VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (septītā palāta)

2025. gada 7. maijā *

Eiropas Savienības preču zīme – Atcelšanas process – Eiropas Savienības grafiska preču zīme "RTL" – Preču zīmes faktiskas izmantošanas neesamība – Regulas (ES) 2017/1001 58. pants 1. punkta a) apakšpunkts – Faktu un pierādījumu sniegšana pirmo reizi apelācijas padomē – Regulas 2017/1001 95. panta 2. punkts – Deleģētās regulas (ES) 2018/625 27. panta 4. punkts – Tiesību ļaunprātīga izmantošana

Lietā T-1088/23

RTL Group Markenverwaltungs GmbH, Ķelne (Vācija), ko pārstāv *W. Prinz* un *I. Leroux*, advokāti,

prasītāja,

pret

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

atbildētājs,

otra procesa *EUIPO* Apelācijas padomē dalībniece, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā, –

Marcella Örtl, ar dzīvesvietu Zelbā [*Selb*] (Vācija), ko pārstāv *J. Pröll*, advokāts,

VISPĀRĒJĀ TIESA (septītā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētāja K. Kovalika-Baņčika [*K. Kowalik-Bańczyk*], tiesneši E. Butidžidžs [*E. Buttigieg*] (referents) un B. Ričiova [*B. Ricziová*],

sekretāre: R. Ūkelīte [*R. Ūkelytė*], administratore,

ņemot vērā tiesvedības rakstveida daļu,

pēc 2024. gada 24. oktobra tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – vācu.

Spriedums

1 Ar prasību, kas pamatota ar LESD 263. pantu, prasītāja *RTL Group Markenverwaltungs GmbH* lūdz atcelt vai grozīt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas otrās padomes 2023. gada 19. septembra lēmumu lietā R 86/2023-2 (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”).

Tiesvedības priekšvēsture

2 2016. gada 26. maijā prasītāja saskaņā ar grozīto Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 (2009. gada 26. februāris) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.) (aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.)) ieguva Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes reģistrāciju, un tā tika reģistrēta ar Nr. 14884911 un attēlota šādi:



3 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta preču zīme, ietilpst 3., 6., 8., 9., 12., 14., 16., 18., 20., 21., 24., 25., 28., 30., 32., 33., 35., 38., 41., 42., 43. un 45. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām.

4 2021. gada 7. jūnijā persona, kas iestājusies lietā, *Marcella Örtl*, pamatojoties uz Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktu, iesniedza pieteikumu par šīs preču zīmes atcelšanu, pamatojoties uz to, ka minētā preču zīme nav tikusi faktiski izmantota saistībā ar precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā reģistrēta, nepārtrauktā piecu gadu laikposmā.

5 2021. gada 27. augustā prasītāja iesniedza apsvērumus Anulēšanas nodaļā un iesniedza pierādījumus par apstrīdētās preču zīmes reputāciju un izmantošanu.

6 Ar 2022. gada 16. novembra lēmumu Anulēšanas nodaļa daļēji apmierināja pieteikumu par atcelšanu saistībā ar noteiktām precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem apstrīdētā preču zīme bija reģistrēta.

7 2023. gada 13. janvārī prasītāja iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību, lūdzot daļēji atcelt Anulēšanas nodaļas lēmumu, ciktāl ar to apstrīdētā preču zīme tika atcelta attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 3., 9., 16., 24., 25., 32., 35., 41., 42. un 45. klasē un atbilst šādam aprakstam:

– 3. klase: “Ziepes, parfimērijas izstrādājumi; ķermeņa un skaistumkopšanas līdzekļi”;

– 9. klase: “Audio un video ierakstīšanas ierīces; audio un video pārraidīšanas ierīces; audio un video atskaņošanas ierīces; video pēc pieprasījuma (VPP) ierīces; ierīces citiem pakalpojumiem pēc pieprasījuma; maksas televīzijas ierīces; interaktīvas televīzijas ierīces; televeikalu ierīces; filmēšanas ierīces; fotoaparāti; ar naudu darbinātu aparātu mehānismi, kas ietilpst 9. klasē;

vinila plates; optiskie diski (audio un video), visas iepriekš minētās preces ierakstītā un neierakstītā veidā”;

– 16. klase: “Iespieddarbi; grāmatas; laikraksti; žurnāli; papīrs, kartons; papīra lapas piezīmēm”;

– 24. klase: “Audumi, tostarp austi audumi, tekstilizstrādājumi un tekstilaudumu aizstājēji”;

– 25. klase: “Apģērbi”;

– 32. klase: “Alus un alusdarītavu produkti; minerālūdeņi; gāzētie ūdeņi; bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni; augļu sulas”;

– 35. klase: “Reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumi”;

– 41. klase: “Pakalpojumi saistībā ar talantu attīstīšanu, proti, talantu meklēšana trešām personām, organizējot seminārus, mācību kursus, konferences, apmācības un skates”;

– 42. klase: “Datubāžu programmatūras izstrāde (programmēšanas darbi) informācijas sniegšanai tīmeklī un citos audiovizuālajos plašsaziņas līdzekļos, kā arī mājaslapu un tīmekļa vietņu izveide tīmeklī un citos audiovizuālajos plašsaziņas līdzekļos; tehniskās konsultācijas, kas vērstas uz televīzijas un radio programmu un datubāžu, kā arī izpildījumu tīmeklī un citos audiovizuālajos plašsaziņas līdzekļos izstrādi, projektēšanu, producēšanu un raidīšanu”;

– 45. klase: “Tiešsaistes sociālās tīklošanas pakalpojumi; sociālo sanāksmju tiešsaistes pakalpojumi; laulību svinību organizēšana”.

8 Procesuālo rakstu, kurā izklāstīts apelācijas sūdzības pamatojums, *EUIPO* saņēma 2023. gada 15. martā. Persona, kas iestājusies lietā, piezīmes par šo procesuālo rakstu nav iesniegusi. 2023. gada 15. septembrī prasītāja iesniedza papildu apsvērumus.

9 Ar apstrīdēto lēmumu Apelācijas padome, pirmkārt, atzina pieteikumu par atcelšanu par pieņemamu un, otrkārt, daļēji atcēla Anulēšanas nodaļas lēmumu, ciktāl ar to apstrīdētā preču zīme tika atzīta par atceltu attiecībā uz 9. klasē ietilpstošajām “optiskie diski”, “reklāmu pārraidīšanai pa televīziju, radio un elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem”, kas ietilpst 35. klasē, un “tiešsaistes sociālās tīklošanas pakalpojumi; sociālo sanāksmju tiešsaistes pakalpojumi”, kas ietilpst 45. klasē, un pārējā daļā prasību noraidīja.

Lietas dalībnieku prasījumi

10 Ņemot vērā tiesas prasījumu precizēšanu tiesas sēdē, prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

– atcelt apstrīdēto lēmumu vai vajadzības gadījumā to grozīt tādējādi, ka pieteikums par apstrīdētās preču zīmes atcelšanu ir noraidīts attiecībā uz precēm, kas ietilpst 3. klasē, 9. klasē, izņemot “optiskos diskus (audio un video)”, kā arī 16., 24., 25. un 32. klasē, un visus pakalpojumus, kas ietilpst 35., 41. un 42. klasē, attiecībā uz kuriem šī preču zīme ir reģistrēta (skat. iepriekš šā sprieduma 7. punktu).

– piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

11 *EUIPO* prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

– noraidīt prasību;

– ja tiek organizēta tiesas sēde, piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

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

– noraidīt prasību;

– piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

13 Prasības pamatojumam prasītāja izvirza četrus pamatus. Ar pirmo, otro un trešo pamatu tiek apgalvots Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkta pārkāpums, jo Apelācijas padome esot pieļāvusi tiesību kļūdas un kļūdas vērtējumā, apstiprinot apstrīdētās preču zīmes atcelšanu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst dažādās klasēs, attiecībā uz kurām minētā preču zīme tikusi reģistrēta, un būtībā esot pārkāpts Regulas 2017/1001 95. panta 2. punkts, lasot to kopsakarā ar Komisijas Deleģētās regulas (ES) 2018/625 (2018. gada 5. marts), ar ko papildina Regulu 2017/1001 un atceļ Deleģēto regulu (ES) 2017/1430 (OV 2018, L 104, 1. lpp.), 27. panta 4. punktu. Ar ceturto pamatu būtībā tiek apgalvots Regulas 2017/1001 63. panta 1. punkta a) apakšpunkta pārkāpums, jo Apelācijas padome esot kļūdaini uzskatījusi, ka tiesību ļaunprātīgai izmantošanai, ko persona, kas iestājusies lietā, esot pieļāvusi pieteikumu par atcelšanu iesniegšanas dēļ, nav nozīmes saistībā ar šo pieteikumu izskatīšanu.

14 Vispārējā tiesa uzskata, ka ir lietderīgi vispirms izskatīt ceturto pamatu, pēc tam pirmo pamatu un visbeidzot kopīgi otro un trešo pamatu.

Ievada apsvērumi

15 Atbilstoši Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktam Eiropas Savienības preču zīmes īpašnieka tiesības atzīst par atceltām, ja *EUIPO* iesniegts attiecīgs pieteikums, ja nepārtrauktā piecu gadu ilgā laikā preču zīme Eiropas Savienībā saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, nav faktiski izmantota un nav pamatota iemesla tās neizmantošanai.

16 Preču zīme ir “faktiski izmantota”, ja tā izmantota atbilstoši savai pamata funkcijai garantēt to preču vai pakalpojumu izcelsmes identitāti, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, lai radītu vai saglabātu šo preču un pakalpojumu noietu, izslēdzot simboliska rakstura izmantošanu, kuras vienīgais mērķis ir saglabāt ar preču zīmi piešķirtās tiesības (skat. spriedumu, 2019. gada 3. jūlijs, *Viridis Pharmaceutical*/Komisija, C-668/17 P, EU:C:2019:557, 38. punkts un tajā minētā judikatūra).

17 Turklāt no Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkta un 58. panta 2. punkta kopīgas interpretācijas izriet, ka faktiskas izmantošanas pierādījumiem principā ir jāattiecas uz visām precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta apstrīdētā preču zīme. Ja faktiskas izmantošanas pierādījumi ir iesniegti tikai attiecībā uz daļu no precēm vai pakalpojumiem,

attiecībā uz kuriem apstrīdētā preču zīme ir reģistrēta, un ja ir izpildīti pārējie Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktā paredzētie nosacījumi, tās īpašnieka tiesības var tikt atzītas par atceltām attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tas nav sniedzis faktiskas izmantošanas pierādījumus, vai pat vispār nav sniedzis nekādus izmantošanas pierādījumus (spriedums, 2016. gada 18. oktobris, *August Storck/EUIPO – Chiquita Brands* (“Fruitfuls”), T-367/14, nav publicēts, EU:T:2016:615, 21. punkts).

18 Ja preču zīme ir reģistrēta attiecībā uz preču vai pakalpojumu kategoriju, kas ir pietiekami plaša, lai tās ietvaros varētu nošķirt vairākas apakškategorijas, ko varētu aplūkot atsevišķi, preču zīmes faktiskās izmantošanas pierādījums attiecībā uz daļu no šīm precēm vai pakalpojumiem nodrošina aizsardzību tikai vienai vai vairākām tām apakškategorijām, kurās ietilpst preces vai pakalpojumi, attiecībā uz kuriem preču zīme tikusi faktiski izmantota (spriedumi, 2005. gada 14. jūlijs, *Reckitt Benckiser (España)*/ITSB – *Aladin* (“ALADIN”), T-126/03, EU:T:2005:288, 45. punkts, un 2007. gada 13. februāris, *Mundipharma*/ITSB – *Altana Pharma* (“RESPICUR”), T-256/04, EU:T:2007:46, 23. punkts).

19 Preču zīmes faktiskās izmantošanas rakstura vērtējums ir jābalsta kopumā uz visiem faktiem un apstākļiem, kas ir atbilstoši, lai noskaidrotu tās patieso komerciālo izmantošanu, jo īpaši izmantošanu, ko attiecīgajā ekonomiskajā sektorā uzskata par pamatotu, lai uzturētu vai radītu tirgus daļas ar preču zīmi aizsargātajām precēm vai pakalpojumiem, šo preču vai pakalpojumu raksturu, tirgus raksturojumu un preču zīmes izmantošanas apjomu un biežumu (spriedums, 2004. gada 8. jūlijs, *Sunrider*/ITSB – *Espadafor Caba* (“VITAFRUIT”), T-203/02, EU:T:2004:225, 40. punkts; pēc analoģijas skat. arī spriedumu, 2003. gada 11. marts, *Ansul*, C-40/01, EU:C:2003:145, 43. punkts).

20 Turklāt preču zīmes faktisku izmantošanu nevar pierādīt ar varbūtībām vai pieņēmumiem, bet ir jābalstās uz konkrētiem un objektīviem elementiem, kas pierāda preču zīmes patiesu un pietiekamu izmantošanu attiecīgajā tirgū (spriedumi, 2002. gada 12. decembris, *Kabushiki Kaisha Fernandes*/ITSB – *Harrison* (“HIWATT”), T-39/01, EU:T:2002:316, 47. punkts, un 2004. gada 6. oktobris, *Vitakraft-Werke Wührmann*/ITSB – *Krafft* (“VITAKRAFT”), T-356/02, EU:T:2004:292, 28. punkts).

21 Ņemot vērā šos principus, ir jāpārbauda, vai Apelācijas padome, apstrīdētās preču zīmes daļēju atcelšanu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 3., 9., 16., 24., 25., 32., 35., 41. un 42. klasē, ir apstiprinājusi, nepieļaujot tiesību kļūdas vai kļūdas vērtējumā.

22 Šajā lietā gan Anulēšanas nodaļa, gan Apelācijas padome laikposmu no 2016. gada 7. jūnija līdz 2021. gada 6. jūnijam ir uzskatījušas par piecu gadu laikposmu, attiecībā uz kuru prasītājai bija jāpierāda apstrīdētās preču zīmes faktiska izmantošana, ko tā neapstrīd.

Par ceturto pamatu, ar kuru tiek apgalvota tiesību ļaunprātīga izmantošana

23 Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 18. un 19. punktā uzskatīja, ka Regulas 2017/1001 63. panta 1. punkta a) apakšpunktā pieteikuma par atcelšanu iesniedzējam nav prasīts pierādīt interesi celt prasību. Tādējādi tā norādīja, ka šādai interesei celt prasību vai ekonomiskai interesei nav nozīmes, izvērtējot pieteikuma par atcelšanu pieņemamību. Turklāt apstrīdētā lēmuma 20. un 21. punktā Apelācijas padome norādīja, ka neviena norāde neļauj secināt, ka persona, kas iestājusies lietā, būtu iesniegusi pieteikumu par atcelšanu tādā veidā, kas būtu uzskatāms par tiesību ļaunprātīgu izmantošanu.

24 Prasītāja apstrīd šo Apelācijas padomes secinājumu un, pamatojoties uz judikatūru un *EUIPO* Paplašinātās apelācijas padomes lēmumu, apgalvo, ka noteiktos apstākļos pieteikuma par atcelšanu ļaunprātīgais raksturs var izraisīt šī pieteikuma nepieņemamību. Prasītāja apstrīd arī Apelācijas padomes secinājumu, saskaņā ar kuru neesot norāžu, kas ļautu secināt, ka pieteikums par atcelšanu ir iesniegts ļaunprātīgi.

