VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2016. gada 20. jūlijā *

Eiropas Savienības preču zīme — Spēkā neesamības atzīšanas process — Eiropas Savienības vārdiska preču zīme "SUEDTIROL" — Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts un 52. panta 1. punkta a) apakšpunkts — Absolūts atteikuma pamats — Ģeogrāfiskās izcelsmes norāde — Aprakstošs raksturs

Lieta T-11/15

Internet Consulting GmbH , Bruniko [*Brunico*] (Itālija), ko pārstāv *L. Miori* un *A. Bertella*, advokāti,

prasītāja,

pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (*EUIPO*), ko pārstāv *A. Schifko*, pārstāvis,

atbildētājs,

otra procesa *EUIPO* Lielajā apelācijas padomē dalībniece un persona, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā –

Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (Itālija), ko pārstāv *C. Volkmann*, advokāts,

persona, kas iestājusies lietā,

par prasību atcelt *EUIPO* Lielās apelācijas padomes 2014. gada 10. oktobra lēmumu lietā R 574/2013-G attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas procesu starp *Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige* un *Internet Consulting*.

VISPĀRĒJĀ TIESA (ceturtā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Preks [*M. Prek*] (referents), tiesneši I. Labucka un V. Kreišics [*V. Kreuschitz*],

sekretārs E. Kulons [*E. Coulon*],

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2015. gada 9. janvārī,

ņemot vērā *EUIPO* atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2015. gada 19. jūnijā,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2015. gada 8. jūnijā,

* Tiesvedības valoda – vācu.

ņemot vērā, ka trīs nedēļu laikā pēc tam, kad tika izsniegts paziņojums par tiesvedības rakstveida daļas pabeigšanu, neviena puse nav iesniegusi pieteikumu par tiesas sēdes noturēšanu, un nolemjot saskaņā ar Vispārējās tiesas Reglamenta 106. panta 3. punktu izlemt prasību bez tiesvedības mutvārdu daļas,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Tiesvedības priekšvēsture

1 2002. gada 19. augustā prasītāja *Internet Consulting GmbH* Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (*EUIPO*) iesniedza Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz grozīto Padomes 1993. gada 20. decembra Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) (aizstāta ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.)).

2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdisks apzīmējums “SUEDTIROL”.

3 Pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 35., 39. un 42. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam Nicas 1957. gada 15. jūnija Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru no šīm klasēm atbilst šādam aprakstam:

— 35. klase: “darījumu vadīšana; uzņēmumu pārvaldīšana; biroja darbi”;

— 39. klase: “preču iesaiņošana un uzglabāšana”;

— 42. klase: “zinātniskie un tehnoloģiskie pakalpojumi, izpēte un projektēšana šajās jomās; rūpnieciskā izpēte un izstrādnes; datoru aparatūras un programmatūras projektēšana, izstrādne un pilnveidošana; juridiskie pakalpojumi”.

4 Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts 2003. gada 24. novembra *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetenā*] Nr. 83/2003. Šī preču zīme tika reģistrēta 2011. gada 16. decembrī ar numuru 2826931.

5 2012. gada 3. janvārī persona, kas iestājusies lietā, *Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige* (Autonomā Bolcāno-Alto Adidžes province, Itālija) lūdza strīdus preču zīmi atzīt par spēkā neesošu attiecībā uz visiem tās apzīmētajiem pakalpojumiem. Savu pieteikumu tā pamatoja ar Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu, to aplūkojot kopsakarā ar šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, jo strīdus preču zīme esot ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, kas apzīmējot autonomo Trentīno-Alto Adidžes/Dienvidtiroles reģionu (turpmāk tekstā – “Dienvidtiroles reģions”) Itālijas ziemeļos.

6 Anulēšanas nodaļa ar 2013. gada 15. februāra lēmumu noraidīja pieteikumu par strīdus preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu.

7 Persona, kas iestājusies lietā, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 58. un nākamajiem pantiem iesniedza apelācijas sūdzību par minēto lēmumu.

8 Ar 2014. gada 3. aprīļa lēmumu Apelācijas pirmā padome nodeva šo lietu Lielajai apelācijas padomei.

9 Ar 2014. gada 10. oktobra lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) Lielā apelācijas padome apmierināja personas, kas iestājusies lietā, apelācijas sūdzību, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu pasludinot strīdus preču zīmi par spēkā neesošu tādēļ, ka tā esot tikusi reģistrēta, pārkāpjot šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu un 2. punktu.

