Zbirka odločb sodne prakse

SODBA SPLOŠNEGA SODIŠČA (sedmi senat)

z dne 7. maja 2025 *

„Znamka Evropske unije – Postopek za razveljavitev – Figurativna znamka Evropske unije RTL – Neobstoj resne in dejanske uporabe znamke – Člen 58(1)(a) Uredbe (EU) 2017/1001 – Predložitev dejstev in dokazov prvič pred odborom za pritožbe – Člen 95(2) Uredbe 2017/1001 – Člen 27(4) Delegirane uredbe (EU) 2018/625 – Zloraba pravice“

V zadevi T-1088/23,

RTL Group Markenverwaltungs GmbH s sedežem v Kölnu (Nemčija), ki jo zastopata W. Prinz in I. Leroux, odvetnika,

tožeča stranka,

proti

Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO), ki ga zastopa A. Ringelhann, agent,

tožena stranka,

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe pri EUIPO, intervenientka pred Splošnim sodiščem, je

Marcella Örtl, stanujoča v Selbu (Nemčija), ki jo zastopa J. Pröll, odvetnik,

SPLOŠNO SODIŠČE (sedmi senat),

v sestavi K. Kowalik-Bańczyk, predsednica, E. Buttigieg (poročevalec), sodnik, in B. Ricziová, sodnica,

sodna tajnica: R. Ūkelytė, administratorka,

na podlagi pisnega dela postopka,

na podlagi obravnave z dne 24. oktobra 2024,

izreka naslednjo

* Jezik postopka: nemščina.

Sodbo

1 Tožeča stranka, družba RTL Group Markenverwaltungs GmbH, s tožbo na podlagi člena 263 PDEU predlaga razveljavitev in spremembo odločbe drugega odbora za pritožbe pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) z dne 19. septembra 2023 (zadeva R 86/2023-2) (v nadaljevanju: izpodbijana odločba).

Dejansko stanje

2 Tožeča stranka je 26. maja 2016 od EUIPO na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 207/2009 z dne 26. februarja 2009 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2009, L 78, str. 1), kakor je bila spremenjena (nadomeščena z Uredbo (EU) 2017/1001 Evropskega parlamenta in Sveta z dne 14. junija 2017 o blagovni znamki Evropske unije (UL 2017, L 154, str. 1)), pridobila registracijo figurativne znamke Evropske unije, ki je bila registrirana pod številko 14884911 in je prikazana spodaj:



3 Proizvodi in storitve, za katere je bila znamka registrirana, spadajo v razrede 3, 6, 8, 9, 12, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 30, 32, 33, 35, 38, 41, 42, 43 in 45 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen.

4 Intervenientka, Marcella Örtl, je 7. junija 2021 na podlagi člena 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 vložila zahtevo za razveljavitev izpodbijane znamke, ker se navedena znamka v neprekinjenem obdobju petih let ni resno in dejansko uporabljala za proizvode in storitve, za katere je bila registrirana.

5 Tožeča stranka je 27. avgusta 2021 oddelku za izbris predložila pripombe ter dokaze o ugledu in uporabi izpodbijane znamke.

6 Oddelek za izbris je z odločbo z dne 16. novembra 2022 delno ugodil zahtevi za razveljavitev, in sicer za nekatere proizvode in storitve, za katere je bila izpodbijana znamka registrirana.

7 Tožeča stranka je 13. januarja 2023 pri EUIPO vložila pritožbo, s katero je predlagala delno razveljavitev odločbe oddelka za izbris, in sicer v delu, v katerem je bila z njo izpodbijana znamka razveljavljena za proizvode in storitve iz razredov 3, 9, 16, 24, 25, 32, 35, 41, 42 in 45, ki ustrezajo temu opisu:

– razred 3: „mila, parfumerijski izdelki; kozmetični izdelki“;

– razred 9: „aparati za snemanje zvoka in slike; aparati za prenos zvoka in slike; aparati za reprodukcijo zvoka in slike; aparati za video na zahtevo; aparati za druge ponudbe na zahtevo; aparati za Pay TV; aparati za interaktivno televizijo; aparati za televizijsko prodajo; kinematografski aparati; fotoaparati; mehanizmi za aparate na kovance, v delu v katerem so vključeni v razred 9; gramofonske plošče; optični pogoni (zvok in slika), vsi zgoraj navedeni proizvodi, bodisi uporabljeni ali neuporabljeni“;

– razred 16: „tiskovine; knjige; časopisi; revije (periodične); papir, lepenka; papirnati lističi za zaznamke“;

– razred 24: „tekstilni materiali, vključno s tkaninami, tekstilnimi proizvodi in sintetičnimi materiali (nadomestki za tkanine)“;

– razred 25: „oblačila“;

– razred 32: „pivo in pivovarski proizvodi; mineralne vode; sodavice; brezalkoholne pijače; sadne pijače; sokovi“;

– razred 35: „oglaševalske, tržne in promocijske storitve“;

– razred 41: „storitve v okviru spodbujanja talentov, in sicer iskanje talentov za tretje osebe z izvedbo seminarjev, usposabljanj, sej, treningov in predstavitev“;

– razred 42: „storitve razvoja programske opreme za podatkovne zbirke (programiranje) za prikazovanje informacij na internetu in v drugih avdiovizualnih medijih ter izdelava domačih strani in spletnih strani na internetu in na drugih avdiovizualnih medijih; tehnično svetovanje, usmerjeno v razvoj, vzpostavitev, produkcijo in oddajanje televizijskih in zvočnih oddaj ter podatkovnih zbirk in izvedb na internetu ali na drugih avdiovizualnih medijih“;

– razred 45: „spletne storitve družabnega mreženja; spletne storitve družabnih predstavitev; organizacija sklenitve zakonske zveze“.

8 Vloga, v kateri so navedeni razlogi za pritožbo, je na EUIPO prispela 15. marca 2023. Intervenientka ni predložila stališč glede te vloge. Tožeča stranka je 15. septembra 2023 predložila dodatne pripombe.

9 Odbor za pritožbe je z izpodbijano odločbo na eni strani zahtevo za razveljavitev razglasil za dopustno in na drugi strani delno razveljavil odločbo oddelka za izbris v delu, v katerem je bila z njo razglašena razveljavitev izpodbijane znamke za „optične pogone“ iz razreda 9, storitve „širjenja oglasov preko televizije, radija in elektronskih medijev“ iz razreda 35 in „spletne storitve družabnega mreženja; spletne storitve družabnih predstavitev“ iz razreda 45 ter v preostalem pritožbo zavrnil.

Predlogi strank

10 Glede na natančnejšo opredelitev predlogov tožeče stranke, podanih na obravnavi, ta Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo razveljavi ali jo po potrebi spremeni tako, da se zahteva za razveljavitev izpodbijane znamke zavrne za proizvode iz razreda 3, razreda 9, razen za „optične pogone (zvok in slika)“, in iz razredov 16, 24, 25 in 32 ter za vse storitve iz razredov 35, 41 in 42, za katere je bila ta znamka registrirana (glej točko 7 zgoraj);

– EUIPO naloži plačilo stroškov.