25 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.

26 Šajā ziņā jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas 2017/1001 63. panta 1. punkta a) apakšpunktu pieteikumu par Eiropas Savienības preču zīmes atcelšanu šīs regulas 58. un 59. pantā noteiktajos gadījumos *EUIPO* var iesniegt jebkura fiziska vai juridiska persona un jebkura grupa, kas izveidota, lai pārstāvētu izgatavotājus, ražotājus, pakalpojumu sniedzējus, tirgotājus vai patērētājus, un kuriem atbilstoši tiesību aktiem, kuri reglamentē šādas personas, ir procesuālā rīcībspēja.

27 Saskaņā ar judikatūru, lai gan relatīvi reģistrācijas atteikuma pamati aizsargā noteiktu agrāku tiesību īpašnieku intereses, absolūtu reģistrācijas atteikuma pamatu un atcelšanas pamatu mērķis ir aizsargāt vispārējās intereses, kas ir to pamatā, un tas izskaidro, kāpēc Regulas 2017/1001 63. panta 1. punkta a) apakšpunktā nav prasīts, lai pieteikuma iesniedzējs pierādītu interesi celt prasību (skat. spriedumu, 2017. gada 16. novembris, *Carrera Brands/EUIPO – Autec* (“Carrera”), T-419/16, nav publicēts, EU:T:2017:812, 33. punkts un tajā minētā judikatūra).

28 Šo analīzi apstiprina Regulas 2017/1001 24. apsvērums, kurā Eiropas Savienības preču zīmju aizsardzība ir paredzēta tikai tiktāl, cik tās tiek faktiski izmantotas. Proti, ņemot vērā šādu apsvērumu, šķiet, ka Regulas 2017/1001 63. panta 1. punkta a) apakšpunkta mērķis ir sniegt iespēju apstrīdēt Eiropas Savienības preču zīmi, kas nav faktiski izmantota, visplašākajam personu lokam noteiktā laikposmā, neprasot, lai tās pierādītu interesi celt prasību (skat. spriedumu, 2017. gada 16. novembris, *Carrera*, T-419/16, nav publicēts, EU:T:2017:812, 34. punkts un tajā minētā judikatūra).

29 Ciktāl saskaņā ar Regulas 2017/1001 63. panta 1. punkta a) apakšpunktu pieteikumu par atcelšanu var iesniegt “jebkura fiziska vai juridiska persona”, pamatojoties uz preču zīmes neizmantošanu vai nepietiekamu izmantošanu, jautājumam par iespējamu tiesību ļaunprātīgu izmantošanu nav nozīmes, lai analizētu saskaņā ar šo tiesību normu iesniegta pieteikuma par atcelšanu pieņemamību (skat. spriedumu, 2022. gada 7. septembris, *Peace United/EUIPO – 1906 Collins* (“MY BOYFRIEND IS OUT OF TOWN”), T-699/21, nav publicēts, EU:T:2022:528, 24. punkts un tajā minētā judikatūra; šajā nozīmē skat. arī rīkojumu, 2021. gada 19. janvāris, *Leinfelder Uhren München/EUIPO*, C-401/20 P, nav publicēts, EU:C:2021:31, 21. punkts).

30 Turklāt Regulas 2017/1001 63. panta 1. punkta a) apakšpunktā nav izvirzīts nosacījums par to, ka pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu pieņemamība vai pamatotība ir atkarīga no pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniedzēja labticības. Atcelšana preču zīmes neizmantošanas dēļ paredzētajā piecu gadu laikposmā ir tiesiskās sekas, kas noteiktas Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktā un šīs regulas 64. panta 2. punktā, un tās īpašnieks neiegūst tiesības saglabāt tās reģistrāciju tādēļ, ka pieteikuma par atcelšanu iesniedzējs turklāt veic negodīgas konkurences darbības (šajā nozīmē un pēc analoģijas skat. rīkojumu, 2020. gada 2. septembris, *DTE Systems/EUIPO – Speed-Buster* (“PedalBox +”), T-801/19, nav publicēts, EU:T:2020:383, 38. punkts un tajā minētā judikatūra).

31 Protams, kā norāda prasītāja, no judikatūras izriet, ka indivīdi nevar krāpnieciski vai ļaunprātīgi atsaukties uz Savienības tiesību normām (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2016. gada 28. jūlijs, *Kratzer*, C-423/15, EU:C:2016:604, 37. punkts).

32 Prasītāja uzskata, ka, piemērojot šajā judikatūrā iedibināto principu, pieteikuma par atcelšanu iesniegšana ārkārtas un specifiskos apstākļos, kādi ir lietas, kurā pieņemts Paplašinātās apelācijas padomes 2020. gada 1. februāra lēmums (lieta R 2445/2017-G, turpmāk tekstā – “lieta *Sandra Pabst*”), pamatā, var būt ļaunprātīga prakse vai tā iekļaujas šādā praksē.

33 Tomēr, kā Apelācijas padome būtībā pamatoti norādījusi apstrīdētā lēmuma 21. punktā, šīs lietas fakti nav līdzīgi faktiem lietā *Sandra Pabst*, jo tai bija raksturīgi ārkārtas apstākļi, kuru nav šajā lietā. Proti, pirmkārt, lieta *Sandra Pabst* attiecās uz mākslīgi izveidotu sabiedrību, kuras vienīgais mērķis bija iesniegt vairākus pieteikumus par atcelšanu, bet šajā lietā personas, kas iestājusies lietā, gadījumā tas tā nav. Otrkārt, tā attiecās uz to, ka viena sabiedrība gandrīz vienlaikus iesniedza 37 pieteikumus par atcelšanu attiecībā uz vienu un to pašu lietas dalībnieku, kā arī vairākus pieteikumus par atcelšanu *EUIPO* (850 pieteikumi par divu gadu laikposmu), savukārt šajā lietā prasītāja atsaucas tikai uz diviem pieteikumiem par atcelšanu, kas iesniegti *EUIPO* attiecībā uz tās preču zīmēm.

34 Treškārt, Paplašinātā apelācijas padome lietā *Sandra Pabst* norādīja, ka daži no daudzajiem attiecīgajiem pieteikumiem par atcelšanu bija lemti neveiksmei un tika izmantoti vienīgi ar mērķi izdarīt spiedienu vai kā “pretpasākums”, atbildot uz neveiksmīgo sarunu neveikšanu, kuras mērķis bija panākt, lai pieteikuma par atcelšanu iesniedzējs iegūtu attiecīgās preču zīmes un tātad lai iegūtu nepamatotu priekšrocību, piespiežot šo preču zīmju īpašnieku noslēgt vienošanos par to cesiju. Prasītāja nav pierādījusi, ka šajā lietā šādi apstākļi pastāvēja. Proti, tas, ka persona, kas iestājusies lietā, zināja par apstrīdētās preču zīmes izmantošanu plašsaziņas līdzekļu nozarē, uz ko atsaucas prasītāja, tās reputācijas dēļ, pats par sevi neļauj pierādīt, ka pieteikums par šīs preču zīmes atcelšanu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuriem nav acīmredzamas saiknes ar plašsaziņas līdzekļu nozari, bija lemts neveiksmei un tātad kalpoja vienīgi, lai tai uzliktu nepamatotu slogu vai tai radītu jebkādu spiedienu. Gluži pretēji, tas, ka personai, kas iestājusies lietā, ir nodoms izmantot preču zīmi, kura var radīt sajaukšanu līdzības ar apstrīdēto preču zīmi dēļ, kas izriet no strīda par prasītājas iebildumiem pret personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes reģistrāciju, kuru *Deutsche Patent- und Markenamt* (Patentu un preču zīmju birojs, Vācija) iesniegusi persona, kas iestājusies lietā, pierāda pēdējās minētās faktisko interesi, lai preču zīmju reģistrs tiktu “atjaunināts” attiecībā uz prasītājai saistībā ar apstrīdēto preču zīmi piederošā monopola apjomu, un tas ir atbilstoši Regulas 2017/1001 24. apsvērumam, saskaņā ar kuru ir pamatoti aizsargāt Eiropas Savienības preču zīmes tikai tiktāl, cik tās faktiski tiek izmantotas.