10 It īpaši saistībā ar pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu pieņemamību Lielā apelācijas padome secināja, ka šis pieteikums ir pieņemams, jo Regulas Nr. 207/2009 56. panta 1. punkta a) apakšpunktā ir paredzēts, ka jebkurai fiziskai un juridiskai personai ir tiesības iesniegt šādu pieteikumu un ka juridiskās personas jēdziens ietver publisko tiesību juridiskas personas, tādas kā persona, kas iestājusies lietā.

11 Pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu izvērtējot pēc būtības, Lielā apelācijas padome tostarp norādīja, ka:

— ar vārdu “südtirol” vācu valodā parasti apzīmē vistālāk ziemeļos esošo un vienu no bagātākajām Itālijas provincēm, kuras autonomija ir atzīta Itālijas Konstitūcijā;

— tā kā par šāda reģiona esamību zina konkrētā sabiedrības daļa, ko veido vismaz Itālijas patērētājs un vāciski runājošs Eiropas Savienības patērētājs, kas zina par Dienvidtiroles reģiona pastāvēšanu, strīdus preču zīme var tikt uzskatīta par tādu, kas minētajai sabiedrības daļai norāda uz šīs preču zīmes aptverto pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi;

— tā kā pakalpojumu ģeogrāfiskā izcelsme ir viena no pakalpojumu īpašībām Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, vārds “suedtirol” ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, kas būtu jāaizsargā vispārējās interesēs;

— apzīmētajiem pakalpojumiem nav citu konkrētu īpašību, kas varētu mudināt attiecīgo patērētāju neasociēt norādi “südtirol” ar to ģeogrāfisko izcelsmi;

— darījumu vadīšanas un uzņēmumu pārvaldīšanas pakalpojumus, biroja darbus, preču iesaiņošanas un uzglabāšanas pakalpojumus, zinātniskos un tehnoloģiskos pakalpojumus, rūpnieciskās izpētes un izstrādņu pakalpojumus, datoru aparatūras un programmatūras projektēšanas pakalpojumus un juridiskos pakalpojumus, ja tie tiks sniegti, izmantojot strīdus preču zīmi, attiecīgais patērētājs uztvers kā pakalpojumus, kuru izcelsme ir Dienvidtiroles reģionā, kuri tiek sniegti šajā reģionā vai kuri tiek piedāvāti uzņēmumiem, kas darbojas šajā reģionā;

— apstāklis, ka ievērojamam skaitam uzņēmumu, kuri darbojas Dienvidtiroles reģionā, nosaukumos ir lietots vārds “südtirol” vai “suedtirol”, apstiprina, ka šis vārds veido ģeogrāfiskās izcelsmes norādi.

Lietas dalībnieku prasījumi

12 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— atcelt vai vismaz grozīt apstrīdēto lēmumu, katrā ziņā noraidot pieteikumu par strīdus preču zīmes spēkā neesamības atzīšanu;

— piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

13 *EUIPO* prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

14 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

15 Savas prasības atbalstam prasītāja izvirza divus pamatus, no kuriem pirmais ir saistīts ar Regulas Nr. 207/2009 5. un 56. panta pārkāpumu un nepareizu piemērošanu, bet otrais – ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta un 12. un 52. panta pārkāpumu un nepareizu piemērošanu.

Par pirmo prasības pamatu – Regulas Nr. 207/2009 5. un 56. panta pārkāpumu un nepareizu piemērošanu

16 Prasītāja uzskata, ka no Regulas Nr. 207/2009 5. un 56. panta, tos aplūkojot kopsakarā, izriet, ka personai, kas iestājusies lietā, kura ir publisko tiesību subjekts, neesot tiesību iesniegt pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu. Tā kā Regulas Nr. 207/2009 5. pantā, kas attiecas uz tiesībām būt Eiropas Savienības preču zīmes īpašniekam, pēc vārdiem “jebkura fiziska vai juridiska persona” ir tieši minētas “iestādes, kas izveidotas saskaņā ar publiskajām tiesībām”, apstāklis, ka šīs pašas regulas 56. pantā ir minētas tikai fiziskas vai juridiskas personas, nozīmējot, ka publisko tiesību subjekti nevar iesniegt pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu.

17 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd šos argumentus.

18 Regulas Nr. 207/2009 5. pantā ir sniegta personu, kas var būt Eiropas Savienības preču zīmju īpašnieces, vispārīgā definīcija. Tajā ir precizēts, ka “[Eiropas Savienības] preču zīmes īpašniece var būt jebkura fiziska vai juridiska persona, tostarp iestādes, kas izveidotas saskaņā ar publiskajām tiesībām”.

