BENDROJO TEISMO (septintoji kolegija) SPRENDIMAS

2025 m. gegužės 7 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Registracijos panaikinimo procedūra – Vaizdinis Europos Sąjungos prekių ženklas „RTL“ – Prekių ženklo naudojimo iš tikrųjų nebuvimas – Reglamento (ES) 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punktas – Faktinių aplinkybių ir įrodymų pateikimas pirmą kartą Apeliacinėje taryboje – Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalis – Reglamento (ES) 2018/625 27 straipsnio 4 dalis – Piktnaudžiavimas teise“

Byloje T-1088/23

RTL Group Markenverwaltungs GmbH, įsteigta Kelne (Vokietija), atstovaujama advokatų W. Prinz ir I. Leroux,

ieškovė,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą A. Ringelhann,

atsakovę,

kita procedūros EUIPO apeliacinėje taryboje šalis, įstojusi į bylą Bendrajame Teisme:

Marcella Örtl, gyvenanti Selbe (Vokietija), atstovaujama advokatės J. Pröll,

BENDRASIS TEISMAS (septintoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkė K. Kowalik-Bańczyk, teisėjai E. Buttigieg (pranešėjas) ir B. Ricziová,

posėdžio sekretorė R. Ūkelytė, administratorė,

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį,

įvykus 2024 m. spalio 24 d. posėdžiui,

priima šį

* Proceso kalba: vokiečių.

Sprendimą

1 SESV 263 straipsniu grindžiamu ieškiniu ieškovė *RTL Group Markenverwaltungs GmbH* prašo panaikinti ar pakeisti 2023 m. rugsėjo 19 d. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) antrosios apeliacinės tarybos sprendimą (byla R 86/2023-2) (toliau – ginčijamas sprendimas).

Ginčo aplinkybės

2 2016 m. gegužės 26 d. ieškovė, remdamasi iš dalies pakeistu 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1) (pakeistas 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1)), įregistravo EUIPO šį vaizdinį Europos Sąjungos prekių ženklą Nr. 14884911, jis pavaizduotas taip:



3 Prekės ir paslaugos, kurioms prekių ženklas buvo įregistruotas, priklauso peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 3, 6, 8, 9, 12, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 28, 30, 32, 33, 35, 38, 41, 42, 43 ir 45 klasėms.

4 2021 m. birželio 7 d. įstojusi į bylą šalis Marcella Örtl, remdamasi Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punktu, pateikė prašymą panaikinti ginčijamo prekių ženklo registraciją, motyvuodama tuo, kad minėtas prekių ženklas nebuvo iš tikrųjų naudojamas prekėms ir paslaugoms, kurioms buvo įregistruotas, nepertraukiamai penkerius metus.

5 2021 m. rugpjūčio 27 d. ieškovė Anuliavimo skyriui pateikė pastabas ir ginčijamo prekių ženklo reputacijos ir naudojimo įrodymus.

6 2022 m. lapkričio 16 d. sprendimu Anuliavimo skyrius iš dalies patenkino prašymą panaikinti registraciją tam tikroms prekėms ir paslaugoms, kurioms buvo įregistruotas ginčijamas prekių ženklas.

7 2023 m. sausio 13 d. ieškovė pateikė apeliaciją EUIPO ir prašė iš dalies panaikinti Anuliavimo skyriaus sprendimą tiek, kiek juo buvo panaikinta ginčijamo prekių ženklo registracija 3, 9, 16, 24, 25, 32, 35, 41, 42 ir 45 klasių prekėms ir paslaugoms, atitinkančioms šį aprašymą:

– 3 klasė: „Muilas; parfumerijos gaminiai; kosmetika“;

– 9 klasė: „Garso ir vaizdo įrašymo aparatai; garso ir vaizdo perdavimo aparatai; garso ir vaizdo atkūrimo aparatai; vaizdo įrašų pagal pageidavimą (VOD) aparatai; kitų atkūrimo paslaugų aparatai; mokamos televizijos aparatai; interaktyviosios televizijos aparatai; teleprekybos aparatai; kino aparatūra; fotoaparatai; monetinių aparatų mechanizmai (priskirti prie 9 klasės); įrašų diskai; optiniai (garso ir vaizdo) diskai; visos aukščiau išvardytos prekės su įrašais ir be jų“;

– 16 klasė: „Spaudiniai; knygos; laikraščiai, periodiniai leidiniai, popierius; kartonas; popieriniai lapai užrašams“;

– 24 klasė: „Medžiagos (tekstilė); tekstilės ir jos pakaitalų gaminiai“;

– 25 klasė: „Drabužiai“;

– 32 klasė: „Alus ir aludarystės produktai; mineralinis vanduo; aeruotas vanduo; gaivieji gėrimai; vaisių gėrimai; vaisių sultys“;

– 35 klasė: „Reklama, rinkodara ir skatinimo paslaugos“;

– 41 klasė: „Paslaugos talentų skatinimo srityje, t. y. talentų paieška trečiosioms šalims, rengiant seminarus, mokymus, susitikimus, apmokymus ir šou“;

– 42 klasė: „Duomenų bazių programinės įrangos, skirtos informacijai internete ir kitoje audiovizualinėje žiniasklaidoje teikti, tobulinimas (programavimas), taip pat pradžios tinklalapių ir tinklalapių internete ir kitoje audiovizualinėje žiniasklaidoje projektavimas ir kūrimas; techninės konsultacijos, susijusios su radijo ir televizijos laidų bei duomenų bankų projektavimu, tobulinimu, kūrimu ir transliavimu, jų pristatymu internete ir kitoje audiovizualinėje žiniasklaidoje“;

– 45 klasė: „Internetinių socialinių tinklų paslaugos; internetinių socialinių susitikimų paslaugos; vestuvių švenčių organizavimas“.

8 2023 m. kovo 15 d. EUIPO gavo apeliacijos pagrindų pareiškimą. Įstojusi į bylą šalis nepateikė pastabų dėl šio pareiškimo. 2023 m. rugsėjo 15 d. ieškovė pateikė papildomas pastabas.

9 Ginčijamu sprendimu Apeliacinė taryba, pirma, pripažino prašymą panaikinti registraciją priimtinu ir, antra, iš dalies panaikino Anuliavimo skyriaus sprendimą tiek, kiek juo ginčijamo prekių ženklo registracija buvo pripažinta negaliojančia 9 klasės „optiniams diskams“, 35 klasės „reklamos sklaidos per televiziją, radiją ir elektroninę žiniasklaidą“ paslaugoms ir 45 klasės „internetinių socialinių tinklų paslaugoms; internetinių socialinių susitikimų paslaugoms“, o likusią apeliacijos dalį atmetė.

Šalių reikalavimai

10 Atsižvelgdama į per posėdį pateiktų reikalavimų patikslinimą, ieškovė Bendrojo Teismo prašo:

– panaikinti ginčijamą sprendimą arba prireikus jį pakeisti taip, kad prašymas panaikinti ginčijamo prekių ženklo registraciją būtų atmestas 3 klasės, 9 klasės, išskyrus „optinius (garso ir vaizdo) diskus“, 16, 24, 25 ir 32 klasių prekėms ir visoms 35, 41 ir 42 klasių paslaugoms, kurioms šis prekių ženklas buvo įregistruotas (žr. 7 punktą),

– priteisti iš EUIPO bylinėjimosi išlaidas.

11 EUIPO Bendrojo Teismo prašo:

– atmesti ieškinį,

– priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas, jei bus surengtas teismo posėdis.

12 Įstojusi į bylą šalis Bendrojo Teismo prašo:

– atmesti ieškinį,

– priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

13 Savo ieškinį ieškovė grindžia keturiais pagrindais. Pirmasis, antrasis ir trečiasis pagrindai grindžiami Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punkto pažeidimu, nes Apeliacinė taryba, patvirtindama ginčijamo prekių ženklo registracijos panaikinimą įvairioms klasėms priklausančioms prekėms ir paslaugoms, kurioms jis buvo įregistruotas, padarė teisės ir vertinimo klaidų ir iš esmės pažeidė Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį, siejamą su 2018 m. kovo 5 d. Komisijos deleguotojo reglamento (ES) 2018/625, kuriuo papildomas Reglamentas 2017/1001 ir panaikinamas Deleguotasis reglamentas (ES) 2017/1430 (OL L 104, 2018, p. 1), 27 straipsnio 4 dalimi. Ketvirtasis pagrindas iš esmės susijęs su Reglamento 2017/1001 63 straipsnio 1 dalies a punkto pažeidimu, nes Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, kad piktnaudžiavimas teise, kurį tariamai padarė įstojusi į bylą šalis dėl prašymų panaikinti registraciją pateikimo, neturėjo reikšmės nagrinėjant šiuos prašymus.