11 EUIPO Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– če se opravi obravnava, tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

12 Intervenientka Splošnemu sodišču predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

13 Tožeča stranka v utemeljitev tožbe navaja štiri razloge. Prvi, drugi in tretji tožbeni razlog se nanašajo na kršitev člena 58(1)(a) Uredbe 2017/1001, ker naj bi odbor za pritožbe napačno uporabil pravo in storil napako pri presoji s tem, da je potrdil razveljavitev izpodbijane znamke za proizvode in storitve iz različnih razredov, za katere je bila ta znamka registrirana, ter v bistvu na kršitev člena 95(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 27(4) Delegirane uredbe Komisije (EU) 2018/625 z dne 5. marca 2018 o dopolnitvi Uredbe 2017/1001 ter razveljavitvi Delegirane uredbe (EU) 2017/1430 (UL 2018, L 104, str. 1). Četrti tožbeni razlog se v bistvu nanaša na kršitev člena 63(1)(a) Uredbe 2017/1001, ker naj bi odbor za pritožbe napačno menil, da zloraba pravice, ki naj bi jo intervenientka storila zaradi vložitve zahtev za razveljavitev, ni upoštevna za preučitev teh zahtev.

14 Splošno sodišče meni, da je treba najprej preučiti četrti tožbeni razlog, nato prvi tožbeni razlog ter nazadnje skupaj drugi in tretji tožbeni razlog.

Uvodne ugotovitve

15 V skladu s členom 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 se pravice imetnika blagovne znamke EU razveljavijo na podlagi zahteve pri EUIPO, če se v neprekinjenem obdobju petih let blagovna znamka ni resno in dejansko uporabljala v Evropski uniji za označevanje blaga ali storitev, za katere je registrirana, in za neuporabo ne obstajajo upravičeni razlogi.

16 Znamka se resno in dejansko uporablja, če se uporablja v skladu s svojo bistveno funkcijo zagotavljanja istovetnosti izvora proizvodov ali storitev, za katere je bila registrirana, da bi se ustvaril oziroma ohranil trg za te proizvode in storitve, za razliko od simbolične uporabe, katere edini cilj je ohranjanje pravic, ki so podeljene z znamko (glej sodbo z dne 3. julija 2019, Viridis Pharmaceutical/EUIPO, C-668/17 P, EU:C:2019:557, točka 38 in navedena sodna praksa).

17 Poleg tega iz člena 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 58(2) navedene uredbe izhaja, da se mora dokaz o resni in dejanski uporabi načeloma nanašati na vse proizvode ali storitve, za katere je izpodbijana znamka registrirana. Če je dokaz o resni in dejanski uporabi predložen le za del proizvodov ali storitev, za katere je registrirana izpodbijana znamka, in če so izpolnjeni drugi pogoji iz člena 58(1)(a) Uredbe 2017/1001, se lahko pravice njenega imetnika razveljavijo za proizvode ali storitve, za katere ta ni predložil dokaza o resni in dejanski uporabi ali celo nobenega dokaza o tej uporabi (sodba z dne 18. oktobra 2016, August Storck/EUIPO – Chiquita Brands (Fruitfuls), T-367/14, neobjavljena, EU:T:2016:615, točka 21).

18 Če je bila znamka registrirana za dovolj široko kategorijo proizvodov ali storitev, ki bi jih bilo mogoče razporediti v več podkategorij, ki bi se lahko upoštevale samostojno, dokaz o resni in dejanski uporabi znamke za del teh proizvodov ali storitev v postopku z ugovorom daje varstvo samo tej podkategoriji ali podkategorijam, ki zajemajo proizvode ali storitve, za katere je bila znamka dejansko uporabljena (sodbi z dne 14. julija 2005, Reckitt Benckiser (España)/UUNT – Aladin (ALADIN), T-126/03, EU:T:2005:288, točka 45, in z dne 13. februarja 2007, Mundipharma/UUNT – Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, točka 23).

19 Pri presoji resne in dejanske uporabe znamke je treba upoštevati vsa dejstva in okoliščine, ki so pomembne za ugotovitev, ali se znamka dejansko gospodarsko izkorišča, še posebej to, ali se v zadevnem gospodarskem sektorju taka uporaba šteje za upravičeno za ohranjanje ali ustvarjanje deleža na trgu za blago ali storitve, ki jih varuje znamka, naravo tega blaga ali storitev, značilnosti trga ter obseg in pogostost uporabe znamke (sodba z dne 8. julija 2004, Sunrider/UUNT – Espadafor Caba (VITAFRUIT), T-203/02, EU:T:2004:225, točka 40; glej po analogiji tudi sodbo z dne 11. marca 2003, Ansul, C-40/01, EU:C:2003:145, točka 43).

20 Resna in dejanska uporaba znamke ne more biti izkazana z verjetnimi elementi ali domnevami, ampak mora temeljiti na konkretnih in objektivnih elementih, ki dokazujejo resnično in zadostno uporabo znamke na zadevnem tržišču (sodbi z dne 12. decembra 2002, Kabushiki Kaisha Fernandes/UUNT – Harrison (HIWATT), T-39/01, EU:T:2002:316, točka 47, in z dne 6. oktobra 2004, Vitakraft-Werke Wührmann/UUNT – Krafft (VITAKRAFT), T-356/02, EU:T:2004:292, točka 28).

21 Ob upoštevanju teh načel je treba preučiti, ali je odbor za pritožbe, ne da bi napačno uporabil pravo ali storil napako pri presoji, potrdil delno razveljavitev izpodbijane znamke v zvezi s proizvodi in storitvami iz razredov 3, 9, 16, 24, 25, 32, 35, 41 in 42.

22 V obravnavani zadevi sta oddelek za izbris in odbor za pritožbe obdobje med 7. junijem 2016 in 6. junijem 2021 štela za petletno obdobje, za katero bi morala tožeča stranka dokazati resno in dejansko uporabo izpodbijane znamke, česar ta ne izpodbija.

Četrti tožbeni razlog: zloraba pravice

23 Odbor za pritožbe je v točkah 18 in 19 izpodbijane odločbe menil, da člen 63(1)(a) Uredbe 2017/1001 od vlagatelja zahteve za razveljavitev ne zahteva, da izkaže pravni interes. Tako je poudarilo, da tak pravni interes ali ekonomski interes nista upoštevna za presojo dopustnosti zahteve za razveljavitev. Poleg tega je odbor za pritožbe v točkah 20 in 21 izpodbijane odločbe navedel, da ni nobenega indica, na podlagi katerega bi bilo mogoče sklepati, da je intervenientka vložila zahtevo za razveljavitev na način, ki bi pomenil zlorabo pravice.

24 Tožeča stranka to ugotovitev odbora za pritožbe izpodbija ter ob opiranju na sodno prakso in odločbo velikega odbora za pritožbe pri EUIPO trdi, da lahko v nekaterih okoliščinah dejstvo, da zahteva za razveljavitev pomeni zlorabo, povzroči nedopustnost te zahteve. Tožeča stranka zavrača tudi ugotovitev odbora za pritožbe, da ni bilo indicev, na podlagi katerih bi bilo mogoče sklepati, da zahteva za razveljavitev pomeni zlorabo.

25 EUIPO in intervenientka trditve tožeče stranke izpodbijata.

26 V zvezi s tem je treba opozoriti, da lahko v skladu s členom 63(1)(a) Uredbe 2017/1001 zahtevo za razveljavitev blagovne znamke Evropske unije pri EUIPO v primerih, opredeljenih v členih 58 in 59 te uredbe, vloži katera koli fizična ali pravna oseba in katera koli skupina ali telo, ustanovljeno za predstavljanje interesov proizvajalcev, izdelovalcev, izvajalcev storitev, trgovcev ali porabnikov, ki je po pravu, ki velja zanj, sposobno biti stranka v postopku.

27 Sodna praksa določa, da medtem ko relativni razlogi za zavrnitev registracije varujejo interese imetnikov nekaterih prejšnjih pravic, je predmet absolutnih razlogov za zavrnitev registracije in razlogov za razveljavitev varovanje splošnega interesa, ki jih utemeljuje, kar pojasnjuje, zakaj člen 63(1)(a) Uredbe št. 2017/1001 od vlagatelja zahteve ne zahteva, da izkaže pravni interes (glej sodbo z dne 16. novembra 2017, Carrera Brands/EUIPO – Autec (Carrera), T-419/16, neobjavljena, EU:T:2017:812, točka 33 in navedena sodna praksa).