19 No tā izriet, ka publisko tiesību subjekti šajā pantā ir minēti tikai kā tādu juridisku personu piemērs, kuras var būt šādas preču zīmes īpašnieces, un ka tās var īstenot savas tiesības atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 56. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktam. Turpretim nav nekādu norāžu, kas liecinātu, ka šīs pašas regulas 56. panta 1. punkta a) apakšpunkts, kurā atšķirībā no minētās regulas 5. panta tostarp ir minēta tikai “jebkura fiziska vai juridiska persona”, būtu jāinterpretē tādējādi, ka tas neaptver publisko tiesību subjektus. Proti, uz atcelšanas un spēkā neesamības pamatiem, it īpaši absolūtiem spēkā neesamības pamatiem Regulas Nr. 207/2009 52. panta izpratnē, var atsaukties jebkura persona – neatkarīgi no tā, vai tai ir privāts vai publisks statuss, un šī iemesla dēļ šīs pašas regulas 56. panta 1. punkta a) apakšpunkta beigu daļā ir vienīgi prasīts, lai minētā persona “var[ētu] savā vārdā iesniegt prasību tiesā un būt par šādas prasības subjektu”. Tātad pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, apstāklis, ka Regulas Nr. 207/2009 56. panta 1. punkta a) apakšpunktā nav skaidri minēti publisko tiesību subjekti, nevar tikt interpretēts tādējādi, ka tie ir izslēgti no šīs tiesību normas piemērošanas jomas.

20 Līdz ar to Lielā apelācijas padome, nolemjot, ka personai, kas iestājusies lietā, bija tiesības iesniegt pieteikumu par strīdus preču zīmes spēkā neesamības atzīšanu, nav pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 5. un 56. pantu.

21 Tādējādi pirmais prasības pamats ir noraidāms.

Par otro prasības pamatu – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta un 12. un 52. panta pārkāpumu un nepareizu piemērošanu

22 Prasītāja apgalvo, ka Lielā apelācijas padome, secinot, ka strīdus preču zīme veido ģeogrāfiskās izcelsmes norādi uz konkrētajai sabiedrības daļai zināmu vietu, sniedzot informāciju par attiecīgo pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, nevis par to komerciālo izcelsmi, esot pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, kā arī 12. un 52. pantu.

23 Konkrēti, ar minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu reģistrēt ģeogrāfiskās izcelsmes norādi esot aizliegts tikai tad, ja apzīmējums norāda uz vietu, kurai pašlaik ir vai nākotnē varētu būt saikne ar aptverto preču un pakalpojumu kategoriju, nevis uz vietu, kurā pakalpojumi tiek sniegti, jo tajā esot minēta “ģeogrāfiskā izcelsme”. Turklāt atšķirībā no precēm pakalpojumi paši par sevi parasti neietver teritorijas, kurā tie tiek sniegti vai kurā ir tos sniegušā uzņēmuma atrašanās vieta, īpašības. Tātad vienīgie apstākļi, kas var raksturot pakalpojumus, esot veids, kādā tie tiek sniegti, vai to sniedzēja statuss, nevis to ģeogrāfiskā izcelsme, izņemot noteiktam apgabalam “tipiskus” pakalpojumus. Tā kā pakalpojuma sniedzēja uzņēmuma atrašanās vieta vai pakalpojuma sniegšanas vieta var būt dažādas, tās nevarot veidot nesaraujamu saikni starp pakalpojumu un teritoriju. Visbeidzot, saprātīgai iespējamībai, ka pakalpojumi un vieta tiks asociēti, esot jāpastāv preču zīmes reģistrācijas brīdī, un persona, kas iestājusies lietā, to neesot pierādījusi.

24 Turklāt Lielā apelācijas padome neesot ņēmusi vērā sekas, ko rada Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punkts, saskaņā ar kuru trešajām personām, neraugoties uz strīdus preču zīmes reģistrāciju, ir atļauts iekļaut vārdu “suedtirol” savā nosaukumā vai firmā. Šī tiesību norma ļaujot pietiekami nodrošināt, ka tiek saglabāta ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu pieejamība komercdarbībā.

25 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka šie iebildumi nav pamatoti.

26 Vispirms ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu nereģistrē “preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības”.

27 Minētās regulas 7. panta 2. punktā turklāt ir paredzēts, ka “šā panta 1. punktu piemēro arī tad, ja pamatojums reģistrācijas atteikumam pastāv tikai kādā [Savienības] daļā”.