35 Ņemot vērā iepriekš minēto, Apelācijas padome nav pieļāvusi tiesību kļūdu vai kļūdu vērtējumā, noraidot prasītājas apgalvojumu par pieteikuma par atcelšanu nepieņemamību šī pieteikuma apgalvotā ļaunprātīgā rakstura dēļ. Līdz ar to ceturtais pamats ir jānoraida kā nepamatots.

Par pirmo pamatu, ar kuru tiek apgalvots Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkta pārkāpums saistībā ar apstrīdētās preču zīmes atcelšanu attiecībā uz citiem reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumiem, kas nav “reklāma

pārraidīšanai pa televīziju, radio un elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem”, kas ietilpst 35. klasē, un šīs regulas 95. panta 2. punkta pārkāpums

36 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome ir pārkāpusi Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktu, secinot, ka tā nav pierādījusi apstrīdētās preču zīmes faktisku izmantošanu attiecībā uz citiem reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumiem, kas nav “reklāma pārraidīšanai pa televīziju, radio un elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem”, kas ietilpst 35. klasē.

37 Šajā ziņā prasītāja apstrīd arī Apelācijas padomes atteikumu ņemt vērā apsvērumus un pierādījumus, ko tā šai padomei bija iesniegusi 2023. gada 15. septembrī (skat. iepriekš šā sprieduma 8. punktu). Tiesas sēdē prasītāja apstiprināja, ka šie argumenti, kā to interpretējis *EUIPO*, ir jāsaprot kā tādi, ar kuriem tiek apgalvots, ka Apelācijas padome ir pārkāpusi Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu, kas precizēts Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punktā.

38 Vispirms ir jāpārbauda, cik pamatots ir Apelācijas padomes secinājums, kura mērķis ir izslēgt no pārbaudes prasītājas 2023. gada 15. septembrī iesniegtos apsvērumus un pierādījumus.

Par atteikumu ņemt vērā apsvērumus un pierādījumus, ko prasītāja iesniegusi 2023. gada 15. septembrī

39 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome esot pieļāvusi procesuālu kļūdu, neņemot vērā tās 2023. gada 15. septembrī iesniegtos apsvērumus un pierādījumus, ar kuriem tā papildināja pierādījumus, kas jau bija iesniegti Anulēšanas nodaļā un apelācijas sūdzības pamatojuma izklāstā. It īpaši Apelācijas padome šajā ziņā neesot īstenojusi savu rīcības brīvību.

40 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentus un norāda, ka Apelācijas padomes iespēja ņemt vērā faktus un pierādījumus, kas pirmo reizi iesniegti šajā padomē Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punkta izpratnē, noteikti attiecas tikai uz tiem dokumentiem, kas iesniegti tostarp saskaņā ar šīs pašas regulas 22., 24. un 26. pantu. Ņemot vērā, ka prasītāja attiecīgos apsvērumus un pierādījumus ir iesniegusi ārpus apelācijas sūdzības pamatojuma izklāsta vai eventuālā replikas raksta, Apelācijas padomei nebija pienākuma pārbaudīt to pieņemamību saskaņā ar attiecīgajiem Regulas 2017/1001 95. panta 2. punkta un Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punkta noteikumiem.

41 Persona, kas iestājusies lietā, apgalvo: tā kā 2023. gada 15. septembra apsvērumi tika iesniegti ārpus apsvērumu sniegšanai noteiktajiem procesuālajiem termiņiem, Apelācijas padome tos savā lēmumā pamatoti nav ņēmusi vērā.

42 Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 13. punktā nolēma, ka prasītājas 2023. gada 15. septembra rakstveida paziņojums nav jāņem vērā, un šo secinājumu pamatoja ar atsauci uz Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu, šīs pašas regulas 68. panta 1. punkta ceturto teikumu un Deleģētās regulas 2018/625 26. pantu.

43 No šī pamatojuma būtībā izriet, kā *EUIPO* to apstiprināja tiesas sēdē, atbildot uz Vispārējās tiesas jautājumu, ka Apelācijas padome ir uzskatījusi – tā kā 2023. gada 15. septembra procesuālais raksts nav iesniegts laikus (skat. Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu), proti, četru mēnešu laikā no Anulēšanas nodaļas lēmuma paziņošanas dienas (skat. Regulas 2017/1001 68. panta

1. punkta ceturto teikumu) vai, pēc pamatota lūguma, replikas rakstā, atbildot otram procesa Apelācijas padomē dalībniekam (skat. Deleģētās regulas 2018/625 26. pantu), minētais procesuālais raksts bija jāizslēdz no tās veiktās pārbaudes.

44 Šajā ziņā jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu *EUIPO* var neņemt vērā pierādījumus, ko attiecīgās puses nav iesniegušas laikus.

45 No šīs tiesību normas formulējuma izriet, ka parasti, ja kādā normā nav paredzēts citādi, lietas dalībnieki var iesniegt faktus un pierādījumus arī pēc tam, kad beigušies saskaņā ar Regulas 2017/1001 normām šādai iesniegšanai noteiktie termiņi, un ka *EUIPO* nekādā ziņā nav aizliegts ņemt vērā tādējādi novēloti norādītos vai iesniegtos faktus un pierādījumus (skat. spriedumu, 2013. gada 26. septembris, *Centrotherm Systhemtechnik*/ITSB un *centrotherm Clean Solutions*, C-610/11 P, EU:C:2013:593, 77. punkts un tajā minētā judikatūra).

46 Precizējot, ka šādā gadījumā *EUIPO* “var” nolemt neņemt vērā šādus faktus un pierādījumus, ar Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu tam ir piešķirta plaša rīcības brīvība, lai izlemtu, vai tie ir vai nav jāņem vērā, vienmēr pamatojot savu lēmumu šajā jautājumā (skat. spriedumu, 2013. gada 26. septembris, *Centrotherm Systemtechnik*/ITSB un *centrotherm Clean Solutions*, C-610/11 P, EU:C:2013:593, 78. punkts un tajā minētā judikatūra; spriedums, 2018. gada 24. janvāris, *EUIPO*/*European Food*, C-634/16 P, EU:C:2018:30, 56. punkts.

47 Attiecīgi tas, ka minētie papildu pierādījumi eventuāli tiek ņemti vērā, nekādi neveido vienai vai otrai pusei piešķirtu “priekšrocību”, bet atspoguļo ar Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu *EUIPO* piešķirtās rīcības brīvības objektīvu un pamatotu izmantošanu (skat. spriedumu, 2018. gada 24. janvāris, *EUIPO*/*European Food*, C-634/16 P, EU:C:2018:30, 58. punkts un tajā minētā judikatūra).

48 Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktā paredzētās *EUIPO* rīcības brīvības īstenošana ir reglamentēta Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punktā, kura mērķis saskaņā ar šīs deleģētās regulas 8. apsvērumu ir precīzi noteikt *EUIPO* apelācijas padomju rīcības brīvības robežas attiecībā uz novēloti iesniegtu pierādījumu pārbaudi.