28 To analizo potrjuje uvodna izjava 24 Uredbe 2017/1001, ki določa varstvo znamk Evropske unije le, če se te dejansko uporabljajo. Ob upoštevanju take ugotovitve je namreč namen člena 63(1)(a) Uredbe 2017/1001 dati možnost izpodbijanja znamke Evropske unije, ki se za določeno obdobje ni resno in dejansko uporabljala, čim več osebam, ne da bi se od njih zahtevalo, da izkažejo pravni interes (glej sodbo z dne 16. novembra 2017, Carrera, T-419/16, neobjavljena, EU:T:2017:812, točka 34 in navedena sodna praksa).

29 Ker lahko na podlagi člena 63(1)(a) Uredbe 2017/1001 zahtevo za razveljavitev vloži „katera koli fizična ali pravna oseba“ zaradi neuporabe ali nezadostne uporabe znamke, vprašanje morebitnega obstoja zlorabe pravice ni upoštevno za analizo dopustnosti zahteve za razveljavitev, vložene v skladu s to določbo (glej sodbo z dne 7. septembra 2022, Peace United/EUIPO – 1906 Collins (MY BOYFRIEND IS OUT OF TOWN), T-699/21, neobjavljena, EU:T:2022:528, točka 24 in navedena sodna praksa; glej v tem smislu tudi sklep z dne 19. januarja 2021, Leinfelder Uhren München/EUIPO, C-401/20 P, neobjavljen, EU:C:2021:31, točka 21).

30 Poleg tega člen 63(1)(a) Uredbe št. 2017/1001 niti dopustnosti niti utemeljenosti zahteve za razveljavitev ne pogojuje z dobro vero vlagatelja. Razveljavitev zaradi neuporabe znamke v obdobju petih let je pravna posledica, ki jo nalagata člen 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 in člen 64(2) te uredbe, ne da bi njen imetnik pridobil pravico, da ohrani njeno registracijo, ker je vlagatelj zahteve za razveljavitev poleg tega storil dejanja nelojalne konkurence (glej v tem smislu in po analogiji sklep z dne 2. septembra 2020, DTE Systems/EUIPO – Speed-Buster (PedalBox +), T-801/19, neobjavljen, EU:T:2020:383, točka 38 in navedena sodna praksa.

31 Res je, kot poudarja tožeča stranka, da iz sodne prakse izhaja, da se posamezniki ne morejo sklicevati na predpise Unije z namenom goljufije ali zlorabe (glej v tem smislu sodbo z dne 28. julija 2016, Kratzer, C-423/15, EU:C:2016:604, točka 37).

32 Tožeča stranka meni, da lahko na podlagi načela, ki izhaja iz te sodne prakse, vložitev zahteve za razveljavitev v izjemnih in posebnih okoliščinah, kakršne so bile te v zadevi, v kateri je bila izdana odločba velikega odbora za pritožbe z dne 1. februarja 2020 (zadeva R 2445/2017-G, v nadaljevanju: zadeva Sandra Pabst), pomeni zlorabo ali se umešča v okvir take zlorabe.

33 Vendar kot je odbor za pritožbe v bistvu pravilno navedel v točki 21 izpodbijane odločbe, dejansko stanje v tej zadevi ni primerljivo z dejanskim stanjem v zadevi Sandra Pabst, ker so za zadnjenavedeno zadevo značilne izjemne okoliščine, ki jih v tej zadevi ni. Zadeva Sandra Pabst se je namreč nanašala, prvič, na družbo, ki je bila umetno ustanovljena z edinim namenom vložitve več zahtev za razveljavitev, kar pa za intervenientko v obravnavani zadevi ne velja. Drugič,

nanašala se je na to, da je ena sama družba skoraj sočasno vložila 37 zahtev za razveljavitev zoper isto stranko in več zahtev za razveljavitev pri EUIPO (850 zahtev v obdobju dveh let), medtem ko se je v obravnavani zadevi tožeča stranka sklicevala le na zahtevi za razveljavitev, ki sta bili pri EUIPO vloženi v zvezi z njenimi znamkami.

34 Tretjič, veliki odbor za pritožbe je v zadevi Sandra Pabst navedel, da so bile nekatere od številnih zadevnih zahtev za razveljavitev obsojene na neuspeh in da so bile uporabljene le za izvajanje pritiskov ali kot „povračilni ukrep“ v odgovor na neuspešna pogajanja, katerih cilj je bil, da vlagatelj zahteve za razveljavitev pridobi zadevne znamke, in torej za pridobitev neupravičene prednosti, tako da je imetnik teh znamk prisiljen, da sklene sporazum o njihovem prenosu. Tožeča stranka ni dokazala, da so v obravnavani zadevi take okoliščine obstajale. Zgolj s tem, da je intervenientka vedela za uporabo izpodbijane znamke v sektorju medijev – na kar se sklicuje tožeča stranka – zaradi njenega ugleda, namreč ni mogoče dokazati, da zahteva za razveljavitev te znamke v zvezi s proizvodi in storitvami, ki niso očitno povezani s sektorjem medijev, ne more uspeti in je torej njen namen zgolj to, da se tožeči stranki naloži neupravičeno breme ali da se nanjo izvaja kakršen koli pritisk. Nasprotno, dejstvo, da ima intervenientka namen uporabljati znamko, ki lahko povzroči zmedo zaradi podobnosti z izpodbijano znamko, ki izhaja iz spora v zvezi z ugovorom tožeče stranke zoper registracijo znamke, ki jo je intervenientka prijavila pri Deutsche Patent- und Markenamt (nemški urad za patente in znamke), dokazuje dejanski interes intervenientke za to, da se register znamk „posodobi“, kar zadeva obseg monopola tožeče stranke nad izpodbijano znamko, in to v skladu z uvodno izjavo 24 Uredbe 2017/1001, glede na katero je varstvo znamk Evropske unije upravičeno le v obsegu, v katerem se te znamke dejansko uporabljajo.

35 Glede na prej navedeno odbor za pritožbe s tem, da je zavrnil trditev tožeče stranke v zvezi z nedopustnostjo zahteve za razveljavitev, ker naj bi ta zahteva pomenila zlorabo, ni napačno uporabil prava ali storil napake pri presoji. Zato je treba četrti tožbeni razlog zavrniti kot neutemeljen.

Prvi tožbeni razlog: kršitev člena 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 v zvezi z razveljavitvijo izpodbijane znamke za oglaševalske, tržne in promocijske storitve razen „razširjanja oglasov prek televizije, radia in elektronskih medijev“ iz razreda 35 in člena 95(2) te uredbe

36 Tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe kršil člen 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 s tem, da je ugotovil, da tožeča stranka ni dokazala resne in dejanske uporabe izpodbijane znamke za oglaševalske, tržne in promocijske storitve razen „razširjanja oglasov prek televizije, radia in elektronskih medijev“ iz razreda 35.

37 V tem okviru tožeča stranka izpodbija tudi to, da je odbor za pritožbe zavrnil upoštevanje pripomb in dokazov, ki mu jih je predložila 15. septembra 2023 (glej točko 8 zgoraj). Tožeča stranka je na obravnavi potrdila, da je treba te trditve, kot jih je razlagal EUIPO, razumeti tako, da se z njimi zatrjuje, da je odbor za pritožbe kršil člen 95(2) Uredbe 2017/1001, kot je pojasnjen v členu 27(4) Delegirane uredbe 2018/625.