28 Saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu “[Eiropas Savienības] preču zīmi paziņo par spēkā neesošu, ja [*EUIPO*] iesniegts attiecīgs iesniegums vai pamatojoties uz pretprasību lietas izskatīšanas procesā par pārkāpumu: [..] [Eiropas Savienības] preču zīme reģistrēta pretrunā 7. panta noteikumiem; [..]”.

29 No judikatūras izriet, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam ir vispārējo interešu mērķis, kas prasa, lai visi varētu brīvi izmantot apzīmējumus vai norādes, kas apraksta preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir iesniegts reģistrācijas pieteikums, kategorijas. Šis noteikums tātad neļauj rezervēt šādus apzīmējumus vai norādes tikai vienam uzņēmumam, reģistrējot tos kā preču zīmi (skat. spriedumu, 2003. gada 15. oktobris, *Nordmilch*/ITSB (“OLDENBURGER”), T-295/01, EU:T:2003:267, 29. punkts un tajā minētā judikatūra).

30 Konkrēti attiecībā uz apzīmējumiem vai norādēm, kurus var izmantot, lai apzīmētu to preču kategoriju ģeogrāfisko izcelsmi, attiecībā uz kurām ir iesniegts preču zīmes reģistrācijas pieteikums, it īpaši ģeogrāfiskajiem nosaukumiem, pastāv vispārēja interese aizsargāt to pieejamību, it īpaši ņemot vērā to spēju ne tikai norādīt, iespējams, attiecīgo preču kategoriju kvalitāti un citas īpašības, bet arī dažādi ietekmēt patērētāju izvēli, piemēram, piesaistot preces vietai, kas var izraisīt pozitīvas sajūtas (šajā ziņā

skat. spriedumus, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 26. punkts, un 2013. gada 13. septembris, *Fürstlich Castell’sches Domänenamt*/ITSB – *Castel Frères* (“CASTEL”), T-320/10, nav publicēts, EU:T:2013:424, 43. punkts).

31 Pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, šī judikatūra ir piemērojama arī pakalpojumiem (šajā ziņā skat. spriedumu, 2005. gada 7. jūnijs, *Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft*/ITSB (“MunichFinancialServices”), T-316/03, EU:T:2005:201, 32. punkts).

32 Turklāt ir jānorāda, ka, pirmkārt, ģeogrāfiskus nosaukumus nereģistrē kā preču zīmes, ja tie apzīmē noteiktas ģeogrāfiskas vietas, kam jau ir zināma reputācija vai kas ir pazīstamas saistībā ar attiecīgo preču vai pakalpojumu kategoriju un ko tādēļ ieinteresētās personas saista ar šo kategoriju, un, otrkārt, nereģistrē ģeogrāfiskos nosaukumus, ko var izmantot uzņēmumi un kas arī ir jāatstāj pieejami šiem uzņēmumiem kā attiecīgās preču vai pakalpojumu kategorijas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes (šajā ziņā skat. spriedumus, 2003. gada 15. oktobris, “OLDENBURGER”, T-295/01, EU:T:2003:267, 31. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2015. gada 15. janvāris, *MEM*/ITSB (“MONACO”), T-197/13, EU:T:2015:16, 48. punkts).

33 Šajā ziņā ir jāuzsver, ka Savienības likumdevējs, atkāpjoties no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, ir rezervējis iespēju apzīmējumus, kas var tikt izmantoti, lai norādītu uz ģeogrāfisko izcelsmi, reģistrēt kā kolektīvas preču zīmes atbilstoši minētās regulas 66. panta 2. punktam un attiecībā uz noteiktām precēm, ja tās atbilst vajadzīgiem nosacījumiem, kā aizsargātās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes vai cilmes vietas nosaukumus saskaņā ar Padomes 1992. gada 14. jūlija Regulu (EEK) Nr. 2081/92 par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību (OV 1992, L 208, 1. lpp.) (spriedums, 2003. gada 15. oktobris, “OLDENBURGER”, T-295/01, EU:T:2003:267, 32. punkts).