49 Saskaņā ar judikatūru Vispārējai tiesai ir jāvērtē, vai Apelācijas padome ir efektīvi izmantojusi tai piešķirto plašo rīcības brīvību, lai pamatoti un pienācīgi, ievērojot visus nozīmīgos apstākļus, izlemtu, vai ņemt vai neņemt vērā faktus vai pierādījumus, kuri tai iesniegti pirmo reizi, un pieņemtu lēmumu, kas tai bija jāpieņem (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2022. gada 30. novembris, *ADS L. Kowalik, B. Włodarczyk*/*EUIPO – ESSAtech* (Bezvadu tālvadības pults piederums), T-611/21, EU:T:2022:739, 36. punkts un tajā minētā judikatūra).

50 Šajā lietā jānorāda, kā to atzīst prasītāja, ka tās 2023. gada 15. septembra apsvērumi un ar tiem saistītie pierādījumi netika iesniegti ne Anulēšanas nodaļā, ne termiņā, kas noteikts apelācijas sūdzības pamatojuma izklāsta raksta iesniegšanai. Prasītāja arī nevarēja lūgt atļauju iesniegt eventuālo replikas rakstu saskaņā ar Deleģētās regulas 2018/625 26. pantu, jo otra lietas dalībniece nebija atbildējusi uz pamatojuma izklāsta rakstu.

51 Tomēr saskaņā ar šī sprieduma 44.–47. punktā atgādināto judikatūru, tā kā fakti un pierādījumi netika izvirzīti un iesniegti prasītājai nedz šim nolūkam saskaņā ar Regulas 2017/1001 normām noteiktajos termiņos, nedz tātad arī laikus, minētās regulas 95. panta 2. punkta izpratnē,

Apelācijas padomei bija jāīsteno sava rīcības brīvība, kas noteikta Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punktā, lai izlemtu, vai ir vai nav jāņem vērā šie elementi, lai pieņemtu lēmumu, kas tai bija jāpieņem.

52 Šāda objektīva un pamatota rīcības brīvības izmantošana saskaņā ar Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu, lasot to kopsakarā ar Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punktu, šī sprieduma 47. punktā atgādinātās judikatūras izpratnē, šajā lietā nav acīmredzama, jo Apelācijas padome ir noraidījusi faktus un pierādījumus, kurus prasītāja bija iesniegusi 2023. gada 15. septembrī, tikai tādēļ, ka tie nebija iesniegti kopā ar kādu no Deleģētās regulas 2018/625 22., 24. un 26. punktā minētajiem procesuālajiem rakstiem, nepārbaudot, vai Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punktā paredzētie nosacījumi, saskaņā ar kuriem šādi fakti un pierādījumi, kas pirmo reizi tajā iesniegti, var tikt pieņemti, šajā lietā ir izpildīti.

53 Pretēji tam, kas izriet no šī apstrīdētā lēmuma pamatojuma un ko apgalvo *EUIPO*, apsvērumu un pierādījumu, kas pirmo reizi iesniegti Apelācijas padomē, pieņemamības pārbaude nevar tikt ierobežota ar faktiem un pierādījumiem, kas iesniegti kopā ar Deleģētās regulas 2018/625 22., 24. un 26. pantā minētajiem procesuālajiem rakstiem.

54 Šāds ierobežojums neizriet ne no Regulas 2017/1001 95. panta 2. punkta, ne no Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punkta. Pēdējā minētajā tiesību normā, kurā ir noteikta Apelācijas padomes rīcības brīvība attiecībā uz iespēju noraidīt faktus un pierādījumus, kas pirmo reizi iesniegti šajā padomē, šajā ziņā ir paredzēti divi nosacījumi, proti, pirmkārt, to pirmšķietamā atbilstība un, otrkārt, pamatotu savlaicīgas neiesniegšanas iemeslu iesniegšana. Atbildot uz Vispārējās tiesas mutvārdu jautājumu, *EUIPO* nevarēja norādīt nevienu citu tiesību normu, kas varētu būt “pretējs noteikums” iepriekš 45. punktā atgādinātās judikatūras izpratnē, kas ļautu Apelācijas padomei faktiski neīstenot savu rīcības brīvību un noraidīt faktus un pierādījumus, kas pirmo reizi iesniegti šajā padomē, tikai tādēļ, ka tie ir iesniegti ārpus Deleģētajā regulā 2018/625 paredzētajiem procesuālajiem rakstiem.

55 No tā ir jāsecina, ka Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu, no savas pārbaudes izslēdzot prasītājas 2023. gada 15. septembrī iesniegtos apsvērumus un pierādījumus, neīstenojot rīcības brīvību, kas tai ir piešķirta ar Regulas 2017/1001 95. panta 2. punktu, ņemot vērā Deleģētās regulas 2018/625 27. panta 4. punktā paredzētos nosacījumus.

Par apstrīdētās preču zīmes faktiskās izmantošanas vērtējumu attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 35. klasē

56 Apstrīdētā lēmuma 33.–39. punktā Apelācijas padome uzskatīja, ka prasītājas iesniegtie pierādījumi pierāda apstrīdētās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz 35. klasē ietilpstošo reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumu apakškategoriju, attiecībā uz kuriem šī preču zīme ir reģistrēta, proti, attiecībā uz “reklāmu pārraidīšanu pa televīziju, radio un elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem”. Līdz ar to tā atcēla Anulēšanas nodaļas lēmumu, ciktāl ar to tika pasludināta apstrīdētās preču zīmes atcelšana attiecībā uz šiem pakalpojumiem, un attiecībā uz tiem tika noraidīts pieteikums par atcelšanu.

57 Turpretim Apelācijas padome norādīja, ka apstrīdētās preču zīmes izmantošana nav pierādīta attiecībā uz citām reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumu apakškategorijām, kas ietilpst 35. klasē. Tā norādīja, pirmkārt, ka reklāmas pakalpojumi netiek sniegti trešam klientam (apstrīdētā lēmuma 41. punkts) un, otrkārt, ka apstrīdētās preču zīmes izmantošana uz trešo personu reklāmas plakātiem norāda, ka uz šiem plakātiem attēlotais

raidījums var tikt skatīts tās grupas televīzijas kanālā, pie kuras pieder prasītāja, bet nenorāda, ka šī preču zīme tiktu izmantota reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumu sniegšanai (apstrīdētā lēmuma 42. punkts).

58 Prasītāja apgalvo ka Apelācijas padome ir pārkāpusi Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktu, un secina, ka tā nav pierādījusi apstrīdētās preču zīmes faktisku izmantošanu attiecībā uz citiem reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumiem, kas nav “reklāmas pārraidīšanai pa televīziju, radio un elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem”, kas ietilpst 35. klasē. It īpaši atsaucoties uz *Ad Alliance* (iepriekš – *IP Deutschland*) – sabiedrības, kas darbojas kā “mārketinga sabiedrība” un kā grupas, kurai tā pieder, reklāmas pārvalde, – darbību, prasītāja apgalvo, ka reklāmdevējiem sniegtie pakalpojumi saistībā ar televīzijas reklāmu ietver reklāmas stratēģiju izstrādi un reklāmas radīšanu to pārraidīšanai kādā no minētās grupas televīzijas kanāliem.

59 Prasītāja apgalvo, ka, neņemot vērā reklāmas pakalpojumu, it īpaši televīzijas reklāmas pakalpojumu, īpatnības, kas saistītas ar tādu reklāmas aģentūru kā *Ad Alliance* iesaistīšanos, un uzskatot, ka reklāmas pakalpojumus sniedz vienīgi reklāmas aģentūras, Apelācijas padome nav ņēmusi vērā televīzijas reklāmas tirgus darbību.