38 Najprej je treba preučiti utemeljenost ugotovitve odbora za pritožbe, da se iz njegovega preizkusa izključijo pripombe in dokazi, ki jih je tožeča stranka predložila 15. septembra 2023.

Zavrnitev upoštevanja pripomb in dokazov, ki jih je tožeča stranka predložila 15. septembra 2023

39 Tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe kršil postopek, ker ni upošteval pripomb in dokazov, ki mu jih je predložila 15. septembra 2023 in ki dopolnjujejo dokaze, ki so bili že predloženi pred oddelkom za izbris in v izjavi z razlogi za pritožbo. Natančneje, odbor za pritožbe naj v zvezi s tem ne bi izvajal svoje diskrecijske pravice.

40 EUIPO trditve tožeče stranke izpodbija in trdi, da se možnost odbora za pritožbe, da upošteva dejstva in dokaze, ki so bili prvič predloženi pred njim, v smislu člena 27(4) Delegirane uredbe 2018/625 nujno nanaša le na dokazila, predložena zlasti v skladu z določbami členov 22, 24 in 26 te uredbe. Ker je tožeča stranka zadevne pripombe in dokaze predložila zunaj izjave z razlogi za pritožbo ali morebitne replike, odboru za pritožbe ni bilo treba preučiti njihove dopustnosti v skladu z določbami člena 95(2) Uredbe 2017/1001 in člena 27(4) Delegirane uredbe 2018/625.

41 Intervenientka trdi, da so bile pripombe z dne 15. septembra 2023 predložene zunaj procesnih rokov, določenih za predložitev pripomb, zato jih odbor za pritožbe v svoji odločbi upravičeno ni upošteval.

42 Odbor za pritožbe je v točki 13 izpodbijane odločbe odločil, da vloge tožeče stranke z dne 15. septembra 2023 ni treba upoštevati, pri čemer je to ugotovitev obrazložil s sklicevanjem na člen 95(2) Uredbe 2017/1001, člen 68(1), četrti stavek, te uredbe in člen 26 Delegirane uredbe 2018/625.

43 Iz te obrazložitve v bistvu izhaja, kot je EUIPO potrdil na obravnavi v odgovor na vprašanje Splošnega sodišča, da je odbor za pritožbe menil, da vloga z dne 15. septembra 2023 ni bila predložena pravočasno (glej člen 95(2) Uredbe 2017/1001), in sicer v štirih mesecih od datuma vročitve odločbe oddelka za izbris (glej člen 68(1), četrti stavek, Uredbe 2017/1001) ali, na obrazloženo zahtevo, v repliki na odgovor druge stranke v postopku pred odborom za pritožbe (glej člen 26 Delegirane uredbe 2018/625), zato jo je bilo treba izločiti iz njegovega preizkusa.

44 V zvezi s tem je treba navesti, da člen 95(2) Uredbe 2017/1001 določa, da EUIPO lahko spregleda dokaze, ki jih stranke niso predložile v ustreznem času.

45 Iz besedila te določbe je razvidno, da je na splošno, in če ni nasprotne določbe, predložitev dejstev in dokazov strank mogoča tudi po izteku rokov, ki veljajo za tako predložitev v skladu z določbami Uredbe št. 2017/1001, in da EUIPO tako nič ne prepoveduje, da bi upošteval dejstva in dokaze, ki so tako prepozno navedeni ali predloženi (glej sodbo z dne 26. septembra 2013, Centrotherm Systhemtechnik/UUNT in centrotherm Clean Solutions, C-610/11 P, EU:C:2013:593, točka 77 in navedena sodna praksa).

46 Člen 95(2) Uredbe št. 2017/1001 s tem, da je v njem pojasnjeno, da se EUIPO „lahko“ odloči, da ne bo upošteval takih dokazov, temu daje široko diskrecijsko pravico glede odločitve, ali bo take dokaze upošteval ali ne, pri čemer mora glede tega svojo odločbo obrazložiti (glej sodbo z dne 26. septembra 2013, Centrotherm Systemtechnik/UUNT in centrotherm Clean Solutions, C-610/11 P, EU:C:2013:593, točka 78 in navedena sodna praksa; sodba z dne 24. januarja 2018, EUIPO/European Food, C-634/16 P, EU:C:2018:30, točka 56.

47 Morebitno upoštevanje takih dodatnih dejstev in dokazov nikakor ne pomeni „usluge“ eni ali drugi stranki, ampak mora izražati rezultat objektivnega in obrazloženega izvrševanja diskrecijske pravice, ki jo člen 95(2) Uredbe št. 2017/1001 daje EUIPO (glej sodbo z dne 24. januarja 2018, EUIPO/European Food, C-634/16 P, EU:C:2018:30, točka 58 in navedena sodna praksa).

48 Izvajanje diskrecijske pravice EUIPO iz člena 95(2) Uredbe 2017/1001 je omejeno s členom 27(4) Delegirane uredbe 2018/625, katerega namen je v skladu z uvodno izjavo 8 te delegirane uredbe natančno določiti meje diskrecijske pravice odborov za pritožbe pri EUIPO glede preizkusa prepozno predloženih dokazov.

49 V skladu s sodno prakso mora Splošno sodišče presoditi, ali je odbor za pritožbe učinkovito izvrševal široko diskrecijsko pravico, ki jo ima pri odločitvi – ki je obrazložena in pri kateri se ustrezno upoštevajo vse upoštevne okoliščine – ali je treba pri izdaji odločbe, ki jo je moral sprejeti, upoštevati dejstva ali dokaze, ki so bili prvič predloženi pred njim (glej v tem smislu sodbo z dne 30. novembra 2022, ADS L. Kowalik, B. Włodarczyk/EUIPO – ESSAtech (Dodatek za brezžični daljinski upravljalnik), T-611/21, EU:T:2022:739, točka 36 in navedena sodna praksa).

50 V obravnavani zadevi je treba poudariti, da – kot priznava tožeča stranka – njene pripombe z dne 15. septembra 2023 in z njimi povezani dokazi niso bili predloženi niti oddelku za izbris niti v roku, določenem za vložitev izjave z razlogi za pritožbo. Tožeča stranka prav tako ni mogla zaprositi za dovoljenje za vložitev morebitne replike v skladu s členom 26 Delegirane uredbe 2018/625, saj druga stranka ni odgovorila na izjavo z razlogi.

51 Vendar bi moral odbor za pritožbe v skladu s sodno prakso, navedeno v točkah od 44 do 47 zgoraj, ker dejstva in dokazi niso bili navedeni in predloženi v rokih, ki so bili za to določeni tožeči stranki na podlagi določb Uredbe 2017/1001, in torej niti v ustreznem času v smislu člena 95(2) navedene uredbe, izvrševati svojo diskrecijsko pravico, kot je omejena s členom 27(4) Delegirane uredbe 2018/625, da bi odločil, ali je treba te elemente upoštevati pri odločbi, ki jo je moral sprejeti, ali ne.

52 Tako objektivno in obrazloženo izvajanje diskrecijske pravice na podlagi člena 95(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi s členom 27(4) Delegirane uredbe 2018/625 v smislu sodne prakse, navedene v točki 47 zgoraj, pa v obravnavani zadevi očitno ni podano, ker je odbor za pritožbe zavrnil dejstva in dokaze, ki jih je tožeča stranka predložila 15. septembra 2023, zgolj zato, ker niso bili predloženi z eno od vlog iz členov 22, 24 in 26 Delegirane uredbe 2018/625, ne da bi preučilo, ali so bili v obravnavani zadevi izpolnjeni pogoji iz člena 27(4) Delegirane uredbe 2018/625, pod katerimi je mogoče taka dejstva in dokaze, ki so bili prvič predloženi pred njim, sprejeti.