34 Tomēr ir jānorāda, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts principā neliedz reģistrēt ģeogrāfiskos nosaukumus, kas nav pazīstami ieinteresēto personu vidū vai vismaz nav pazīstami kā ģeogrāfiskas vietas apzīmējums, vai arī nosaukumus, saistībā ar kuriem apzīmētās vietas īpašību dēļ nav sagaidāms, ka ieinteresēto personu vidū varētu tikt uzskatīts, ka šī vieta ir attiecīgās preču vai pakalpojumu kategorijas izcelsmes vieta (šajā ziņā skat. spriedumus, 2003. gada 15. oktobris, “ OLDENBURGER”, T-295/01, EU:T:2003:267, 33. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2015. gada 15. janvāris, “MONACO”, T-197/13, EU:T:2015:16, 49. punkts).

35 Apzīmējuma aprakstošā rakstura izvērtējumu var veikt, no vienas puses, vienīgi saistībā ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem un, no otras puses, attiecībā uz to, kā šo apzīmējumu uztver konkrētā sabiedrības daļa (spriedums, 2003. gada 15. oktobris, “OLDENBURGER”, T-295/01, EU:T:2003:267, 34. punkts).

36 Pirmkārt, runājot par konkrēto sabiedrības daļu, ir jāpiekrīt definīcijai, ko Lielā apelācijas padome ir sniegusi apstrīdētā lēmuma 36.–42. punktā. Proti, pirmām kārtām strīdus preču zīme ir vārdisks apzīmējums “SUEDTIROL”, ko var saprast Itālijas sabiedrība, kā arī vāciski runājošā Savienības sabiedrība. Vārds “suedtirol” un vācu vārds “südtirol”, kas tiek izmantots, lai apzīmētu Dienvidtiroles reģionu, ir ekvivalenti – pirmais no šiem vārdiem ietver diftongu, ar kuru parasti tiek aizstāts vācu alfabēta burts “ü”. Otrām kārtām daži no strīdus preču zīmes apzīmētajiem pakalpojumiem, proti, darījumu vadīšanas un uzņēmumu pārvaldīšanas pakalpojumi, biroja darbi, zinātniskie un tehnoloģiskie pakalpojumi, rūpnieciskās izpētes un izstrādņu pakalpojumi, datoru aparatūras un programmatūras projektēšanas pakalpojumi, ir paredzēti uzņēmumiem, kas darbojas jebkādā tautsaimniecības nozarē un kas ir uzskatāmi par specializētiem patērētājiem. Šajā ziņā ir jāuzsver, ka, lai gan ir iespējams uzskatīt, ka šie pakalpojumi ir paredzēti arī individuālajiem uzņēmējiem, šie pēdējie tāpat ir jāuzskata par profesionāļiem un tātad par daļu no specializētas sabiedrības. Savukārt juridiskie pakalpojumi (42. klase) un preču iesaiņošanas un uzglabāšanas pakalpojumi (39. klase) ir paredzēti gan vidusmēra patērētājam, gan specializētam patērētājam. Tādējādi konkrēto sabiedrības daļu pārsvarā veido sabiedrība ar lielāku uzmanības līmeni.

37 Šajā ziņā Vispārējā tiesa jau ir nospriedusi, ka, lai uz apzīmējumu attiektos Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) vai c) apakšpunktā paredzētais aizliegums, pietiek ar to, ka atteikuma pamats pastāv attiecībā uz daļu no mērķsabiedrības, un ka šajā ziņā nav jāpārbauda, vai šis apzīmējums ir pazīstams arī citiem patērētājiem, kas pieder pie konkrētās sabiedrības daļas (skat. spriedumu, 2015. gada 25. novembris, *bd breyton-design*/ITSB (“RACE GTP”), T-520/14, nav publicēts, EU:T:2015:884, 29. punkts un tajā minētā judikatūra).

38 Tātad Lielā apelācijas padome pareizi secināja, ka vērā ņemamo konkrēto sabiedrības daļu veido Itālijas un Savienības vāciski runājošā sabiedrība, kā arī Itālijas itāliski runājošā sabiedrība ar pietiekami augstu uzmanības līmeni.

39 Otrkārt, šā sprieduma 26.–35. punktā izklāstīto apsvērumu gaismā, lai izvērtētu strīdus preču zīmes aprakstošo raksturu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, ir jānoskaidro, no vienas puses, vai konkrētā sabiedrības daļa ģeogrāfisko apzīmējumu, kas veido reģistrācijai pieteikto preču zīmi, uztver kā ģeogrāfisko apzīmējumu un tas ir tai pazīstams un, no otras puses, vai konkrētā sabiedrības daļa pašlaik saskata saikni starp šo ģeogrāfisko apzīmējumu un pieteiktajiem pakalpojumiem vai arī sapratīgi varētu tikt pieņemts, ka šāda saikne varētu izveidoties nākotnē.