14 Bendrasis Teismas mano, kad pirmiausia reikia išnagrinėti ketvirtąjį pagrindą, paskui pirmąjį pagrindą ir galiausiai kartu antrąjį ir trečiąjį pagrindus.

Pirminės pastabos

15 Pagal Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punktą Europos Sąjungos prekių ženklo savininko teisės paskelbiamos panaikintomis padavus EUIPO prašymą, jeigu penkerius metus iš eilės prekių ženklas Europos Sąjungoje iš tikrųjų nebuvo naudojamas prekėms arba paslaugoms, kurioms buvo įregistruotas, žymėti ir jeigu nėra rimtų priežasčių jo nenaudoti.

16 Prekių ženklas naudojamas iš tikrųjų, kai jis naudojamas pagal savo pagrindinę funkciją – užtikrinti prekių ar paslaugų, kurioms buvo įregistruotas, kilmės tapatybę šių prekių ir paslaugų realizavimo rinkos sukūrimo ar išsaugojimo tikslais, išskyrus simbolinį prekių ženklo naudojimą, kurio vienintelis tikslas – išsaugoti registracijos suteikiamas teises (žr. 2019 m. liepos 3 d. Sprendimo *Viridis Pharmaceutical / EUIPO*, C-668/17 P, EU:C:2019:557, 38 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

17 Be to, iš Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punkto, siejamo su to paties reglamento 58 straipsnio 2 dalimi, matyti, kad naudojimo iš tikrųjų įrodymas iš principo turi būti susijęs su visomis prekėmis ar paslaugomis, kurioms ginčijamas prekių ženklas buvo įregistruotas. Jeigu įrodymų, kad prekių ženklas buvo iš tikrųjų naudojamas, pateikiama tik dėl dalies prekių ar paslaugų, kurioms ginčijamas prekių ženklas buvo įregistruotas, ir jeigu tenkinamos kitos Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punkte numatytos sąlygos, gali būti paskelbiama apie to prekių ženklo savininko teisių panaikinimą į tas prekes ar paslaugas, dėl kurių jis nepateikė naudojimo iš tikrųjų įrodymo, t. y. apskritai nepateikė jokio kokio nors naudojimo įrodymo (2016 m. spalio 18 d. Sprendimo *August Storck / EUIPO – Chiquita Brands (Fruitfuls)*, T-367/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:615, 21 punktas).

18 Jei prekių ženklas buvo įregistruotas pakankamai didelei prekių ar paslaugų kategorijai, kad ją būtų galima suskirstyti į kelias savarankiškas pakategores, prekių ženklo naudojimo iš tikrųjų žymint dalį šių prekių ar paslaugų įrodymas suteikia apsaugą tik vienai ar kelioms pakategorėms, prie kurių priskiriamos prekės ar paslaugos, kurioms žymėti realiai buvo naudojamas prekių ženklas (2005 m. liepos 14 d. Sprendimo *Reckitt Benckiser (España) / VRDT – Aladin (ALADIN)*, T-126/03, EU:T:2005:288, 45 punktas ir 2007 m. vasario 13 d. Sprendimo *Mundipharma / VRDT – Altana Pharma (RESPICUR)*, T-256/04, EU:T:2007:46, 23 punktas).

19 Vertinant, ar prekių ženklas naudojamas iš tikrųjų, reikia atsižvelgti į visus faktus ir aplinkybes, tinkančius nustatyti jo komercinio naudojimo realumą prekyboje, ypač jo naudojimo tam tikrame ekonomikos sektoriuje, siekiant išlaikyti ar sukurti prekių ženklu saugomų prekių ar paslaugų rinkos dalį, pagrįstumą, šių prekių ar paslaugų pobūdį, rinkos ypatybes, prekių ženklo naudojimo apimtį ir dažnumą (2004 m. liepos 8 d. Sprendimo *Sunrider / VRDT – Espadafor Caba (VITAFRUIT)*, T-203/02, EU:T:2004:225, 40 punktas; pagal analogiją taip pat žr. 2003 m. kovo 11 d. Sprendimo *Ansul*, C-40/01, EU:C:2003:145, 43 punktą).

20 Be to, prekių ženklo naudojimas iš tikrųjų negali būti įrodytas remiantis tikimybėmis ar prielaidomis, bet turi būti grindžiamas konkrečiais ir objektyviais įrodymais, patvirtinančiais, kad atitinkamoje rinkoje tas prekių ženklas buvo iš tikrųjų ir pakankamai naudojamas (2002 m. gruodžio 12 d. Sprendimo *Kabushiki Kaisha Fernandes / VRDT – Harrison (HIWATT)*, T-39/01, EU:T:2002:316, 47 punktas ir 2004 m. spalio 6 d. Sprendimo *Vitakraft-Werke Wührmann / VRDT – Krafft (VITAKRAFT)*, T-356/02, EU:T:2004:292, 28 punktas).

21 Būtent atsižvelgiant į šiuos principus reikia patikrinti, ar Apeliacinė taryba nepadarė teisės ar vertinimo klaidų, kai patvirtino ginčijamo prekių ženklo registracijos panaikinimą iš dalies 3, 9, 16, 24, 25, 32, 35, 41 ir 42 klasių prekėms ir paslaugoms.

22 Nagrinėjamu atveju tiek Anuliavimo skyrius, tiek Apeliacinė taryba laikotarpį nuo 2016 m. birželio 7 d. iki 2021 m. birželio 6 d. laikė penkerių metų laikotarpiu, kuriuo ieškovė turėjo įrodyti ginčijamo prekių ženklo naudojimą iš tikrųjų, o to ji neginčija.

Dėl ketvirtojo pagrindo, susijusio su piktnaudžiavimu teise

23 Ginčijamo sprendimo 18 ir 19 punktuose Apeliacinė taryba nusprendė, jog pagal Reglamento 2017/1001 63 straipsnio 1 dalies a punktą nereikalaujama, kad prašymą panaikinti registraciją pateikęs asmuo įrodytų suinteresuotumą kreiptis į teismą. Taigi ji pažymėjo, kad toks suinteresuotumas kreiptis į teismą arba ekonominis interesas neturi reikšmės vertinant prašymo panaikinti registraciją priimtinumą. Be to, ginčijamo sprendimo 20 ir 21 punktuose Apeliacinė taryba nurodė, kad nėra jokių įrodymų, leidžiančių daryti išvadą, jog įstojusi į bylą šalis prašymą panaikinti registraciją pateikė piktnaudžiaudama teise.

24 Ieškovė ginčija šią Apeliacinės tarybos išvadą ir, remdamasi jurisprudencija ir EUIPO didžiosios apeliacinės tarybos sprendimu, tvirtina, kad tam tikromis aplinkybėmis nesąžiningas prašymo panaikinti registraciją pobūdis gali lemti jo nepriimtinumą. Ieškovė taip pat nesutinka su Apeliacinės tarybos išvada, kad nėra įrodymų, leidžiančių daryti išvadą, jog prašymas panaikinti registraciją buvo pateiktas piktnaudžiaujant.

25 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija ieškovės argumentus.

26 Šiuo klausimu reikia priminti, kad pagal Reglamento 2017/1001 63 straipsnio 1 dalies a punktą prašymą panaikinti Europos Sąjungos prekių ženklo registraciją EUIPO šio reglamento 58 ir 59 straipsniuose nustatytais atvejais gali pateikti bet kuris fizinis ar juridinis asmuo, taip pat bet kuri grupė ar organizacija, įsteigta tam, kad atstovautų gamintojų, paslaugų teikėjų, verslininkų ar vartotojų interesams, kurie pagal jų veiklą reglamentuojančius teisės aktus gali būti ieškovai ir atsakovai teisme.