53 V nasprotju s tem, kar izhaja iz te obrazložitve izpodbijane odločbe, in s tem, kar trdi EUIPO, preizkusa dopustnosti pripomb in dokazov, ki so bili prvič predloženi pred odborom za pritožbe, ni mogoče omejiti na dejstva in dokaze, predložene z vlogami iz členov 22, 24 in 26 Delegirane uredbe 2018/625.

54 Taka omejitev ne izhaja niti iz člena 95(2) Uredbe 2017/1001 niti iz člena 27(4) Delegirane uredbe 2018/625. Zadnjenavedena določba, ki omejuje diskrecijsko pravico odbora za pritožbe glede možnosti zavrnitve dejstev in dokazov, ki so bili prvič predloženi pred njim, v zvezi s tem določa dva pogoja, in sicer, prvič, njihovo upoštevnost na prvi pogled in, drugič, predstavitev tehtnih razlogov za nepravočasno predložitev. EUIPO v odgovor na ustno vprašanje Splošnega sodišča ni mogel navesti nobene druge določbe, ki bi lahko pomenila „nasprotno določbo“ v smislu sodne

prakse, navedene v točki 45 zgoraj, ki bi odboru za pritožbe omogočala, da dejansko ne izvaja svoje diskrecijske pravice ter da zavrne dejstva in dokaze, ki so bili prvič predloženi pred njim, zgolj zato, ker so bili predloženi zunaj vlog, določenih v Delegirani uredbi 2018/625.

55 Na podlagi tega je treba ugotoviti, da je odbor za pritožbe s tem, da je iz svojega preizkusa izločil pripombe in dokaze, ki jih je tožeča stranka predložila 15. septembra 2023, ne da bi glede na pogoje iz člena 27(4) Delegirane uredbe 2018/625 izvajal diskrecijsko pravico, ki mu je bila podeljena s členom 95(2) Uredbe 2017/1001, storil napako.

Presoja resne in dejanske uporabe izpodbijane znamke za storitve iz razreda 35

56 Odbor za pritožbe je v točkah od 33 do 39 izpodbijane odločbe menil, da dokazi, ki jih je predložila tožeča stranka, dokazujejo uporabo izpodbijane znamke za podkategorijo oglaševalskih, tržnih in promocijskih storitev iz razreda 35, za katere je bila ta znamka registrirana, in sicer za „razširjanje oglasov prek televizije, radia in elektronskih medijev“. Zato je razveljavil odločbo oddelka za izbris v delu, v katerem je bila z njo izpodbijana znamka razveljavljena za te storitve, in v zvezi z njimi zavrnil zahtevo za razveljavitev.

57 Nasprotno pa je odbor za pritožbe navedel, da uporaba izpodbijane znamke ni bila dokazana za druge podkategorije oglaševalskih, tržnih in promocijskih storitev iz razreda 35. Poudaril je, prvič, da opravljanja oglaševalskih storitev za tretjo stranko ni bilo (točka 41 izpodbijane odločbe) in, drugič, da uporaba izpodbijane znamke na oglasnih plakatih tretjih oseb kaže na to, da je oddajo, predstavljeno na teh plakatih, mogoče gledati na televizijskem kanalu skupine, ki ji pripada tožeča stranka, vendar ne kaže na to, da se ta znamka uporablja za opravljanje oglaševalskih, tržnih in promocijskih storitev (točka 42 izpodbijane odločbe).

58 Tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe s tem, da je ugotovil, da tožeča stranka ni dokazala resne in dejanske uporabe izpodbijane znamke za oglaševalske, tržne in promocijske storitve iz razreda 35, razen za „razširjanje oglasov prek televizije, radija in elektronskih medijev“, kršil člen 58(1)(a) Uredbe 2017/1001. Tožeča stranka s sklicevanjem zlasti na dejavnosti Ad Alliance (nekdanje IP Deutschland), družbe, ki deluje kot „marketinška družba“ in kot oglaševalsko podjetje skupine, ki ji pripada, trdi, da storitve, ki se opravljajo za oglaševalce v zvezi s televizijskim oglaševanjem, vključujejo zasnovo oglaševalskih strategij in ustvarjanje oglasov za njihovo oddajanje na enem od televizijskih kanalov navedene skupine.

59 Tožeča stranka trdi, da odbor za pritožbe s tem, da ni upošteval posebnosti oglaševalskih storitev, zlasti televizijskih, povezanih s posredovanjem oglaševalskih podjetij, kot je Ad Alliance, in s tem, da je menil, da oglaševalske storitve opravljajo izključno oglaševalske agencije, ni upošteval delovanja trga televizijskega oglaševanja.

60 EUIPO trdi, da se dokazi, na katere se sklicuje tožeča stranka, nanašajo na uporabo izpodbijane znamke za storitve „razširjanja in prenosa televizijskih oddaj“ iz razreda 38 in „razširjanje oglasov prek televizije, radia in elektronskih medijev“ iz razreda 35. Ti dokazi, zlasti dokumenti, ki se sklicujejo na Ad Alliance in IP Deutschland, naj nikakor ne bi dokazovali, da so bile oglaševalske storitve opravljene za tretje osebe.

61 Intervenientka trdi, da tožeča stranka ne opravlja oglaševalskih storitev, ampak zgolj daje na voljo svoje televizijske in radijske kanale, prek katerih oglaševalci oddajajo svoje oglase, kar spada med storitve iz razreda 38. Oglaševalske storitve naj bi obsegale produkcijo oglaševalnih vložkov, razvoj oglaševalnih strategij in dajanje na voljo oglasnega prostora ali oglaševalskega časa. Teh

storitev, ki spadajo v klasično dejavnost oglaševalskih agencij, pa naj tožeča stranka ne bi opravljala. Predloženi dokazi naj bi se nanašali kvečjemu na oglaševanje, izvedeno v lastnem interesu, in sicer za privabljanje strank za storitve razširjanja oglasov, ki jih zagotavlja tožeča stranka.

62 V zvezi s tem je treba najprej opozoriti, prvič, kot sta v bistvu storila oddelek za izbris na strani 34 svoje odločbe in odbor za pritožbe v točki 31 izpodbijane odločbe, da se uporaba zadevne znamke s strani družbe, ki je ekonomsko povezana z imetnikom te znamke, šteje za uporabo navedene znamke s soglasjem njenega imetnika in jo je torej treba šteti za uporabo s strani samega imetnika v skladu s členom 18(2) Uredbe 2017/1001 (glej v tem smislu sodbo z dne 30. januarja 2015, Now Wireless/UUNT – Starbucks (HK) (now), T-278/13, neobjavljena, EU:T:2015:57, točka 38).

63 Zato je treba v tem primeru za uporabo izpodbijane znamke s strani družb skupine, ki ji pripada tožeča stranka, kot je Ad Alliance, šteti, da je bila storjena s soglasjem tožeče stranke, torej kot da jo je storila sama. Dokaze, ki se nanašajo na morebitno uporabo izpodbijane znamke s strani teh družb, je torej treba upoštevati za presojo resne in dejanske uporabe te znamke.

64 Drugič, v skladu s sodno prakso se „oglaševalske, tržne in promocijske storitve“ iz razreda 35 v bistvu nanašajo na dejavnost svetovanja in specializirane podpore podjetjem, ki želijo promovirati in razvijati svoje proizvode ali storitve. Zato te vključujejo storitve, katerih cilj je podpirati tretja podjetja in jim pomagati izboljšati njihove dejavnosti s povečanjem njihove prepoznavnosti ali doseganjem boljših prihodkov (glej v tem smislu sodbo z dne 2. junija 2016, Staywell Hospitality Group/EUIPO – Sheraton International IP (PARK REGIS) in Sheraton International IP/EUIPO – Staywell Hospitality Group (PARK REGIS), T-510/14 in T-536/14, neobjavljena, EU:T:2016:333, točka 54, in z dne 31. januarja 2024, ECE Group/EUIPO – ECE Piknik Ürünleri Plastik ve Kömür Üretim Ithalat Ihracat (ECE QUALITY OF LIFE), T-581/22, neobjavljena, EU:T:2024:47, točka 45).