60 *EUIPO* norāda, ka pierādījumi, uz kuriem atsaucas prasītāja, attiecas uz apstrīdētās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz “televīzijas programmu pārraides un apraides” pakalpojumiem, kas ietilpst 38. klasē, un “reklāmu pārraidīšanu pa televīziju, radio un elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem”, kas ietilpst 35. klasē. Katrā ziņā šie pierādījumi, it īpaši dokumenti, kuros ir atsauce uz *Ad Alliance* un *IP Deutschland*, nepierādot, ka reklāmas pakalpojumi tikuši sniegti trešām personām.

61 Persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka prasītāja nesniedz reklāmas pakalpojumus, bet tikai dara pieejamus savus televīzijas un radio kanālus, ar kuru starpniecību reklāmdevēji izplata savas reklāmas, uz ko attiecas pakalpojumi, kas ietilpst 38. klasē. Reklāmas pakalpojumi esot reklāmas klipu veidošana, reklāmas stratēģiju izstrāde un reklāmas laukuma vai laika nodrošināšana. Taču šos pakalpojumus, kas attiecas uz reklāmas aģentūru klasisko darbību, prasītāja neesot sniegusi. Iesniegtie pierādījumi attiecoties labākajā gadījumā uz reklāmu, kas īstenota pašas interesēs, proti, lai piesaistītu klientus reklāmas izplatīšanas pakalpojumiem, ko sniedz prasītāja.

62 Šajā ziņā vispirms ir jāatgādina, pirmkārt, kā to būtībā ir darījusi Anulēšanas nodaļa sava lēmuma 34. lappusē un Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 31. punktā, ka attiecīgās preču zīmes izmantošana, ko veic ar šīs preču zīmes īpašnieku ekonomiski saistīta sabiedrība, tiek prezumēta kā minētās preču zīmes izmantošana ar tās īpašnieka piekrišanu un tātad ir jāuzskata par tādu, ko veicis pats īpašnieks saskaņā ar Regulas 2017/1001 18. panta 2. punktu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2015. gada 30. janvāris, *Now Wireless*/ITSB – *Starbucks (HK)* (“now”), T-278/13, nav publicēts, EU:T:2015:57, 38. punkts).

63 Līdz ar to izskatāmajā lietā apstrīdētās preču zīmes izmantošana, ko veic tādas prasītājas grupas sabiedrības kā *Ad Alliance*, ir jāuzskata par tādu, kas ir veikta ar prasītājas piekrišanu, un tātad par tādu, ko tā ir veikusi. Tātad pierādījumi par iespējamo apstrīdētās preču zīmes izmantošanu, ko veikušas šīs sabiedrības, ir jāņem vērā, lai novērtētu šīs preču zīmes faktisko izmantošanu.

64 Otrkārt, saskaņā ar judikatūru “reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumi”, kas ietilpst 35. klasē, būtībā attiecas uz specializētu konsultāciju un atbalsta darbību uzņēmumiem, kuri vēlas reklamēt un attīstīt savas preces vai pakalpojumus. Tādējādi tie ietver

pakalpojumus, kuru mērķis ir atbalstīt trešos uzņēmumus un palīdzēt tiem uzlabot savu darbību, palielinot to pamanāmību vai gūstot labākus ienākumus (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2016. gada 2. jūnijs, *Staywell Hospitality Group/EUIPO – Sheraton International IP* (“PARK REGIS”) un *Sheraton International IP/EUIPO – Staywell Hospitality Group* (“PARK REGIS”), T-510/14 un T-536/14, nav publicēts, EU:T:2016:333, 54. punkts, un 2024. gada 31. janvāris, *ECE Group/EUIPO – ECE Piknik Ürünleri Plastik ve Kömür Üretim Ithalat Ihracat* (“ECE QUALITY OF LIFE”), T-581/22, nav publicēts, EU:T:2024:47, 45. punkts).

65 Lai pierādītu pakalpojuma izmantošanu, tas ir jāpiedāvā trešām personām, un tas parasti ir saistīts ar ekonomisku pretizpildījumu (šajā nozīmē un pēc analoģijas skat. spriedumus, 2016. gada 30. septembris, *Alpex Pharma/EUIPO – Astex Pharmaceuticals* (“ASTEX”), T-355/15, nav publicēts, EU:T:2016:591, 37. un 38. punkts, un 2022. gada 7. decembris, *Borussia VfL 1900 Mönchengladbach/EUIPO – Neng* (“Fohlenelf”), T-747/21, nav publicēts, EU:T:2022:773, 90. punkts).

66 Līdz ar to ir jāpārbauda, vai pierādījumi, ko prasītāja iesniegusi administratīvā procesa laikā un kas tostarp attiecas uz tās grupas sabiedrību darbību, pie kuras tā pieder, tostarp *Ad Alliance*, ļauj pierādīt, kā tā to apgalvo, apstrīdētās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz 35. klasē ietilpstošajiem reklāmas, reklāmas un mārketinga pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, kas nav reklāmu izplatīšanas pakalpojumi.

67 Šajā ziņā prasītāja apgalvo, ka reklāmas pakalpojumi, kurus tostarp sniedz *Ad Alliance*, izmantojot apstrīdēto preču zīmi, ir konsultāciju, komunikācijas, reklāmas radīšanas un īstenošanas pakalpojumi.

68 Atsaucoties uz argumentiem un pierādījumiem, kas iesniegti tostarp ar 2021. gada 27. augusta (skat. iepriekš šā sprieduma 5. punktu) un 2023. gada 15. marta procesuālajiem rakstiem (skat. iepriekš šā sprieduma 8. punktu), kas iesniegti administratīvā procesa laikā, prasītāja norāda, ka *Ad Alliance* kā reklāmas, pārdošanas veicināšanas un pārdošanas mārketinga pakalpojumus, kas ietilpst 35. klasē, sniedz pakalpojumus, kas saistīti ar reklāmas atbalsta vai reklāmas kampaņas rentabilitāti, konsultāciju pakalpojumus, lai identificētu televīzijas raidījumus, ar kuriem var tikt saistītas reklāmas, kā arī pakalpojumus, kas saistīti ar reklāmu izstrādi, it īpaši attiecībā uz televīzijas reklāmu (“koncepcijas pēc pasūtījuma”). Šādi pakalpojumi esot līdzīgi “klasiskās” reklāmas aģentūras darbībai.

69 Šajā ziņā jānorāda, ka pretēji tam, ko Apelācijas padome ir norādījusi apstrīdētajā lēmumā, pierādījumi, ko prasītāja iesniegusi administratīvā procesa laikā, pierāda, ka grupa, kurā tā ietilpst, ar grupas sabiedrību, it īpaši *Ad Alliance*, starpniecību attiecīgajā laikposmā par atlīdzību sniedza trešām personām citus reklāmas, pārdošanas veicināšanas un mārketinga pakalpojumus, kas ietilpst 35. klasē, izņemot reklāmu izplatīšanu.

70 Pirmkārt, prasītāja ir pierādījusi, ka grupas, kurai tā pieder, sabiedrības ir sniegušas reklāmdevējiem pakalpojumus tostarp saistībā ar televīzijas reklāmu radīšanu un īstenošanu.

71 Šajā sakarā tā ir iesniegusi “prezentācijas, kas nosūtītas reklāmdevējiem” (skat. it īpaši 2021. gada 27. augusta procesuālā raksta 90.–94. pielikumu), kas ietver apstrīdēto preču zīmi tādā formā, kādā tā ir reģistrēta, vai citā veidā, kas tomēr nemaina tās atšķirtspēju, un kurā ir izklāstīti pakalpojumu piedāvājumi specializētās reklāmas formām (“Special Creations” vai “Special Ads”). Šāda specializētā reklāma tiek pārraidīta televīzijas programmas laikā virs notiekošās programmas attēla un citastarp var sastāvēt no horizontālas vai vertikālas joslas (“cut in”), reklāmas, kas

parādās lielā formātā kā individuāli veidots rāmis, vai reklāmas, kas tiek izvietota bez atdalītāja notiekošās programmas laikā (“framesplit” vai ““programmesplit”), vai reklāmas, kas pārvietojas pāri ekrānam (“skyscraper”).