27 Pagal jurisprudenciją santykiniais atsisakymo registruoti pagrindais saugomi kai kurių ankstesnių prekių ženklų savininkų interesai, o absoliučiais atsisakymo registruoti pagrindais siekiama apsaugoti bendrąjį interesą, kuriuo šie pagrindai grindžiami, todėl Reglamento 2017/1001 63 straipsnio 1 dalies a punkte nereikalaujama, kad prašymą teikiantis asmuo įrodytų, kad yra suinteresuotas kreiptis į teismą (žr. 2017 m. lapkričio 16 d. Sprendimo *Carrera Brands / EUIPO – Autec (Carrera)*, T-419/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:812, 33 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

28 Šią analizę patvirtina Reglamento 2017/1001 24 konstatuojamoji dalis, kurioje numatyta, kad Europos Sąjungos prekių ženklai saugomi tik tiek, kiek jie iš tikrųjų naudojami. Iš tiesų, atsižvelgiant į tokį argumentą, matyti, kad Reglamento 2017/1001 63 straipsnio 1 dalies a punkto tikslas yra suteikti galimybę kuo didesniam asmenų ratui užginčyti Europos Sąjungos prekių ženklą, kuris tam tikrą laikotarpį nebuvo iš tikrųjų naudojamas, nereikalaujant, kad būtų įrodytas suinteresuotumas kreiptis į teismą (žr. 2017 m. lapkričio 16 d. Sprendimo *Carrera*, T-419/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:812, 34 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

29 Kadangi pagal Reglamento 2017/1001 63 straipsnio 1 dalies a punktą prašymą panaikinti registraciją dėl prekių ženklo nenaudojimo arba nepakankamo naudojimo gali pateikti „kiekvienas fizinis ar juridinis asmuo“, galimo piktnaudžiavimo teise klausimas neturi reikšmės nagrinėjant pagal šią nuostatą pateikto prašymo panaikinti registraciją priimtinumą (žr. 2022 m. rugsėjo 7 d. Sprendimo *Peace United / EUIPO – 1906 Collins (MY BOYFRIEND IS OUT OF TOWN)*, T-699/21, nepaskelbtas Rink., EU:T:2022:528, 24 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją; šiuo klausimu taip pat žr. 2021 m. sausio 19 d. Nutarties *Leinfelder Uhren München / EUIPO*, C-401/20 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2021:31, 21 punktą).

30 Be to, pagal Reglamento 2017/1001 63 straipsnio 1 dalies a punktą nei prašymo panaikinti registraciją priimtinumas, nei pagrįstumas nepriklauso nuo pareiškėjo sąžiningumo. Prekių ženklo registracijos panaikinimas dėl nenaudojimo per numatytą penkerių metų laikotarpį yra Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punkte ir šio reglamento 64 straipsnio 2 dalyje nustatyta teisinė pasekmė, kai prekių ženklo savininkas neįgyja teisės išsaugoti prekių ženklo registracijos dėl to, kad prašymą panaikinti registraciją pateikęs asmuo, be kita ko, vykdo nesąžiningos konkurencijos veiksmus (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2020 m. rugsėjo 2 d. Nutarties *DTE Systems / EUIPO – Speed-Buster (PedalBox +)*, T-801/19, nepaskelbta Rink., EU:T:2020:383, 38 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

31 Tiesa, kaip pažymi ieškovė, iš jurisprudencijos matyti, kad asmenys negali remtis Europos Sąjungos teisės normomis sukčiaudami arba piktnaudžiaudami (šiuo klausimu žr. 2016 m. liepos 28 d. Sprendimo *Kratzer*, C-423/15, EU:C:2016:604, 37 punktą).

32 Ieškovė mano, kad pagal šioje jurisprudencijoje įtvirtintą principą prašymo panaikinti registraciją pateikimas tokiomis išimtinėmis ir specifinėmis aplinkybėmis, kaip susiklosčiusios byloje, kurioje buvo priimtas 2020 m. vasario 1 d. Didžiosios apeliacinės tarybos sprendimas (byla R 2445/2017-G, toliau – byla *Sandra Pabst*), gali reikšti piktnaudžiavimą arba būti su tuo susijęs.

33 Vis dėlto, kaip ginčijamo sprendimo 21 punkte teisingai nurodė Apeliacinė taryba, šios bylos faktinės aplinkybės nėra panašios į bylos *Sandra Pabst* faktines aplinkybes, nes tai bylai buvo būdingos išimtinės aplinkybės, kurių šioje byloje nėra. Iš tiesų, pirma, byla *Sandra Pabst* buvo susijusi su bendrove, dirbtinai įsteigta siekiant vienintelio tikslo – pateikti daugybę prašymų panaikinti registraciją, o šioje byloje įstojusi į bylą šalis taip nesielgė. Antra, minėta byla buvo susijusi su tuo, kad viena bendrovė beveik tuo pačiu metu ir dėl tos pačios šalies pateikė 37 prašymus panaikinti registraciją, taip pat daugybę prašymų panaikinti registraciją EUIPO (850 prašymus per dvejų metų laikotarpį), o nagrinėjamu atveju ieškovė remiasi tik dviem EUIPO pateiktais prašymais panaikinti jos prekių ženklų registraciją.

34 Trečia, Didžioji apeliacinė taryba byloje *Sandra Pabst* pažymėjo, kad kai kurie iš daugelio nagrinėjamų prašymų panaikinti registraciją buvo nesėkmingi ir pateikti tik siekiant daryti spaudimą arba kaip „atsakomoji priemonė“, reaguojant į nesėkmingas derybas, kuriomis buvo siekiama įsigyti atitinkamus prekių ženklus, taigi ir siekiant gauti nepagrįstos naudos, priverčiant tų prekių ženklų savininką sudaryti susitarimą nutraukti jų naudojimą. Ieškovė neįrodė, kad šioje byloje buvo tokių aplinkybių. Iš tiesų tai, kad įstojusi į bylą šalis žinojo apie ginčijamo prekių ženklo naudojimą žiniasklaidos sektoriuje (tuo rėmėsi ieškovė) dėl jo reputacijos, savaime neįrodo, kad prašymas panaikinti šio prekių ženklo registraciją prekėms ir paslaugoms, akivaizdžiai nesusijusiomis su žiniasklaidos sektoriumi, buvo nesėkmingas, taigi buvo skirtas tik tam, kad ieškovei būtų užkrauta nepagrįsta našta arba daromas koks nors spaudimas. Priešingai, tai, kad įstojusi į bylą šalis ketino naudoti prekių ženklą, galintį sukelti painiavą dėl panašumų su ginčijamu prekių ženklu, o tai matyti iš ginčo dėl ieškovės protesto, kurį įstojusi į bylą šalis pateikė *Deutsche Patent- und Markenamt* (Vokietijos patentų ir prekių ženklų tarnyba) dėl prekių ženklo registracijos, įrodo realų jos suinteresuotumą, kad prekių ženklų registras būtų „atnaujintas“, kiek tai susiję su ieškovės turimos monopolijos ginčijamo prekių ženklo atžvilgiu apimtimi, ir tai atitinka Reglamento 2017/1001 24 konstatuojamąją dalį, pagal kurią Europos Sąjungos prekių ženklų apsauga pateisinama tik tiek, kiek jie yra iš tikrųjų naudojami.

35 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, Apeliacinė taryba nepadarė teisės ar vertinimo klaidos, kai atmetė ieškovės teiginį, kad prašymas panaikinti registraciją buvo nepriimtinas dėl tariamo šio prašymo nesąžiningo pobūdžio. Taigi ketvirtąjį pagrindą reikia atmesti kaip nepagrįstą.

Dėl pirmojo pagrindo, grindžiamo Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punkto pažeidimu, kiek tai susiję su ginčijamo prekių ženklo registracijos panaikinimu prie 35 klasės priskiriamoms reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugoms, išskyrus „reklamos sklaidą per televiziją, radiją ir elektroninę žiniasklaidą“, ir šio reglamento 95 straipsnio 2 dalies pažeidimu

36 Ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punktą, nes nusprendė, jog ieškovė neįrodė, kad ginčijamas prekių ženklas iš tikrųjų naudojamas prie 35 klasės priskiriamoms reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugoms, išskyrus „reklamos sklaidą per televiziją, radiją ir elektroninę žiniasklaidą“.