65 Da bi se dokazala uporaba za storitev, mora biti ta ponujena tretjim osebam in na splošno vključevati ekonomsko protidajatev (glej v tem smislu in po analogiji sodbo z dne 30. septembra 2016, Alpex Pharma/EUIPO – Astex Pharmaceuticals (ASTEX), T-355/15, neobjavljena, EU:T:2016:591, točki 37 in 38, in z dne 7. decembra 2022, Borussia VfL 1900 Mönchengladbach/EUIPO – Neng (Fohlenelf), T-747/21, neobjavljena, EU:T:2022:773, točka 90.

66 Zato je treba preučiti, ali je z dokazi, ki jih je tožeča stranka predložila v upravnem postopku in ki se nanašajo zlasti na dejavnosti družb skupine, ki ji pripada, med katerimi je Ad Alliance, mogoče dokazati, kot trdi tožeča stranka, uporabo izpodbijane znamke za oglaševalske, tržne in promocijske storitve iz razreda 35, za katere je bila registrirana, razen storitev širjenja oglasov.

67 Tožeča stranka v zvezi s tem trdi, da oglaševalske storitve, ki naj bi jih pod izpodbijano znamko med drugim opravljala družba Ad Alliance, zajemajo svetovalne, komunikacijske in ustvarjalne storitve ter realizacijo oglasov.

68 Ob sklicevanju na trditve in dokaze, ki so bili med drugim predloženi z vlogama z dne 27. avgusta 2021 (glej točko 5 zgoraj) in z dne 15. marca 2023 (glej točko 8 zgoraj), predloženima med upravnim postopkom, tožeča stranka navaja, da Ad Alliance kot oglaševalske, tržne in promocijske storitve iz razreda 35 med drugim opravlja storitve v zvezi z donosnostjo oglaševalske podpore ali oglaševalske akcije, svetovalne storitve za opredelitev televizijskih oddaj,

v katere bi se lahko vključili oglasi, in storitve v zvezi z zasnovo oglasov, zlasti v zvezi s televizijskimi oglasi („koncepti po meri“). Take storitve naj bi bile primerljive z dejavnostjo „klasične“ oglaševalske agencije.

69 V zvezi s tem je treba poudariti, da v nasprotju s tem, kar je odbor za pritožbe ugotovil v izpodbijani odločbi, dokazi, ki jih je tožeča stranka predložila v upravnem postopku, dokazujejo, da je skupina, ki ji pripada, prek družb skupine, zlasti družbe Ad Alliance, za tretje osebe v upoštevnem obdobju proti plačilu opravljala oglaševalske, tržne in promocijske storitve iz razreda 35, ki niso širjenje oglasov.

70 Prvič, tožeča stranka je namreč dokazala, da so družbe skupine, ki ji pripada, oglaševalcem zagotavljale storitve ustvarjanja in realizacije oglasov, zlasti televizijskih.

71 V zvezi s tem je predložila „predstavitve, poslane oglaševalcem“ (glej zlasti priloge od 90 do 94 k vlogi z dne 27. avgusta 2021), ki vsebujejo izpodbijano znamko v registrirani obliki ali v drugih oblikah, vendar ne spreminjajo njenega razlikovalnega učinka, in prikazujejo ponudbe storitev za oblike specializiranega oglaševanja („Special Creations“ ali „Special Ads“). Taki specializirani oglasi se oddajajo med televizijsko oddajo, nad sliko oddaje v teku, in so lahko med drugim horizontalni ali vertikalni pasovi („cut in“), oglas, ki se v velikem obsegu prikaže kot okvir, zasnovan individualno, ali oglas, ki se med programom v teku prikaže brez ločevanja („framesplit“ ali „programmesplit“), ali oglas, ki se premika po zaslonu („skyscraper“).

72 Tožeča stranka je prav tako lahko zasnovala obliko specializiranega oglaševanja, ki je bila predlagana v zadevnih ponudbah, tako da je izpostavila proizvod oglaševalca z uporabo koncepta, povezanega z uspešno televizijsko oddajo na kanalu skupine RTL, na primer proizvod, ki ga „nagrajuje“ „golden buzzer“ (glej zlasti prilogi 92 in 93 k vlogi z dne 27. avgusta 2021).

73 Ta oblika specializiranega oglaševanja, ki je predvidena zato, da se oglaševalcu omogoči, da neposredno izkoristi uspeh televizijske oddaje, vključuje ustvarjalni prispevek pri zasnovi oglasa, ki je specifičen za oddaje, ki jih oddaja skupina, katere del je tožeča stranka.

74 Poleg tega je iz dokumenta z naslovom „Pogoji rezervacije Special Ads“ razvidno (glej prilogo 90 k vlogi z dne 27. avgusta 2021), da „stroške produkcije [‚Special Ads‘ ali ‚Special Creations‘] ločeno zaračuna oddelek za trženje skupine RTL“, kar potrjuje, da se taki specializirani oglasi ne ponujajo kot oddajanje oglasnih vsebin, temveč so storitev, ki to oddajanje dopolnjuje.

75 Tožeča stranka je v okviru vloge z dne 15. marca 2023 predložila tudi oglaševalske vložke iz let 2020 in 2021, katerih namen je bil promocija proizvodov oglaševalcev, v katerih se je izpodbijana znamka uporabljala kot element oglaševalske vsebine. Oglas, ki ga je predstavila tožeča stranka, je na primer obsegal primerjavo (zoom-in) črk izpodbijane znamke, dokler ne bi bilo razkrito, da je bilo ozadje velike tiskane črke „T“, ki sestavlja to znamko, samo „sestavljeno“ z množenjem proizvoda, na katerega se nanaša oglas.

76 Opravljanje oglaševalskih, tržnih in promocijskih storitev, razen širjenja oglasov, za oglaševalce pod izpodbijano znamko je podprto z drugimi predloženimi dokazi, zlasti z dokumentom z naslovom „Splošni prodajni pogoji“ ali s tehničnimi dokumenti, priloženimi ponudbam za opravljene storitve (glej zlasti prilogi 111 in 134 k vlogi z dne 27. avgusta 2021), iz katerih izhaja, da oddelki za medijsko produkcijo skupine, ki ji pripada tožeča stranka, spremljajo oglaševalce z zasnovo in realizacijo oglaševalskega gradiva, vključno z zvočnimi in avdiovizualnimi oglaševalnimi vložki.

77 Take storitve vključujejo ustvarjalni prispevek družb skupine, ki ji pripada tožeča stranka, pri zasnovi oglasov. Zato v nasprotju s tem, kar je navedel odbor za pritožbe, te storitve niso omejene zgolj na širjenje oglaševalske vsebine, ki jo ustvari tretja oseba.

78 Drugič, iz predloženih dokazov je prav tako razvidno (glej zlasti priloge od 92 do 94 k vlogi z dne 27. avgusta 2021), da je tožeča stranka oglaševalcem ponujala svoje storitve na področju razvoja oglaševalskih strategij v medijih, katerih lastnica je, s tem, da jim je ponudila možnost sodelovanja pri promocijskih akcijah, ki jih je ustvarila skupina, ki ji pripada tožeča stranka, kot je sponzorstvo v zvezi s posebnimi televizijskimi oddajami ali promocijsko prikazovanje izdelkov v njih.