72 Attiecīgajos piedāvājumos piedāvāto specializētās reklāmas veidu prasītāja varēja izstrādāt arī, izceldama reklāmas devēja ieņēmumus, izmantojot jēdzienu, kas saistīts ar veiksmīgu televīzijas raidījumu, kurš pārraidīts *RTL* grupas kanālā, piemēram, produktu, kas “apbalvots” ar “golden buzzer” (skat. it īpaši 2021. gada 27. augusta procesuālā raksta 92. un 93. pielikumu).

73 Šī specializētās reklāmas forma, kas paredzēta, lai ļautu reklāmdevējam gūt tiešu labumu no televīzijas raidījuma panākumiem, ietver radošu ieguldījumu reklāmas izstrādē, kas ir raksturīgs grupas, pie kuras pieder prasītāja, pārraidītajiem raidījumiem.

74 Turklāt no dokumenta ar nosaukumu “*Special Ads* rezervācijas nosacījumi” izriet (skat. 2021. gada 27. augusta procesuālā raksta 90. pielikumu), ka “*RTL* grupas mārketinga departaments izraksta atsevišķus rēķinus par (“Special Ads” vai “Special Creations”) producēšanas izmaksām”, kas apstiprina, ka šādas specializētas reklāmas netiek piedāvātas kā reklāmas satura izplatīšana, bet gan kā papildpakalpojums šai izplatīšanai.

75 2023. gada 15. marta procesuālajā rakstā prasītāja iesniedza arī 2020. un 2021. gada reklāmas klipus, kuru mērķis bija reklamēt reklāmdevēju preces, kurās apstrīdētā preču zīme tika izmantota kā reklāmas satura elements. Piemēram, prasītājas iesniegtā reklāma izpaudās kā apstrīdētās preču zīmes burtu palielinājums, līdz atklājās, ka šo preču zīmi veidojošā lielā burta “T” fons pats par sevi “sastāv” no reklāmā minētā produkta multiplikācijas.

76 Citu reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumu sniegšanu, kas nav reklāmas izplatīšana reklāmdevējiem, izmantojot apstrīdēto preču zīmi, apstiprina citi iesniegtie pierādījumi, tostarp dokuments ar nosaukumu “Vispārējie pārdošanas nosacījumi” vai faktu lapas, kas pievienotas piedāvājumiem attiecībā uz sniegtajiem pakalpojumiem (skat. it īpaši 2021. gada 27. augusta procesuālā raksta 111. un 134. pielikumu), no kuriem izriet, ka grupas, kurā ietilpst prasītāja, mediju producēšanas departamenti atbalsta reklāmdevējus, izstrādājot un ražojot reklāmas materiālus, tostarp skaņas un audiovizuālos reklāmas klipus.

77 Šādiem pakalpojumiem ir nepieciešams radošs ieguldījums no grupas, pie kuras pieder prasītāja, sabiedrību puses reklāmas izstrādē. Līdz ar to pretēji tam, ko ir norādījusi Apelācijas padome, šie pakalpojumi neaprobežojas ar vienkāršu reklāmas satura, ko radījusi trešā persona, izplatīšanu.

78 Otrkārt, no iesniegtajiem pierādījumiem arī izriet (skat. it īpaši 2021. gada 27. augusta procesuālā raksta 92.–94. pielikumu), ka prasītāja piedāvāja reklāmdevējiem savus pakalpojumus reklāmas stratēģiju izstrādes jomā tai piederošajos medijos, piedāvājot tiem iespēju piedalīties tādos reklāmas pasākumos, ko izveidojusi grupa, pie kuras pieder prasītāja, piemēram, sponsorēšana saistībā ar īpašiem televīzijas raidījumiem vai produktu izvietošana tajos.

79 Treškārt, prasītāja, lai pierādītu apstrīdētās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumiem, arī pamatoti atsaucas uz savu konsultāciju darbībām, kuru mērķis ir identificēt televīzijas raidījumus, ar kuriem varētu tikt saistītas reklāmas. Proti, šīs darbības var veicināt reklāmas devēja reklāmas stratēģijas efektivitāti un nodrošināt tā preču zīmes aizsardzību pret negatīvu ietekmi, ko radītu to saistība ar nevēlamu

saturu (*brand safety*). Grupa, pie kuras pieder prasītāja, tātad uztver “reklāmas vidi” tādējādi, ka tā piedāvā reklāmas devējam lielāku pievilcību, tādējādi veicinot tai piedāvātā reklāmas atbalsta rentabilitāti.

80 Visbeidzot, prasītājas iesniegtie pierādījumi pierāda, ka tādas grupas, pie kuras pieder prasītāja, sabiedrības, tādas kā *Ad Alliance*, ir sniegušas konsultāciju pakalpojumus saistībā ar televīzijas reklāmas tirdzniecību, it īpaši izmantojot prasītājas savāktos datus par televīzijas reklāmas tirgu, it īpaši, lai pielāgotu reklāmas stratēģiju dažādām nozarēm vai dažādām mērķauditorijām.

81 Šādi pakalpojumi patiešām ietilpst specializēto konsultāciju un atbalsta pakalpojumos uzņēmumiem, kuri vēlas popularizēt savas preces un pakalpojumus un attīstīt savas reklāmas stratēģijas un kuru mērķis ir palīdzēt šiem uzņēmumiem uzlabot savu darbību, palielinot to pamanāmību vai gūstot labāku atdevi no ieguldījumiem reklāmā šī sprieduma 64. punktā atgādinātās judikatūras izpratnē.

82 No šī sprieduma 70.–81. punkta izriet, ka pretēji tam, ko ir norādījusi Apelācijas padome, prasītājas iesniegtie pierādījumi, pat neņemot vērā pierādījumus, kas iesniegti kopā ar 2023. gada 15. septembra procesuālo rakstu, kurus Apelācijas padome ir izslēgusi no pārbaudes, (skat. šā sprieduma 42. punktu) pierāda, ka grupa, kurā ietilpst prasītāja, apstrīdētās preču zīmes aizsegā un atbilstošajā laikposmā trešām personām sniedza reklāmas, pārdošanas veicināšanas un mārketinga pakalpojumus, kas neaprobežojās ar reklāmas izplatīšanu, bet kuru mērķis bija aktīvi veicināt minēto trešo personu reklāmas stratēģijas attīstību, ņemot vērā zināšanas, kādas bija grupas, kurā ietilpst prasītāja, sabiedrībām attiecībā uz plašsaziņas līdzekļu reklāmas nozares darbību.

83 Šajā kontekstā vēl ir jānorāda, ka no prasītājas administratīvajā procesā iesniegtajiem pierādījumiem izriet, ka grupas, pie kuras tā pieder, televīzijas reklāmas gada apgrozījums attiecīgajā laikposmā sasniedza vairākus miljardus euro un ka šai grupai bija ievērojamas reklāmas tirgus daļas dažādās Savienības dalībvalstīs, tostarp Vācijā. Ciktāl prasītāja ir pierādījusi, ka tā ir izmantojusi apstrīdēto preču zīmi attiecībā uz citiem reklāmas, pārdošanas veicināšanas un mārketinga pakalpojumiem, kas nav reklāmas izplatīšana, daļa no šiem ieņēmumiem un šīm tirgus daļām tātad ir jāuzskata par tādiem, kas gūti no šo pakalpojumu sniegšanas.