37 Šiuo klausimu ieškovė taip pat ginčija Apeliacinės tarybos atsisakymą atsižvelgti į 2023 m. rugsėjo 15 d. jai pateiktas pastabas ir įrodymus (žr. 8 punktą). Per teismo posėdį ieškovė patvirtino, kad šie argumentai, kaip juos aiškino EUIPO, turi būti suprantami taip, kad jais siekiama pareikšti, jog Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį, patikslintą Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalyje.

38 Pirmiausia reikia išnagrinėti Apeliacinės tarybos išvados, kad 2023 m. rugsėjo 15 d. ieškovės pateiktos pastabos ir įrodymai nenagrinėtini, pagrįstumą.

Dėl atsisakymo atsižvelgti į 2023 m. rugsėjo 15 d. ieškovės pateiktas pastabas ir įrodymus

39 Ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba padarė procedūrinę klaidą, nes neatsižvelgė į jos 2023 m. rugsėjo 15 d. jai pateiktas pastabas ir įrodymus, kuriais ji papildė Anuliavimo skyriui ir apeliacijos pagrindų pareiškime jau pateiktus įrodymus. Konkrečiai kalbant, Apeliacinė taryba šiuo klausimu nepasinaudojo diskrecija.

40 EUIPO ginčija ieškovės argumentus ir nurodo, kad Apeliacinės tarybos galimybė atsižvelgti į pirmą kartą jai nurodytas faktines aplinkybes ir pateiktus įrodymus, kaip tai suprantama pagal Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalį, neišvengiamai susijusi tik su dokumentais, pateiktais laikantis, be kita ko, to paties reglamento 22, 24 ir 26 straipsnių nuostatų. Kadangi ieškovė nagrinėjamas pastabas ir įrodymus pateikė ne apeliacijos pagrindų pareiškime ar galimame dublike, Apeliacinė taryba neprivalėjo nagrinėti jų priimtinumo pagal atitinkamas Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalies ir Deleguotojo
reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalies nuostatas.

41 Įstojusi į bylą šalis teigia, jog dėl to, kad 2023 m. rugsėjo 15 d. pastabos buvo pateiktos praleidus procedūros terminus, skirtus pastaboms pateikti, Apeliacinė taryba pagrįstai į jas neatsižvelgė savo sprendime.

42 Ginčijamo sprendimo 13 punkte Apeliacinė taryba nusprendė, kad nereikia atsižvelgti į 2023 m. rugsėjo 15 d. ieškovės pareiškimą, ir šią išvadą motyvavo nuoroda į Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį, šio reglamento 68 straipsnio 1 dalies ketvirtą sakinį ir Deleguotojo reglamento 2018/625 26 straipsnį.

43 Šie motyvai iš esmės rodo, kad, kaip per posėdį patvirtino EUIPO, atsakydama į Bendrojo Teismo klausimą, Apeliacinė taryba manė: kadangi 2023 m. rugsėjo 15 d. pareiškimas nebuvo pateiktas laiku (žr. Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį), t. y. per keturis mėnesius nuo pranešimo apie Anuliavimo skyriaus sprendimą dienos (žr. Reglamento 2017/1001 68 straipsnio 1 dalies ketvirtą sakinį), arba argumentuotu prašymu, pateiktu dublike į kitos procedūros Apeliacinėje taryboje šalies atsiliepimą (žr. Deleguotojo reglamento 2018/625 26 straipsnį), jis neturėjo būti nagrinėjamas.

44 Šiuo klausimu pažymėtina, kad pagal Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį EUIPO gali neatsižvelgti į įrodymus, kurių šalys nepateikė laiku.

45 Iš šios nuostatos formuluotės matyti, kad paprastai, jeigu nenurodyta kitaip, šalys faktines aplinkybes gali nurodyti ir įrodymus pateikti pasibaigus nustatytam terminui pagal Reglamento 2017/1001 nuostatas ir kad EUIPO nedraudžiama atsižvelgti į pavėluotai nurodytas faktines aplinkybes ir pateiktus įrodymus (žr. 2013 m. rugsėjo 26 d. Sprendimo *Centrotherm Systhemtechnik / VRDT ir centrotherm Clean Solutions*, C-610/11 P, EU:C:2013:593, 77 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

46 Patikslinant, kad EUIPO „gali“ nuspręsti neatsižvelgti į tokius įrodymus, pagal Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį šiai tarnybai suteikiama plati diskrecija nuspręsti, pateikiant tokį sprendimą pagrindžiančius motyvus, ar reikia į juos atsižvelgti (žr. 2013 m. rugsėjo

26 d. Sprendimo *Centrotherm Systhemtechnik / VRDT ir centrotherm Clean Solutions*, C-610/11 P, EU:C:2013:593, 78 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją; 2018 m. sausio 24 d. Sprendimo *EUIPO / European Food*, C-634/16 P, EU:C:2018:30, 56 punktą).

47 Galimas atsižvelgimas į tokius papildomus faktus ir įrodymus visiškai nėra vienai ar kitai šaliai teikiama „nauda“, bet turi atspindėti pagal Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį EUIPO suteikiamos diskrecijos objektyvaus ir motyvuoto įgyvendinimo rezultatą (žr. 2018 m. sausio 24 d. Sprendimo *EUIPO / European Food*, C-634/16 P, EU:C:2018:30, 58 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

48 Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalyje numatytos EUIPO diskrecijos įgyvendinimas yra apibrėžtas Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalyje, kuria, remiantis šio deleguotojo reglamento 8 konstatuojamąja dalimi, siekiama tiksliai nustatyti EUIPO apeliacinių tarybų diskrecijos nagrinėjant pavėluotai pateiktus įrodymus ribas.

49 Remiantis jurisprudencija pažymėtina, kad Bendrasis Teismas turi įvertinti, ar Apeliacinė taryba veiksmingai pasinaudojo jai suteikta plačia diskrecija motyvuotai ir tinkamai atsižvelgiant į visas svarbias aplinkybes nuspręsti, ar reikia atsižvelgti į pirmą kartą jai nurodytas faktines aplinkybes ar pateiktus įrodymus, kad būtų priimtas sprendimas, kurį ji turėjo priimti (šiuo klausimu žr. 2022 m. lapkričio 30 d. Sprendimo *ADS L. Kowalik, B. Włodarczyk / EUIPO ESSAtech (Belaidžio nuotolinio valdymo pulto priedas)*, T-611/21, EU:T:2022:739, 36 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

50 Nagrinėjamu atveju reikia pažymėti, kad, kaip pripažįsta ieškovė, jos 2023 m. rugsėjo 15 d. pastabos ir su jomis susiję įrodymai nebuvo pateikti nei Anuliavimo skyriui, nei per apeliacijos pagrindų pareiškimui pateikti nustatytą terminą. Ieškovė taip pat negalėjo prašyti leidimo pateikti galimą dubliką pagal Deleguotojo reglamento 2018/625 26 straipsnį, nes kita šalis nepateikė atsiliepimo į apeliacijos pagrindų pareiškimą.

51 Vis dėlto, remiantis šio sprendimo 44–47 punktuose priminta jurisprudencija, kadangi faktinės aplinkybės nebuvo nurodytos, o įrodymai nebuvo pateikti per šiuo tikslu ieškovei pagal Reglamento 2017/1001 nuostatas nustatytus terminus, taigi to nebuvo padaryta laiku, kaip tai suprantama pagal minėto reglamento 95 straipsnio 2 dalį, Apeliacinė taryba turėjo pasinaudoti Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalyje apibrėžta diskrecija, kad nuspręstų, ar atsižvelgti į tas aplinkybes priimant sprendimą, kurį ji turėjo priimti, ar ne.

52 Toks objektyvus ir motyvuotas diskrecijos įgyvendinimas pagal Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį, siejamą su Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalimi, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 47 punkte primintą jurisprudenciją, nagrinėjamu atveju akivaizdžiai nepagrįstas, nes Apeliacinė taryba atmetė 2023 m. rugsėjo 15 d. ieškovės nurodytas faktines aplinkybes ir pateiktus įrodymus vien dėl to, kad jie nebuvo pateikti kartu su vienu iš Deleguotojo reglamento 2018/625 22, 24 ir 26 straipsniuose nurodytų procesinių dokumentų, neišnagrinėjusi, ar nagrinėjamu atveju buvo įvykdytos Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalyje nurodytos sąlygos, kuriomis tokie pirmą kartą jai pateikti faktai ir įrodymai gali būti priimti.