79 Tretjič, tožeča stranka se prav tako pravilno sklicuje – da bi dokazala uporabo izpodbijane znamke za oglaševalske, tržne in promocijske storitve – na svoje svetovalne dejavnosti za opredelitev televizijskih oddaj, s katerimi bi se lahko povezali oglasi. Te dejavnosti lahko namreč prispevajo k učinkovitosti oglaševalske strategije oglaševalca in zagotavljajo varstvo njegove znamke pred negativnimi učinki, ki bi jih povzročila njena povezava z neželenimi vsebinami (brand safety). Skupina, ki ji pripada tožeča stranka, torej zasnuje „oglaševalsko okolje“ tako, da zagotavlja večjo privlačnost za oglaševalca, s čimer prispeva k donosnosti oglaševalske podpore, ki mu jo ponuja.

80 Nazadnje, dokazi, ki jih je predložila tožeča stranka, dokazujejo, da so družbe skupine, ki ji pripada tožeča stranka, kot je Ad Alliance, opravljale svetovalne storitve v zvezi s trženjem televizijskega oglaševanja, predvsem s tem, da so uporabile podatke o trgu televizijskega oglaševanja, ki jih je zbrala tožeča stranka, zlasti da bi prilagodile oglaševalsko strategijo različnim sektorjem ali različnim ciljnim občinstvom.

81 Take storitve nedvomno spadajo med storitve svetovanja in specializirane podpore za podjetja, ki želijo promovirati svoje proizvode in storitve ter razvijati svoje oglaševalske strategije, njihov namen pa je tem podjetjem pomagati izboljšati njihove dejavnosti s povečanjem njihove prepoznavnosti ali doseganjem boljših donosov na naložbe v oglaševanje v smislu sodne prakse, navedene v točki 64 zgoraj.

82 Iz točk od 70 do 81 zgoraj je razvidno, da v nasprotju s tem, kar je ugotovil odbor za pritožbe, dokazi, ki jih je predložila tožeča stranka, in to tudi brez upoštevanja dokazov, predloženih z vlogo z dne 15. septembra 2023, ki jih je odbor za pritožbe izključil iz svojega preizkusa (glej točko 42 zgoraj), dokazujejo, da je skupina, ki ji pripada tožeča stranka, tretjim osebam pod izpodbijano znamko in v upoštevnem obdobju zagotavljala oglaševalske, tržne in promocijske storitve, ki niso bile omejene na širjenje oglasov, temveč so bile namenjene dejavnemu prispevanju k razvoju oglaševalske strategije navedenih tretjih oseb, ob upoštevanju poznavanja, ki so ga imele družbe skupine, katere del je tožeča stranka, glede delovanja sektorja oglaševanja v medijih.

83 V tem okviru je treba še poudariti, da je iz dokazov, ki jih je tožeča stranka predložila v okviru upravnega postopka, razvidno, da je letni promet od televizijskega oglaševanja skupine, ki ji pripada, v upoštevnem obdobju znašal več milijard eurov in da je imela ta skupina velike tržne deleže na oglaševalskem trgu v različnih državah članicah Unije, zlasti v Nemčiji. Ker je tožeča stranka dokazala, da je izpodbijano znamko uporabljala za oglaševalske, tržne in promocijske storitve, ki niso širjenje oglasov, je treba za del teh prihodkov in tržnih deležev šteti, da izhajajo iz opravljanja teh storitev.

84 Ob upoštevanju navedenega je treba prvemu tožbenemu razlogu ugoditi in zato izpodbijano odločbo spremeniti tako, da se zavrne zahteva za razveljavitev izpodbijane znamke za vse zadevne storitve iz razreda 35.

Drugi in tretji tožbeni razlog: kršitev člena 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 v zvezi z razveljavitvijo izpodbijane znamke za proizvode iz razredov 3, 9, 16, 24, 25 in 32 ter storitve iz razredov 41 in 42

85 Odbor za pritožbe je izpodbijano znamko razveljavil za druge proizvode, kot so „optični pogoni“ iz razreda 9, ter za proizvode in storitve iz razredov 3, 16, 24, 25, 32, 41 in 42, za katere je bila registrirana izpodbijana znamka. V zvezi s tem je poudaril, da tožeča stranka ni predložila dokaza o dejanski uporabi izpodbijane znamke navzven za te proizvode in storitve ter da ugled te znamke, na katerega se je sklicevala tožeča stranka, v okviru te presoje ni upošteven. Odbor za pritožbe je namreč menil, da se znamka z ugledom, tako kot vse druge znamke Evropske unije, lahko razveljavi v javnem interesu zaradi neuporabe. Obseg varstva take ugledne znamke v primeru kolizije z drugimi pravicami intelektualne lastnine po mnenju odbora za pritožbe nima zveze z vprašanjem uporabe, ki zagotavlja ohranitev pravic take ugledne znamke za proizvode in storitve, za katere je registrirana.

86 Tožeča stranka trdi, da je odbor za pritožbe kršil člen 58(1)(a) Uredbe 2017/1001, ker v okviru presoje dokazov o resni in dejanski uporabi izpodbijane znamke za proizvode iz razredov 3, 9, 16, 24, 25 in 32 ter za storitve iz razredov 41 in 42 ni upošteval izjemnega ugleda, ki ga ima ta znamka kot „medijska znamka“ v Uniji, zaradi česar mora biti ta znamka ob upoštevanju načela enotnosti znamke Evropske unije upravičena do širokega varstva pri uporabi pravil o razveljavitvi.

87 Po navedbah tožeče stranke bi namreč nekateri proizvodi in storitve iz razredov 3, 9, 16, 24, 25, 32, 41 in 42, ki imajo enako javnost kot storitve oglaševanja, televizijskega oddajanja in televizijskega razvedrila, za katere je izpodbijana znamka zelo znana, lahko imeli korist od privlačne moči te znamke. Ker naj bi obstajala neposredna, „materialna“ ali „mentalna“ povezava med temi proizvodi in jedrom dejavnosti tožeče stranke, bi uporaba znaka, čeprav malo podobnega za take proizvode in storitve, v javnosti povzročila zmedo glede morebitnih poslovnih vezi, kar bi škodovalo vrednosti znamke RTL in povzročilo njeno oslabitev.

88 Tožeča stranka trdi, da v takih okoliščinah člen 58(1)(a) Uredbe 2017/1001 ne zahteva dokaza o uporabi za vsak proizvod ali storitev, za katero je znamka z ugledom registrirana. Trdi, da „taka uporaba obstaja […] za proizvode, v zvezi s katerim lahko imetnik znamke uveljavlja svoje pravice glede na varstvo ugleda“.

89 EUIPO in intervenientka trditve tožeče stranke izpodbijata.

90 V zvezi s tem je treba, na prvem mestu, poudariti, da tožeča stranka s svojimi trditvami v bistvu navaja, da se načelo, v skladu s katerim je treba za izognitev razveljavitvi dokazati uporabo znamke Evropske unije za vse proizvode in storitve, za katere je registrirana, ne uporablja, če ima izpodbijana znamka ugled za druge proizvode ali storitve.

91 Take trditve pa niso v nasprotju le z besedilom člena 58(1)(a) Uredbe 2017/1001, ampak tudi s ciljem te določbe, kot je naveden v uvodni izjavi 24 te uredbe (glej točko 28 zgoraj). Zakonodajalec Unije je namreč s tem, da je v členu 18(1) in členu 58(1)(a) Uredbe 2017/1001

določil pravilo o razveljavitvi znamke Evropske unije zaradi petletne neuporabe, želel za ohranitev pravic, povezanih z znamko Evropske unije, določiti pogoj, da se ta znamka dejansko uporablja (sodba z dne 21. decembra 2016, Länsförsäkringar, C-654/15, EU:C:2016:998, točka 25).

