Budvar argumenti ..... II - 1859

ITSB argumenti ..... II - 1862

Anheuser-Busch argumenti ..... II - 1866

b) Pirmās instances tiesas vērtējums ..... II - 1869

2. Par pakārtoti norādīto otro daļu attiecībā uz *code rural* L. 641-2. panta ceturtās daļas kļūdainu piemērošanu, ko ir veikusi Apelāciju padome ..... II - 1877

a) Lietas dalībnieku argumenti ..... II - 1877

Budvar argumenti ..... II - 1877

ITSB argumenti ..... II - 1882

— Par vajadzību pierādīt cilmes vietas nosaukuma atpazīstamību ..... II - 1882

— Par cilmes vietas nosaukuma atpazīstamības ļaunprātīgu izmantošanu vai vājināšanu ..... II - 1887

Anheuser-Busch argumenti ..... II - 1889

b) Pirmās instances tiesas vērtējums ..... II - 1892

Par *code rural* L. 641-2. panta ceturtajā daļā paredzēto nosacījumu atbilstību Lisabonas vienošanās noteikumiem saistībā ar atšķirīgām precēm ..... II - 1894

Par attiecīgo cilmes vietu nosaukumu atpazīstamības Francijas teritorijā pierādīšanu atšķirīgu preču gadījumā ..... II - 1898

II — Lieta T-71/04 ..... II - 1905

Par tiesāšanās izdevumiem ..... II - 1907

I — Lieta T-57/04 ..... II - 1907

II — Lieta T-71/04 ..... II - 1907