53 Priešingai, nei matyti iš šio ginčijamo sprendimo motyvo ir nei teigia EUIPO, pirmą kartą Apeliacinei tarybai pateiktų pastabų ir įrodymų priimtinumo nagrinėjimas negali apsiriboti faktinėmis aplinkybėmis ir įrodymais, pateiktais kartu su Deleguotojo reglamento 2018/625 22, 24 ir 26 straipsniuose nurodytais procesiniais dokumentais.

54 Toks apribojimas neišplaukia nei iš Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalies, nei iš Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalies. Pastarojoje nuostatoje, kurioje apibrėžta Apeliacinės tarybos diskrecija dėl galimybės atmesti pirmą kartą jai pateiktas faktines aplinkybes ir įrodymus, šiuo klausimu numatytos dvi sąlygos, t. y. pirma, jų svarba „iš pirmo žvilgsnio“ ir, antra, pagrįstos priežastys dėl nepateikimo laiku. Atsakydama į Bendrojo Teismo žodžiu pateiktą klausimą EUIPO negalėjo nurodyti jokios kitos nuostatos, kuri galėtų būti „priešinga nuostata“, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 45 punkte primintą jurisprudenciją, leidžianti Apeliacinei tarybai veiksmingai nesinaudoti diskrecija ir atsisakyti priimti pirmą kartą jai pateiktas faktines aplinkybes ir įrodymus vien dėl to, kad jie buvo pateikti ne Deleguotajame reglamente 2018/625 nurodytuose procesiniuose dokumentuose.

55 Tuo remiantis darytina išvada, kad Apeliacinė taryba padarė klaidą, kai neišnagrinėjo 2023 m. rugsėjo 15 d. ieškovės pateiktų pastabų ir įrodymų ir, atsižvelgdama į Deleguotojo reglamento 2018/625 27 straipsnio 4 dalyje numatytas sąlygas, nepasinaudojo jai pagal Reglamento 2017/1001 95 straipsnio 2 dalį suteikta diskrecija.

Dėl ginčijamo prekių ženklo naudojimo iš tikrųjų 35 klasės paslaugoms vertinimo

56 Ginčijamo sprendimo 33–39 punktuose Apeliacinė taryba nusprendė, kad ieškovės pateikti įrodymai patvirtina ginčijamo prekių ženklo naudojimą prie 35 klasės priskiriamų reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugų, kurioms šis prekių ženklas buvo įregistruotas, pakategorei, t. y. „reklamos sklaidai per televiziją, radiją ir elektroninę žiniasklaidą“. Todėl ji panaikino Anuliavimo skyriaus sprendimą tiek, kiek juo buvo panaikinta ginčijamo prekių ženklo registracija šioms paslaugoms, ir atmetė pateiktą prašymą panaikinti registraciją šioms paslaugoms.

57 Vis dėlto Apeliacinė taryba pažymėjo, kad nebuvo įrodyta, jog ginčijamas prekių ženklas buvo naudojamas kitoms prie 35 klasės priskiriamų reklamos, rinkodaros ir reklamos paslaugų pakategorėms. Ji nurodė, kad, pirma, reklamos paslaugos klientui (trečiajam asmeniui) nebuvo teikiamos (ginčijamo sprendimo 41 punktas) ir, antra, ginčijamo prekių ženklo naudojimas ant trečiųjų asmenų reklaminių plakatų rodo, jog šiuose plakatuose rodomą laidą galima žiūrėti per grupės, kuriai priklausė ieškovė, televizijos kanalą, tačiau tai nereiškia, kad šis prekių ženklas buvo naudojamas siekiant teikti reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugas (ginčijamo sprendimo 42 punktas).

58 Ieškovė teigia, kad Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punktą, nes nusprendė, jog ji neįrodė, kad ginčijamas prekių ženklas iš tikrųjų naudojamas 35 klasės reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugoms, išskyrus „reklamos sklaidą per televiziją, radiją ir elektroninę žiniasklaidą“. Darydama nuorodą visų pirmą į *Ad Alliance* (buvusi *IP Deutschland*), bendrovės, veikiančios kaip „rinkodaros bendrovė“ ir kaip grupės, kuriai ji priklauso, reklamos bendrovė, veiklą, ieškovė tvirtina, kad su televizijos reklama susijusiems reklamuotojams teikiamos paslaugos apima reklamos strategijų, taip pat reklamos, skirtos transliuoti viename iš šios grupės televizijos kanalų, kūrimą.

59 Ieškovė teigia, kad neatsižvelgusi į reklamos paslaugų, ypač televizijos, ypatumus, susijusius su tokių reklamos bendrovių, kaip *Ad Alliance*, veikla, ir manydama, kad reklamos paslaugas teikia tik reklamos agentūros, Apeliacinė taryba neatsižvelgė į televizijos reklamos rinkos veikimą.

60 EUIPO tvirtina, kad įrodymai, kuriais remiasi ieškovė, susiję su ginčijamo prekių ženklo naudojimu prie 38 klasės priskiriamoms „televizijos laidų transliavimo ir perdavimo“ paslaugoms ir prie 35 klasės priskiriamoms „reklamos sklaidos per televiziją, radiją ir elektroninę žiniasklaidą“

paslaugoms. Bet kuriuo atveju šie įrodymai, visų pirma dokumentai, kuriuose daroma nuoroda į *Ad Alliance* ir *IP Deutschland*, nepatvirtino, kad reklamos paslaugos buvo suteiktos tretiesiems asmenims.

61 Įstojusi į bylą šalis tvirtina, kad ieškovė neteikia reklamos paslaugų, o tik suteikia galimybę naudotis savo televizijos ir radijo kanalais, per kuriuos reklamuotojai transliuoja savo reklamą, o tai priskiriama prie 38 klasės paslaugų. Reklamos paslaugas sudaro reklaminių intarpų gamyba, reklamos strategijų kūrimas ir reklamai skirto ploto ar laiko suteikimas. Tačiau šių paslaugų, susijusių su įprasta reklamos agentūrų veikla, ieškovė neteikia. Pateikti įrodymai susiję nebent su reklama, vykdoma siekiant savų interesų, t. y. norint pritraukti klientus ieškovės teikiamoms reklamos transliavimo paslaugoms.

62 Šiuo klausimu pirmiausia reikia priminti, kad, kaip iš esmės pažymėjo Anuliavimo skyrius savo sprendimo 34 puslapyje ir Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 31 punkte, pirma, atitinkamo prekių ženklo naudojimas, kurį vykdo su šio prekių ženklo savininku ekonomiškai susijusi bendrovė, yra laikomas šio prekių ženklo naudojimu su jo savininko sutikimu, todėl pagal Reglamento 2017/1001 18 straipsnio 2 dalį toks naudojimas turi būti laikomas paties savininko atliekamu naudojimu (šiuo klausimu žr. 2015 m. sausio 30 d. Sprendimo *Now Wireless / VRDT – Starbucks (HK) (now)*, T-278/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:57, 38 punktą).

63 Taigi šioje byloje tai, kad grupės, kuriai priklauso ieškovė, bendrovės, kaip antai *Ad Alliance*, naudoja ginčijamą prekių ženklą, turi būti laikoma naudojimu su ieškovės sutikimu, taigi ir pačios ieškovės atliekamu naudojimu. Tad vertinant šio prekių ženklo naudojimą iš tikrųjų reikia atsižvelgti į įrodymus, susijusius su šių bendrovių atliekamu galimu ginčijamo prekių ženklo naudojimu.

64 Antra, pagal jurisprudenciją prie 35 klasės priskiriamos „reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugos“ iš esmės susijusios su specializuotomis konsultacijomis ir parama įmonėms, siekiančioms reklamuoti ir plėtoti savo prekes ar paslaugas. Todėl jos apima paslaugas, kuriomis siekiama remti trečiąsias įmones ir padėti joms gerinti savo veiklą didinant matomumą arba gaunant didesnes pajamas (šiuo klausimu žr. 2016 m. birželio 2 d. Sprendimo *Staywell Hospitality Group / EUIPO – Sheraton International IP (PARK REGIS) ir Sheraton International IP / EUIPO – Staywell Hospitality Group (PARK REGIS)*, T-510/14 ir T-536/14, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:333, 54 punktą ir 2024 m. sausio 31 d. Sprendimo *ECE Group / EUIPO – ECE Piknik Ürünleri Plastik ve Kömür Üretim Ithalat Ihracat (ECE QUALITY OF LIFE)*, T-581/22, nepaskelbtas Rink., EU:T:2024:47, 45 punktą).