92 Ta pogoj pojasnjuje preudarek, da ne bi bilo upravičeno, če bi lahko znamka, ki se ne uporablja, ovirala konkurenco z omejevanjem spektra znakov, ki jih drugi lahko registrirajo kot znamke, in s prikrajšanjem konkurentov za možnost uporabe znamke ali njej podobne znamke pri dajanju proizvodov ali storitev, ki so enaki ali podobni tistim, ki so varovani z zadevno znamko, na notranji trg. Zato lahko neuporaba znamke Evropske unije prav tako omejuje prosti pretok blaga in svobodo opravljanja storitev (sodbi z dne 19. decembra 2012, Leno Merken, C-149/11, EU:C:2012:816, točka 32, in z dne 26. septembra 2013, Centrotherm Systemtechnik/UUNT in centrotherm Clean Solutions, C-610/11 P, EU:C:2013:593, točka 54).

93 Namen zahteve, da se mora znamka uporabljati resno in dejansko, da bi bila varovana na podlagi prava Unije, izhaja iz dejstva, da register EUIPO ne sme postati predmet strateškega in statističnega vlaganja, s katerim bi bil neaktivnemu imetniku podeljen časovno neomejen zakoniti monopol. Nasprotno, navedeni register bi moral natančno odražati označbe, ki jih podjetja dejansko uporabljajo na trgu za razlikovanje svojih proizvodov in storitev v gospodarskem življenju (glej sodbo z dne 8. junija 2022, Muschaweck/EUIPO – Conze (UM), T-293/21, EU:T:2022:345, točka 48 in navedena sodna praksa).

94 Poleg tega sta sodišči Unije že razsodili, da imajo določbe o razširjenem varstvu znamke Evropske unije, ki ima ugled ali prepoznavnost v Uniji, drugačen cilj kot določbe, s katerimi se zahteva dokaz o resni in dejanski uporabi znamke Evropske unije, kar lahko povzroči razveljavitev znamke (glej v tem smislu sodbi z dne 19. decembra 2012, Leno Merken, C-149/11, EU:C:2012:816, točka 53, in z dne 3. septembra 2015, Iron & Smith, C-125/14, EU:C:2015:539, točka 21). Medtem ko se člen 8(5) Uredbe 2017/1001 nanaša na pogoje, ki urejajo razširjeno varstvo tudi zunaj kategorij proizvodov in storitev, za katere je bila znamka Evropske unije registrirana, pojem „resna in dejanska uporaba“ izraža minimalni pogoj za uporabo, ki ga morajo izpolnjevati vse znamke, da bi bile varovane. Iz tega sledi, da so določbe, ki se nanašajo na zahtevo resne in dejanske uporabe znamke Evropske unije, in zlasti merila, ki so določena v sodni praksi za ugotovitev te resne in dejanske uporabe, razlikujejo od določb in meril, ki se nanašajo na ugled take znamke. Zato je treba ti vrsti določb razlagati samostojno (glej sodbo z dne 4. oktobra 2017, Intesa Sanpaolo/EUIPO – Intesia Group Holding (INTESA), T-143/16, neobjavljena, EU:T:2017:687, točka 46 in navedena sodna praksa).

95 Zato ob predpostavki, da ima izpodbijana znamka v sektorju medijev ugled v smislu člena 8(5) Uredbe 2017/1001, ta okoliščina kot taka ne dokazuje obstoja resne in dejanske uporabe te znamke za zadevne proizvode in storitve iz razredov 3, 9, 16, 24, 25, 32, 41 in 42.

96 Iz enotnosti znamke Evropske unije ni mogoče izpeljati nobenega drugega sklepa.

97 V skladu s členom 1(2) Uredbe 2017/1001 v povezavi z uvodno izjavo 4 te uredbe se namreč enotnost znamke Evropske unije kaže le v tem, da ta uživa enotno varstvo in ima enake učinke na celotnem ozemlju Unije.

98 Poleg tega se tožeča stranka za razlago materialnih določb Uredbe 2017/1001 ne more učinkovito sklicevati na uvodno izjavo 7 Delegirane uredbe 2018/625, ki se poleg tega nanaša le na postopkovna pravila, ki se med drugim nanašajo na postopek za razveljavitev.

99 Na drugem mestu, tožeča stranka trdi, da je razširjeno varstvo izpodbijane znamke, ki naj bi imela ugled, potrebno, da se omogoči njena uporaba v okviru prihodnjih licenčnih sporazumov za proizvode in storitve, na katere se nanašata drugi in tretji tožbeni razlog. Tudi če bi bilo treba šteti, da se ta trditev razlikuje od trditve, na katero je bilo odgovorjeno v točkah od 90 do 98 zgoraj, je treba poudariti, da tožeča stranka ni predložila nobenega dokaza, kot je sporazum o licenci, ki naj bi bil podpisan s tretjo osebo za uporabo izpodbijane znamke za zadevne proizvode, s katerim bi bilo mogoče dokazati, prvič, dejansko uporabo izpodbijane znamke v okviru licenc za znamko, ki so bile podeljene tretjim osebam v upoštevnem obdobju, in drugič, obseg take uporabe.

100 Poleg tega se tožeča stranka sklicuje na upravni spis, natančneje na nekaj fotografij zvezkov, brisač za na plažo, bodijev za dojenčke ali pločevink piva, na katerih je bila oblika izpodbijane znamke, skupaj z računi in elektronskimi sporočili, izdanimi družbi RTL kot stranki podjetij, ki jih proizvajajo na njeno zahtevo. Ker ni drugih dokazov v zvezi s trženjem teh proizvodov pri tretjih osebah, s temi fotografijami ni mogoče dokazati niti dejanske uporabe izpodbijane znamke navzven za ustvarjanje poslovnih priložnosti za proizvode iz razredov 16, 24, 25 in 32 niti, *a fortiori*, obsega take uporabe (glej v tem smislu sodbo z dne 7. julija 2016, Fruit of the Loom/EUIPO – Takko (FRUIT), T-431/15, neobjavljena, EU:T:2016:395, točka 55).

101 Odbor za pritožbe je torej pravilno potrdil razveljavitev izpodbijane znamke glede proizvodov in storitev iz razredov 3, 9, 16, 24, 25, 32, 41 in 42.

102 Glede na navedeno je treba drugi in tretji tožbeni razlog zavrniti.

Stroški

103 V skladu s členom 134(1) Poslovnika Splošnega sodišča se plačilo stroškov na predlog naloži neuspeli stranki. Če vsaka stranka uspe samo deloma, nosi vsaka svoje stroške.

104 Ker sta v obravnavanem primeru stranki uspeli samo deloma, vsaka stranka nosi svoje stroške.

Iz teh razlogov je

SPLOŠNO SODIŠČE (sedmi senat)

razsodilo:

1. **Odločba drugega odbora za pritožbe pri Uradu Evropske unije za intelektualno lastnino (EUIPO) z dne 19. septembra 2023 (zadeva R 86/2023-2) se spremeni tako, da se zahteva za razveljavitev zavrne za vse storitve iz razreda 35 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kakor je bil revidiran in spremenjen, ki ustrezajo temu opisu: „oglaševalske, tržne in promocijske storitve“.**

2. **V preostalem se tožba zavrne.**

3. **Družba RTL Group Markenverwaltungs GmbH, EUIPO in Marcella Örtl nosijo svoje stroške.**

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Ricziová

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 7.maja 2025.

Podpisi