40 Pirmām kārtām, kā pareizi norādīja Lielā apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 15.–19., 43. un 44. punktā, vārdu “Suedtirol”, kas ir ekvivalents vācu vārdam “Südtirol”, konkrētā sabiedrības daļa uztver kā ģeogrāfisko norādi uz Dienvidtiroles reģionu, kas bija pazīstams jau ilgi pirms strīdus preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas, ņemot vērā šī reģiona vēsturi, ģeogrāfisko stāvokli, autonomo statusu, īpašo valodu režīmu un tā ekonomisko nozīmīgumu. Līdzīgi Lielās apelācijas padomes viedoklim Vispārējā tiesa uzskata, ka šie faktori ir vispārzināms fakts, proti, fakts, kurš var būt zināms jebkurai personai vai kuru var uzzināt no vispārēji pieejamiem avotiem (spriedums, 2004. gada 22. jūnijs, *Ruiz-Picasso* u.c./ITSB – *DaimlerChrysler* (“PICARO”), T-185/02, EU:T:2004:189, 29. punkts), kas pastāvēja jau ilgi pirms minētā pieteikuma iesniegšanas.

41 Otrām kārtām, runājot par nosacījumu par saiknes esamību starp ģeogrāfisko nosaukumu un apzīmētajiem pakalpojumiem, ir jānorāda, ka Lielā apelācijas padome, tostarp apstrīdētā lēmuma 19. punktā, pareizi uzsvēra būtībā, ka jau kopš ilga laika Dienvidtiroles reģions parasti tiek uztverts kā plaukstošs reģions ar dinamisku ekonomiku, kā tas norādīts šā sprieduma 40. punktā. Vispārējā tiesa uzskata, ka apstāklis, ka Dienvidtiroles reģions ir ekonomiski plaukstošs reģions ar dinamisku ekonomiku, tāpat ir vispārzināms. Turklāt, kā pareizi norādīja Lielā apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 50. punktā, izrādās, ka tādi pakalpojumi kā ar strīdus preču zīmi apzīmētie principā tiek piedāvāti katrā reģionā ar zināmu ekonomisku nozīmīgumu. Papildus ir jānorāda, ka šīs tiesvedības ietvaros šo vērtējumu neatspēko prasītājas izteiktā kritika, kas ir vispārīga un turklāt nav attiecīgi pamatota.

42 Turklāt ir taisnība, ka konkrētā sabiedrības daļa var uztvert strīdus preču zīmi kā norādi uz minēto pakalpojumu specifisku kvalitāti, piemēram, uz apstākli, ka šie pakalpojumi ir pielāgoti uzņēmumu, kas darbojas šajā reģionā, kuram ir īpašais politiskais, administratīvais un valodu lietojuma konteksts, īpašajām vajadzībām (apstrīdētā lēmuma 51. punkts). Tātad šādas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes izmantošana var radīt ieinteresēto personu vidū ideju vai pozitīvu tēlu par to, ka šiem pakalpojumiem piemīt kāda īpaša kvalitāte judikatūras izpratnē (šajā ziņā skat. spriedumu, 2011. gada 15. decembris, *Mövenpick*/ITSB (“PASSIONATELY SWISS”), T-377/09, nav publicēts, EU:T:2011:753, 44. un 45. punkts), un var radīt pozitīvas sajūtas – šā sprieduma 30. punktā minētās judikatūras izpratnē – tad, kad minētā norāde tiek izmantota saistībā ar strīdus preču zīmes aptverto pakalpojumu piedāvāšanu tirgū.

43 No tā izriet, ka konkrētā sabiedrības daļa strīdus preču zīmi uztvers ne tikai kā norādi uz ģeogrāfisko reģionu, kas izraisa pozitīvas sajūtas, bet arī, ņemot vērā šī reģiona pārticību un straujo tā ekonomikas attīstību, kā norādi uz to, ka tās apzīmēto pakalpojumu izcelsme ir šajā reģionā. Turklāt ir jāpiebilst, ka persona, kas iestājusies lietā, procesā Lielajā apelācijas padomē ir pierādījusi, ka daudzi šajā reģionā

dibināti uzņēmumi faktiski piedāvā tādus pašus pakalpojumus kā strīdus preču zīmes apzīmētie (apstrīdētā lēmuma 55. punkts), un ka prasītājai nav izdevies atspēkot šo vērtējumu. Līdz ar to tad, kad šādi pakalpojumi tiks piedāvāti tirgū, izmantojot strīdus preču zīmi, konkrētā sabiedrības daļa šo preču zīmi uztvers kā norādi uz to izcelsmi.