65 Siekiant įrodyti, kad paslauga yra naudojama, ji turi būti siūloma tretiesiems asmenims ir paprastai už ją turi būti gaunamas ekonominis atlygis (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. 2016 m. rugsėjo 30 d. Sprendimo *Alpex Pharma / EUIPO – Astex Pharmaceuticals (ASTEX)*, T-355/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:591, 37 ir 38 punktai ir 2022 m. gruodžio 7 d. Sprendimo *Borussia VfL 1900 Mönchengladbach / EUIPO – Neng (Fohlenelf)*, T-747/21, nepaskelbtas Rink., EU:T:2022:773, 90 punktą).

66 Taigi reikia išnagrinėti, ar per administracinę procedūrą ieškovės pateikti įrodymai, susiję, be kita ko, su grupės, kuriai ji priklauso, bendrovių, įskaitant *Ad Alliance*, veikla, leidžia patvirtinti, kaip teigia ieškovė, ginčijamo prekių ženklo naudojimą prie 35 klasės priskiriamoms reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugoms, kurioms jis buvo įregistruotas, išskyrus reklamos sklaidos paslaugas.

67 Šiuo klausimu ieškovė teigia, kad reklamos paslaugas, kurias prisidengdama ginčijamu prekių ženklu teikia būtent *Ad Alliance*, sudaro konsultavimo, komunikacijos, reklamos kūrimo ir įgyvendinimo paslaugos.

68 Remdamasi per administracinę procedūrą nurodytais argumentais ir įrodymais, pateiktais, be kita ko, su 2021 m. rugpjūčio 27 d. (žr. šio sprendimo 5 punktą) ir 2023 m. kovo 15 d. (žr. šio sprendimo 8 punktą) pareiškimais, ieškovė nurodo, kad, kaip ir prie 35 klasės priskiriamas reklamos, skatinimo ir rinkodaros paslaugas, *Ad Alliance* teikia, be kita ko, paslaugas, susijusias su reklamos priemonių ar reklamos kampanijos rentabilumu, konsultavimo paslaugas, skirtas identifikuoti televizijos laidoms, su kuriomis susijusi reklama, taip pat paslaugas, susijusias su reklamos rengimu, ypač kalbant apie televizijos reklamą („projektai pagal užsakymą“). Tokios paslaugos yra panašios į „klasikinės“ reklamos agentūros veiklą.

69 Šiuo klausimu reikia pažymėti, jog, priešingai, nei ginčijamame sprendime nurodė Apeliacinė taryba, ieškovės per administracinę procedūrą pateikti įrodymai patvirtina, kad grupė, kuriai ji priklauso, per grupės bendroves, būtent *Ad Alliance*, atitinkamu laikotarpiu tretiesiems asmenims už atlygį teikė prie 35 klasės priskiriamas reklamos, skatinimo ir rinkodaros paslaugas, išskyrus reklamos sklaidą.

70 Pirma, ieškovė įrodė, kad grupės, kuriai ji priklausė, bendrovės teikė reklamuotojams, be kita ko, televizijos reklamos kūrimo ir įgyvendinimo paslaugas.

71 Šiuo klausimu ji pateikė „reklamuotojams atsiųstus pristatymus“ (žr., be kita ko, 2021 m. rugpjūčio 27 d. pareiškimo 90–94 priedus), kuriuose pavaizduotas ginčijamas prekių ženklas tokios formos, kokios buvo įregistruotas, arba kitomis formomis, kurios vis dėlto nekeičia jo skiriamojo požymio ir nurodo specializuotos reklamos paslaugų pasiūlymus („Special Creations“ arba „Special Ads“). Tokia specializuota reklama transliuojama televizijos laidos metu, t. y. virš transliuojamos laidos vaizdo, ir gali būti, be kita ko, rodoma kaip horizontali arba vertikali juosta („cut in“), kaip reklama, rodoma dideliu formatu atskirame rėme, arba reklama, rodoma be skiriamosios juostos transliuojamos programos metu („framesplit“ arba „programmesplit“), taip pat reklama, judanti per visą ekraną („skyscraper“).

72 Vieną iš nagrinėjamuose pasiūlymuose pateiktų specializuotos reklamos formų ieškovė taip pat galėjo pavaizduoti taip, kad reklamuotojo prekė būtų reklamuojama pagal konceptą, susijusį su sėkminga televizijos laida, transliuojama per vieną iš RTL grupės kanalų, pavyzdžiui, kaip prekė, „apdovanota“ „auksiniu skambučiu (angl. *golden buzzer)*“ (žr. visų pirma 2021 m. rugpjūčio 27 d. pareiškimo 92 ir 93 priedus).

73 Ši specializuotos reklamos forma, kuri numatyta tam, kad reklamuotojas galėtų tiesiogiai pasinaudoti televizijos laidos sėkme, rodo kūrybinį indėlį kuriant reklamą, būdingą grupės, kuriai priklauso ieškovė, transliuojamoms laidoms.

74 Be to, iš dokumento, pavadinto „*Special Ads* užsakymo sąlygos“ (žr. 2021 m. rugpjūčio 27 d. pareiškimo 90 priedą) matyti, kad RTL grupės rinkodaros skyrius atskirai išrašo sąskaitas faktūras už „[„Special Ads“ arba „Special Creations“] gamybos sąnaudas“, o tai patvirtina, kad tokia specializuota reklama siūloma ne kaip reklamos turinio transliavimas, o kaip papildoma šio transliavimo paslauga.

75 2023 m. kovo 15 d. pareiškime ieškovė taip pat pateikė 2020 ir 2021 m. reklamos intarpus, skirtus reklamuoti reklamuotojų prekėms, kurių atveju ginčijamas prekių ženklas buvo naudojamas kaip reklamos turinio elementas. Pavyzdžiui, ieškovės pateiktą reklamą sudarė ginčijamo prekių ženklo raidžių priartinimas (*zoom-in*), o tai rodo, kad šį prekių ženklą sudarantis didžiosios „T“ raidės fonas savaime buvo „sudarytas“ iš padaugėjusių reklamoje nurodytų prekių.

76 Reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugų, išskyrus reklamos sklaidą reklamuotojams, teikimą prisidengiant ginčijamu prekių ženklu patvirtina kiti pateikti įrodymai, visų pirma dokumentas, pavadintas „Bendrosios pardavimo sąlygos“, arba techninių duomenų lapai, pridedami prie pasiūlymų teikti paslaugas (žr. 2021 m. rugpjūčio 27 d. pareiškimo 111 ir 134 priedus), iš kurių matyti, kad grupės, kuriai priklauso ieškovė, žiniasklaidos priemonių gamybos skyriai padeda reklamuotojams kurdami ir gamindami reklaminę medžiagą, įskaitant garso ir audiovizualinius reklamos intarpus.

77 Tokios paslaugos apima kūrybinį grupės, kuriai priklauso ieškovė, bendrovių indėlį kuriant reklamą. Todėl, priešingai, nei nurodė Apeliacinė taryba, šios paslaugos neapsiriboja vien trečiojo asmens sukurto reklaminio turinio sklaida.

78 Antra, iš pateiktų įrodymų (žr., be kita ko, 2021 m. rugpjūčio 27 d. pareiškimo 92–94 priedus) taip pat matyti, kad ieškovė reklamuotojams siūlė tokias paslaugas reklamos strategijų jai priklausančiose žiniasklaidos priemonėse tobulinimo srityje, suteikdama jiems galimybę dalyvauti grupės, kuriai priklauso ieškovė, sukurtose reklamos priemonėse, kaip rėmimas, susijęs su konkrečiomis televizijos laidomis, arba prekių rodymas jose.