44 Turklāt, ciktāl prasītāja būtībā apgalvo, ka ģeogrāfisks nosaukums nevar aprakstīt konkrēto pakalpojumu īpašības, pietiek atgādināt, ka Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta mērķis ir novērst, ka kāds tirgus dalībnieks monopolizē ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, kaitējot saviem konkurentiem. Lai gan ir taisnība, ka Lielajai apelācijas padomei, lai tā atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam varētu atteikt preču zīmes reģistrāciju, principā ir jāpārbauda, cik nozīmīga ir ģeogrāfiskās izcelsmes norāde saistībā ar šīs konkurences attiecībām, izvērtējot saikni starp šo izcelsmi un precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir pieteikta preču zīme, tomēr šī pienākuma intensitāte var atšķirties atkarībā no vairākiem faktoriem, tādiem kā konkrētās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes tvērums, reputācija vai raksturs. Proti, iespējamība, ka ģeogrāfiskās izcelsmes norāde varētu ietekmēt konkurences attiecības, ir liela, ja runa ir par kādu lielu reģionu, kuram ir reputācija plašā preču un pakalpojumu klāsta kvalitātes dēļ, un tā ir maza, ja runa ir par konkrētu noteiktu vietu, kuras reputācija ir ierobežota ar nelielu preču vai pakalpojumu skaitu (šajā ziņā skat. spriedumu, 2011. gada 15. decembris, “PASSIONATELY SWISS”, T-377/09, nav publicēts, EU:T:2011:753, 41. punkts).

45 Aplūkotajā lietā ir skaidrs, ka šī iespējamība ir jāatzīst par lielu, ņemot vērā pozitīvās sajūtas, ko var izraisīt norāde uz Dienvidtiroli saistībā ar konkrēto pakalpojumu piedāvāšanu tirgū. *EUIPO* pienākums izvērtēt saikni starp izcelsmi un strīdus preču zīmes apzīmētajiem pakalpojumiem tātad ir jāuzskata par mazāk intensīvu.

46 Šajā ziņā ir jāuzsver, ka no judikatūras izriet, ka tādos apstākļos kā šajā lietā, kur ģeogrāfiskās izcelsmes norāde jau ir pazīstama vai tai ir reputācija, *EUIPO* var aprobežoties ar šādas saiknes esamības konstatāciju tā vietā, lai veiktu konkrētu pārbaudi par šīs saiknes esamību (šajā ziņā skat. spriedumu, 2011. gada 15. decembris, “PASSIONATELY SWISS”, T-377/09, nav publicēts, EU:T:2011:753, 43. punkts).

47 Katrā ziņā ir jānorāda, ka Lielā apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 51.–56. punktā veica konkrētu pārbaudi par saikni, kas varētu pastāvēt starp ģeogrāfiskās izcelsmes norādi un katru no strīdus preču zīmes apzīmēto pakalpojumu kategorijām, un ka šajā pārbaudē nav pieļauta kļūda.

48 Turklāt, kā Lielā apelācijas padome pareizi norādīja apstrīdētā lēmuma 49. punktā, strīdus preču zīmes apzīmētajiem pakalpojumiem nepiemīt nekāda īpaša kvalitāte, kas varētu mudināt konkrēto sabiedrības daļu neasociēt ģeogrāfisko norādi ar minēto pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi. Līdz ar to ir jāsecina, ka atbilstoši šā sprieduma 34. punktā minētajai judikatūrai Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts liedz reģistrēt aplūkoto ģeogrāfisko norādi, kura ir pazīstama ieinteresēto personu vidū kā ģeogrāfiskā reģiona apzīmējums, jo ir ticams, ka ieinteresētās personas varētu domāt, ka konkrēto pakalpojumu izcelsme ir šajā reģionā (skat. apstrīdētā lēmuma 57. punktu).

49 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, ir jākonstatē, ka strīdus preču zīme ir tikusi reģistrēta, pārkāpjot Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu.

50 Šo secinājumu neatspēko dažādie prasītājas izvirzītie argumenti.