79 Trečia, siekdama įrodyti ginčijamo prekių ženklo naudojimą reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugoms, ieškovė taip pat teisingai remiasi konsultavimo veikla, skirta nustatyti televizijos laidoms, su kuriomis galėtų būti siejama reklama. Iš tiesų ši veikla gali prisidėti prie reklamuotojo reklamos strategijos veiksmingumo ir užtikrinti jo prekių ženklo apsaugą nuo neigiamo poveikio, kuris atsirastų dėl jo susiejimo su nepageidaujamu turiniu (angl. *brand safety*). Taigi grupė, kuriai priklauso ieškovė, sukuria „reklamos aplinką“ taip, kad ji būtų patrauklesnė reklamuotojui, todėl prisideda prie jo siūlomos reklamos priemonės pelningumo.

80 Galiausiai ieškovės pateikti įrodymai patvirtina, kad grupės, kuriai priklauso ieškovė, bendrovės, kaip antai *Ad Alliance*, teikė konsultavimo paslaugas, susijusias su televizijos reklamos rinkodara, visų pirma naudodamosi ieškovės surinktais su televizijos reklamos rinka susijusiais duomenimis, ypač siekiant pritaikyti reklamos strategiją įvairiems sektoriams arba įvairioms tikslinėms auditorijoms.

81 Tokios paslaugos iš tiesų patenka į specializuotų konsultavimo ir paramos paslaugų, teikiamų įmonėms, siekiančioms reklamuoti savo prekes ir paslaugas bei plėtoti savo reklamos strategijas, sritį ir yra skirtos padėti šioms įmonėms pagerinti savo veiklą, didinant jų matomumą arba gaunant didesnę investicijų į reklamą grąžą, kaip tai suprantama pagal 64 punkte nurodytą jurisprudenciją.

82 Iš to, kas išdėstyta 70–81 punktuose, matyti, kad, priešingai, nei nustatė Apeliacinė taryba, ieškovės pateikti įrodymai, net neatsižvelgiant į įrodymus, pateiktus su 2023 m. rugsėjo 15 d. pareiškimu, kurio Apeliacinė taryba neįtraukė į savo tyrimą (žr. 42 punktą), patvirtina, kad grupė, kuriai priklauso ieškovė, prisidengdama ginčijamu prekių ženklu ir atitinkamu laikotarpiu teikė tretiesiems asmenims reklamos, skatinimo ir rinkodaros paslaugas, kurios neapsiribojo vien

reklamos sklaida, bet buvo skirtos aktyviai prisidėti prie minėtų trečiųjų asmenų reklamos strategijos kūrimo, atsižvelgiant į grupės, kuriai priklauso ieškovė, bendrovių žinias apie žiniasklaidos reklamos sektoriaus veikimą.

83 Šiomis aplinkybėmis taip pat reikia pažymėti, kad iš ieškovės per administracinę procedūrą pateiktų įrodymų matyti, jog grupės, kuriai ji priklauso, metinė apyvarta iš televizijos reklamos nagrinėjamu laikotarpiu siekė kelis milijardus eurų ir ši grupė užėmė didelę reklamos rinkos dalį įvairiose Sąjungos valstybėse narėse, ypač Vokietijoje. Kadangi ieškovė įrodė, kad ginčijamą prekių ženklą naudojo reklamos, skatinimo ir rinkodaros paslaugoms, išskyrus reklamos sklaidą, dalis šių pajamų ir rinkos dalių turi būti laikoma gauta teikiant šias paslaugas.

84 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia pritarti pirmajam pagrindui ir atitinkamai pakeisti ginčijamą sprendimą atmetant prašymą panaikinti ginčijamo prekių ženklo registraciją visoms nagrinėjamoms 35 klasės paslaugoms.

Dėl antrojo ir trečiojo pagrindų, grindžiamų Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punkto pažeidimu, kiek tai susiję su ginčijamo prekių ženklo registracijos panaikinimu 3, 9, 16, 24, 25 ir 32 klasių prekėms bei 41 ir 42 klasių paslaugoms

85 Apeliacinė taryba panaikino ginčijamo prekių ženklo registraciją 9 klasės prekėms, išskyrus „optinius diskus“, ir 3, 16, 24, 25, 32, 41 ir 42 klasių prekėms ir paslaugoms, kurioms ginčijamas prekių ženklas buvo įregistruotas. Šiuo klausimu ji pažymėjo, kad ieškovė nepateikė įrodymų dėl ginčijamo prekių ženklo išorinio naudojimo iš tikrųjų šioms prekėms ir paslaugoms ir kad šio prekių ženklo reputacija, kuria rėmėsi ieškovė, atliekant šį vertinimą neturi reikšmės. Apeliacinės tarybos nuomone, reputaciją turinčio prekių ženklo, kaip ir visų kitų Europos Sąjungos prekių ženklų, registracija gali būti panaikinta viešojo intereso labui dėl nenaudojimo. Apeliacinės tarybos nuomone, tokio reputaciją turinčio prekių ženklo apsaugos apimtis, kilus konfliktui su kitomis intelektinės nuosavybės teisėmis, nesusijusi su naudojimo, tinkamo užtikrinti reputaciją turinčio prekių ženklo teisių išsaugojimą prekėms ir paslaugoms, kurioms jis įregistruotas, klausimu.

86 Ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba pažeidė Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punktą, nes vertindama ginčijamo prekių ženklo naudojimo iš tikrųjų 3, 9, 16, 24, 25 ir 32 klasių prekėms ir 41 ir 42 klasių paslaugoms įrodymus neatsižvelgė į ypatingą šio prekių ženklo, kaip „žiniasklaidos prekių ženklo“, reputaciją Sąjungoje, todėl, atsižvelgiant į Europos Sąjungos prekių ženklo vieningumo principą, taikant registracijos panaikinimo taisykles šiam prekių ženklui turi būti taikoma plati apsauga.

87 Ieškovės teigimu, tam tikrų 3, 9, 16, 24, 25, 32, 41 ir 42 klasių prekių ir paslaugų, su kuriomis susijusi visuomenė yra tapati reklamos, televizijos transliacijų ir pramogų paslaugų, kurioms ginčijamas prekių ženklas yra gerai žinomas, visuomenei, atveju gali būti pasinaudojama šio prekių ženklo patrauklumu. Kadangi tarp šių prekių ir pagrindinės ieškovės veiklos egzistuoja tiesioginis „materialus“ arba „mentalinis“ ryšys, net ir neakivaizdžiai panašaus žymens naudojimas tokioms prekėms ir paslaugoms klaidintų visuomenę dėl galimų komercinių sąsajų ir taip pakenktų prekių ženklo RTL vertei, taip pat skatintų vertės mažėjimą.

88 Ieškovė teigia, kad tokiomis aplinkybėmis pagal Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punktą nereikalaujama įrodyti naudojimo kiekvienai prekei ir paslaugai, kuriai įregistruotas reputaciją turintis prekių ženklas. Ji teigia, kad „toks naudojimas egzistuoja <…> prekėms, kurių atžvilgiu prekių ženklo savininkas gali įgyvendinti savo teises, susijusias su reputacijos apsauga“.

89 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija ieškovės argumentus.

90 Šiuo klausimu, pirma, reikia pažymėti, kad savo argumentuose ieškovė iš esmės teigia, jog principas, pagal kurį, siekiant išvengti registracijos panaikinimo, turi būti įrodytas Europos Sąjungos prekių ženklo naudojimas kiekvienai prekei ir paslaugai, kuriai jis įregistruotas, netaikomas, kai ginčijamas prekių ženklas turi reputaciją kitoms prekėms ar paslaugoms.

91 Vis dėlto tokie argumentai prieštarauja ne tik Reglamento 2017/1001 58 straipsnio 1 dalies a punkto formuluotei, bet ir šia nuostata siekiamam tikslui, nurodytam šio reglamento 24 konstatuojamojoje dalyje (žr. 28 punktą). Iš tiesų Reglamento 2017/1001 18 straipsnio 1 dalyje ir 58 straipsnio 1 dalies a punkte įtvirtindamas teisių į Europos Sąjungos prekių ženklą panaikinimo dėl nenaudojimo penkerius metus taisyklę, Sąjungos teisės aktų leidėjas ketino teisių, susijusių su Europos Sąjungos prekių ženklu, išsaugojimą susieti su sąlyga, kad prekių ženklas iš tikrųjų naudojamas (2016 m. gruodžio 21 d. Sprendimo *Länsförsäkringar*, C-654/15, EU:C:2016:998, 25 punktas).