51 Pirmkārt, prasītāja nepiekrīt tam, ka pakalpojumu sniegšanas vieta vai uzņēmuma atrašanās vieta būtu ņemama vērā kā izcelsmes kritērijs. Šajā ziņā pietiek norādīt, ka attiecībā uz strīdus preču zīmes apzīmēto pakalpojumu kategorijām vietas norāde parasti tiek lietota un saprasta kā atsauce uz uzņēmuma, kas sniedz attiecīgos pakalpojumus, atrašanās vietu un attiecīgi vietu, no kurienes tie principā tiek sniegti. Citas iespējamās šīs ģeogrāfiskās norādes nozīmes nav svarīgas, jo atbilstoši

judikatūrai pietiek, ja attiecīgais apzīmējums vismaz vienā no tās iespējamām nozīmēm apzīmē kādu no attiecīgo preču vai pakalpojumu īpašībām (pēc analoģijas skat. spriedumu, 2005. gada 7. jūnijs, “ MunichFinancialServices”, T-316/03, EU:T:2005:201, 33. punkts).

52 Otrkārt, prasītāja norāda, ka ar Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punktu pietiek, lai saglabātu tostarp ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu pieejamību komercdarbībā, jo tas neļauj preču zīmes īpašniekam aizliegt trešajām personām izmantot šīs norādes savā nosaukumā vai firmā vai komerciālās informācijas sniegšanas nolūkā.

53 Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punktā ir paredzēts, ka “[Eiropas Savienības] preču zīme tās īpašniekam nedod tiesības aizliegt trešajai personai darījumos izmantot [..] norādes attiecībā uz preču vai pakalpojumu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzamo nolūku, vērtību, ģeogrāfisko izcelsmi, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas laiku vai citām preču vai pakalpojumu īpašībām”.

54 Ir taisnība, ka šīs tiesību normas, to aplūkojot saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, mērķis, it īpaši attiecībā uz preču zīmēm, uz kurām pēdējais minētais noteikums neattiecas, jo tās nav pilnībā aprakstošas, cita starpā ir ļaut, ka norādes par ģeogrāfisko izcelsmi, kas turklāt ir kādas saliktas preču zīmes elements, izmantošana netiek pakļauta aizliegumam, ko varētu pieprasīt šādas preču zīmes īpašnieks uz minētās regulas 9. panta pamata, ja šāda norāde rūpnieciskos vai komercdarījumos tiek izmantota godīgi (skat. spriedumu, 2003. gada 15. marts, “OLDENBURGER”, T-295/01, EU:T:2003:267, 55. punkts un tajā minētā judikatūra).

55 Tomēr ir jānorāda, ka šai lietai līdzīgos apstākļos Tiesa ir skaidri nospriedusi, ka šā sprieduma 30. punktā minētajam no judikatūras izrietošajam principam – kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā esošo vispārējo interesi un ko apstiprina arī minētās regulas 66. panta 2. punktā paredzētā iespēja, saskaņā ar kuru, atkāpjoties no šī 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, apzīmējumi vai norādes, kas var tikt izmantotas kā norādes par preču ģeogrāfisko izcelsmi, var tikt atzītas par kolektīvām preču zīmēm, – nav pretrunā minētās regulas 12. panta b) punkts, kas izšķiroši neietekmē arī pirmās tiesību normas interpretāciju. Proti, Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punkts, kura mērķis ir tostarp atrisināt problēmas, kas rodas līdz ar preču zīmes, kuru pilnībā vai daļēji veido kāds ģeogrāfisks nosaukums, reģistrēšanu, nepiešķir trešajām personām tiesības izmantot šādu nosaukumu kā preču zīmi, bet vienīgi nodrošina, ka tās to var izmantot aprakstošā veidā, t.i., kā norādi par ģeogrāfisko izcelsmi, ar nosacījumu, ka tā rūpnieciskos vai komercdarījumos tiek izmantota godīgi (šajā ziņā un pēc analoģijas skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 26.–28. punkts).

56 Ir jāsecina, ka pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, interese saglabāt ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu pieejamību nav pietiekami aizsargāta ar Regulas Nr. 207/2009 12. panta b) punkta saturu. Līdz ar to prasītājas arguments ir jānoraida.

57 Ievērojot visu iepriekš minēto, otrais prasības pamats ir noraidāms.

58 No tā izriet, ka prasība ir jānoraida kopumā.

Par tiesāšanās izdevumiem

59 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs.

60 Tā kā prasītājai spriedums ir nelabvēlīgs, tai ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar *EUIPO* un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (ceturtā palāta)

nosprież:

1) prasību noraidīt;

2) *Internet Consulting GmbH* atlīdzina tiesāšanās izdevumus.

Prek Labucka Kreuschitz

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2016. gada 20. jūlijā.

[Paraksti]