92 Ši sąlyga paaiškinama remiantis pasvarstymu, kad būtų nepateisinama, jei nenaudojamu prekių ženklu būtų sudaryta konkurencijos kliūčių, ribojant žymenų, kuriuos kiti asmenys gali įregistruoti kaip prekių ženklus, pasirinkimą ir atimant iš konkurentų galimybę naudoti tokį arba panašų prekių ženklą pateikiant į vidaus rinką prekes arba paslaugas, kurios yra tapačios prekėms arba paslaugoms, saugomoms nagrinėjamu prekių ženklu, arba į jas panašios. Todėl Europos Sąjungos prekių ženklo nenaudojimas taip pat gali riboti laisvą prekių judėjimą ir laisvę teikti paslaugas (2012 m. gruodžio 19 d. Sprendimo *Leno Merken*, C-149/11, EU:C:2012:816, 32 punktas ir 2013 m. rugsėjo 26 d. Sprendimo *Centrotherm Systemtechnik / VRDT ir centrotherm Clean Solutions*, C-610/11 P, EU:C:2013:593, 54 punktas).

93 Reikalavimo, kad norint apsaugoti prekių ženklą pagal Sąjungos teisę jis turi būti iš tikrųjų naudojamas, *ratio legis* yra tai, kad EUIPO registracija negali būti prilyginta strateginiam statiškam pateikimui, kuriuo neaktyviam teisių turėtojui neribotam laikotarpiui suteikiamas teisinis monopolis. Atvirkščiai, minėtas registras turėtų tiksliai atspindėti nuorodas, kurias įmonės iš tikrųjų naudoja rinkoje, kad atskirtų savo prekes ir paslaugas ekonominiame gyvenime (žr. 2022 m. birželio 8 d. Sprendimo *Muschaweck / EUIPO – Conze (UM)*, T-293/21, EU:T:2022:345, 48 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

94 Be to, Sąjungos teismai jau yra nusprendę, kad nuostatomis, susijusiomis su išplėstine apsauga, kuri suteikiama ES prekių ženklui, turinčiam reputaciją ar žinomumą Sąjungoje, siekiama kitokio tikslo nei nuostatomis, pagal kurias reikalaujama įrodyti ES prekių ženklo naudojimą iš tikrųjų, dėl kurio prekių ženklo registracija gali būti panaikinta (šiuo klausimu žr. 2012 m. gruodžio 19 d. Sprendimo *Leno Merken*, C-149/11, EU:C:2012:816, 53 punktą ir 2015 m. rugsėjo 3 d. Sprendimo *Iron & Smith*, C-125/14, EU:C:2015:539, 21 punktą). Nors
Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 5 dalis yra susijusi su sąlygomis, reglamentuojančiomis platesnę apsaugą taip pat ne tik toms prekių ir paslaugų kategorijoms, kurioms buvo įregistruotas Europos Sąjungos prekių ženklas, sąvoka „naudojimas iš tikrųjų“ reiškia minimalią naudojimo sąlygą, kurią turi atitikti visi prekių ženklai, kad būtų saugomi. Vadinasi, nuostatos dėl ES prekių ženklo naudojimo iš tikrųjų reikalavimo ir, be kita ko, jurisprudencijoje įtvirtinti kriterijai, taikomi siekiant įrodyti tokį naudojimą iš tikrųjų, skiriasi nuo nuostatų ir kriterijų dėl tokio prekių ženklo reputacijos Sąjungoje. Taigi šių dviejų rūšių nuostatas reikia aiškinti autonomiškai (žr. 2017 m. spalio 4 d. Sprendimo *Intesa Sanpaolo / EUIPO – Intesia Group Holding (INTESA)*, T-143/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:687, 46 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

95 Taigi darant prielaidą, kad ginčijamas prekių ženklas turi reputaciją, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 5 dalį, žiniasklaidos sektoriuje, ši aplinkybė savaime neįrodo, kad jis iš tikrųjų naudojamas 3, 9, 16, 24, 25, 32, 41 ir 42 klasių prekėms ir paslaugoms, dėl kurių kilo ginčas.

96 Iš vieningo Europos Sąjungos prekių ženklo statuso negalima daryti jokios kitos išvados.

97 Iš tiesų pagal Reglamento 2017/1001 1 straipsnio 2 dalį, siejamą su šio reglamento 4 konstatuojamąja dalimi, vieningas Europos Sąjungos prekių ženklo statusas pasireiškia tik tuo, kad jam suteikiama vienoda apsauga ir jis turi vienodą galią visoje Sąjungos teritorijoje.

98 Be to, Deleguotojo reglamento 2018/625 7 konstatuojamąja dalimi, kuri, be kita ko, susijusi tik su procedūrinėmis taisyklėmis, siejamomis ir su registracijos panaikinimo procedūra, ieškovė negali veiksmingai remtis aiškindama Reglamento 2017/1001 materialines nuostatas.

99 Antra, ieškovė tvirtina, kad tariamai reputaciją turinčio ginčijamo prekių ženklo platesnė apsauga yra būtina tam, kad jį būtų galima naudoti pagal būsimas licencines sutartis dėl antrajame ir trečiajame pagrinduose nurodytų prekių ir paslaugų. Net darant prielaidą, kad šis argumentas turi būti laikomas atskiru nuo to, į kurį buvo atsakyta šio sprendimo 90–98 punktuose, reikia pažymėti, kad ieškovė nepateikė jokių įrodymų – kaip antai su trečiuoju asmeniu pasirašytos licencinės sutarties dėl ginčijamo prekių ženklo naudojimo nagrinėjamoms prekėms – galinčių patvirtinti, pirma, faktinį ginčijamo prekių ženklo naudojimą atsižvelgiant į tretiesiems asmenims atitinkamu laikotarpiu suteiktas licencijas naudoti prekių ženklą ir, antra, tokio naudojimo apimtį.

100 Be to, ieškovė daro nuorodą į administracinės bylos medžiagą, būtent į kelias užrašų knygelių, paplūdimio rankšluosčių, šliaužtinių kūdikiams ar alaus skardinių, pažymėtų ginčijamo prekių ženklo forma, nuotraukas, prie kurių pridėtos sąskaitos faktūros ir elektroniniai laiškai, siųsti RTL, kaip minėtas prekes gaminančių įmonių klientei ir jos pačios prašymu. Nesant kitų įrodymų, susijusių su šių prekių pardavimu tretiesiems asmenims, šios nuotraukos negali įrodyti nei faktinio ginčijamo prekių ženklo išorinio naudojimo siekiant sukurti verslo galimybes 16, 24, 25 ir 32 klasių prekėms, nei juo labiau tokio naudojimo svarbos (šiuo klausimu žr. 2016 m. liepos 7 d. Sprendimo *Fruit of the Loom / EUIPO – Takko (FRUIT)*, T-431/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:395, 55 punktą).

101 Taigi Apeliacinė taryba teisingai patvirtino ginčijamo prekių ženklo registracijos panaikinimą 3, 9, 16, 24, 25, 32, 41 ir 42 klasių prekėms ir paslaugoms.

102 Atsižvelgiant į pateiktus paaiškinimus reikia atmesti antrąjį ir trečiąjį pagrindus.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

103 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 ir 3 dalis iš pralaimėjusios šalies priteisiamos bylinėjimosi išlaidos, jei laimėjusi šalis to reikalavo. Jeigu kiekvienos šalies dalis reikalavimų patenkinama, o dalis atmetama, kiekviena šalis padengia savo bylinėjimosi išlaidas.

104 Kadangi šioje byloje visų šalių dalis reikalavimų buvo atmesta, kiekviena šalis turi padengti savo bylinėjimosi išlaidas.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (septintoji kolegija)

nusprendžia:

1. **Pakeisti 2023 m. rugsėjo 19 d. Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) antrosios apeliacinės tarybos sprendimą (byla R 86/2023-2) taip, kad prašymas panaikinti registraciją yra atmetamas visoms paslaugoms, priklausančioms peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos prekių ženklams registruoti 35 klasei, ir atitinkančioms šį aprašymą: „Reklamos, rinkodaros ir skatinimo paslaugos“.**

2. **Atmesti likusią ieškinio dalį.**

3. ***RTL Group Markenverwaltungs GmbH*, EUIPO ir *Marcella Örtl* padengia savo bylinėjimosi išlaidas**.

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Ricziová

Paskelbtas 2025 m. gegužės 7 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.