84 Ņemot vērā iepriekš minēto, pirmais pamats ir jāapmierina un līdz ar to apstrīdētais lēmums ir jāgroza, noraidot pieteikumu par apstrīdētās preču zīmes atcelšanu attiecībā uz visiem attiecīgajiem pakalpojumiem, kas ietilpst 35. klasē.

Par otro un trešo pamatu, ar ko tiek apgalvots Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkta pārkāpums saistībā ar apstrīdētās preču zīmes atcelšanu attiecībā uz 3., 9., 16., 24., 25. un 32. klasē ietilpstošajām precēm un 41. un 42. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem

85 Apelācijas padome atzina apstrīdēto preču zīmi par atceltu attiecībā uz citām precēm, kas nav “optiskie diski”, kas ietilpst 9. klasē, kā arī attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 3., 16., 24., 25., 32., 41. un 42. klasē un attiecībā uz kuriem ir reģistrēta apstrīdētā preču zīme. Šajā ziņā tā norādīja, ka prasītāja nav iesniegusi pierādījumus par apstrīdētās preču zīmes faktisku izmantošanu ārēji attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem un ka šīs preču zīmes reputācijai, uz kuru balstījās prasītāja, šajā vērtējumā nav nozīmes. Apelācijas padome uzskata, ka preču zīme, kurai ir reputācija, tāpat kā visas pārējās Eiropas Savienības preču zīmes sabiedrības interesēs var tikt atcelta neizmantošanas dēļ. Apelācijas padome uzskata, ka šādas preču zīmes ar

reputāciju aizsardzības apjoms konflikta ar citām intelektuālā īpašuma tiesībām gadījumā nav saistīts ar jautājumu par šādas preču zīmes ar reputāciju tiesību saglabāšanu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta.

86 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome ir pārkāpusi Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktu, jo, izvērtējot pierādījumus par apstrīdētās preču zīmes faktisko izmantošanu attiecībā uz precēm, kas ietilpst 3., 9., 16., 24., 25. un 32. klasē, un attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 41. un 42. klasē, tā nav ņēmusi vērā īpašo reputāciju, kāda šai preču zīmei ir kā “plašsaziņas līdzekļu preču zīmei” Savienībā, tādējādi pēdējai minētajai, ņemot vērā Eiropas Savienības preču zīmes vienotības principu, ir jāsaņem plaša aizsardzība, piemērojot noteikumus atcelšanas jomā.

87 Prasītāja uzskata, ka noteiktas preces un pakalpojumi, kas ietilpst 3., 9., 16., 24., 25., 32., 41. un 42. klasē un kuru sabiedrības daļa ir identiska tai reklāmas, televīzijas apraides un televīzijas izklaides pakalpojumu, attiecībā uz kuriem apstrīdētā preču zīme ir ļoti pazīstama, sabiedrības daļai, var baudīt minētās preču zīmes pievilkšanas spēju. Tā kā pastāv tieša, “materiāla” vai “mentāla” saikne starp šīm precēm un prasītājas darbības kodolu, apzīmējuma izmantošana, pat ja tas ir nedaudz līdzīgs, attiecībā uz šādām precēm un pakalpojumiem sabiedrības apziņā radītu neskaidrību attiecībā uz iespējamām komerciālām saiknēm, un tas kaitētu *RTL* preču zīmes vērtībai un izraisītu tās vājināšanu.

88 Prasītāja apgalvo, ka šādos apstākļos Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunktā nav prasīts izmantošanas pierādījums attiecībā uz katru preci un pakalpojumu, attiecībā uz kuru ir reģistrēta ar reputāciju apveltītā preču zīme. Tā norāda, ka “šāda izmantošana pastāv attiecībā uz precēm, attiecībā uz kurām preču zīmes īpašnieks var aizstāvēt savas tiesības saistībā ar reputācijas aizsardzību”.

89 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, apstrīd prasītājas argumentus.

90 Šajā ziņā, pirmkārt, ir jānorāda, ka ar savu argumentāciju prasītāja būtībā apgalvo, ka princips, saskaņā ar kuru, lai izvairītos no atcelšanas, Eiropas Savienības preču zīmes izmantošana ir jāpierāda attiecībā uz katru preci un pakalpojumu, attiecībā uz kuru tā ir reģistrēta, nav piemērojams, ja apstrīdētajai preču zīmei ir reputācija attiecībā uz citām precēm vai pakalpojumiem.

91 Šāda argumentācija ir pretrunā ne tikai pašam Regulas 2017/1001 58. panta 1. punkta a) apakšpunkta formulējumam, bet arī šīs tiesību normas mērķim, kas ir precizēts šīs regulas 24. apsvērumā (skat. iepriekš šā sprieduma 28. punktu). Regulas 2017/1001 18. panta 1. punktā un 58. panta 1. punkta a) apakšpunktā nosakot normu par Eiropas Savienības preču zīmes atcelšanu, ja tā netiek izmantota piecus gadus, Savienības likumdevējs uz tiesībām, kas saistītas ar Eiropas Savienības preču zīmi, ir vēlējies attiecināt nosacījumu par tās faktisku izmantošanu (spriedums, 2016. gada 21. decembris, *Länsförsäkringar*, C-654/15, EU:C:2016:998, 25. punkts).

92 Šis nosacījums izskaidrojams ar apsvērumu, ka nebūtu pamatoti tas, ka neizmantota preču zīme radītu šķēršļus konkurencei, jo tā ierobežo to apzīmējumu spektru, kurus citi var reģistrēt kā preču zīmes, un liedz konkurentiem iespēju izmantot šo preču zīmi vai līdzīgu preču zīmi, iekšējā tirgū laižot preces un/vai pakalpojumus, kas ir identiski vai līdzīgi tiem, kurus aptver attiecīgā preču zīme. Tādējādi Eiropas Savienības preču zīmes neizmantošana rada arī risku, ka tiks ierobežota

preču brīva aprite un pakalpojumu sniegšanas brīvība (spriedumi, 2012. gada 19. decembris, *Leno Merken*, C-149/11, EU:C:2012:816, 32. punkts, un 2013. gada 26. septembris, *Centrotherm Systemtechnik*/ITSB un *centrotherm Clean Solutions*, C-610/11 P, EU:C:2013:593, 54. punkts).

93 Prasības, saskaņā ar kuru preču zīmei ir jābūt faktiski izmantotai, lai tā tiktu aizsargāta saskaņā ar Savienības tiesībām, *ratio legis* ir ietverts faktā, ka *EUIPO* reģistru nevar pielīdzināt stratēģiskai un statiskai iesniegšanai, kas neaktīvam [tiesību] īpašniekam piešķir likumīgu monopolu uz neierobežotu laiku. Gluži pretēji, minētajam reģistram ir ticami jāatspoguļo norādes, ko uzņēmēji faktiski izmanto tirgū, lai nošķirtu savas preces un pakalpojumus ekonomiskajā jomā (skat. spriedumu, 2022. gada 8. jūnijs, *Muschaweck*/*EUIPO – Conze* (“UM”), T-293/21, EU:T:2022:345, 48. punkts).

94 Turklāt Savienības tiesas jau ir atzinušas, ka tiesību normām par plašāku aizsardzību, kas ir piešķirta Eiropas Savienības preču zīmei, kurai ir reputācija vai atpazīstamība Savienībā, ir cits mērķis nekā tām, kurās ir prasīts pierādīt Eiropas Savienības preču zīmes faktisku izmantošanu, kuras sekas varētu būt preču zīmes atcelšana (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2012. gada 19. decembris, *Leno Merken*, C-149/11, EU:C:2012:816, 53. punkts, un 2015. gada 3. septembris, *Iron & Smith*, C-125/14, EU:C:2015:539, 21. punkts). Lai gan Regulas 2017/1001 8. panta 5. punkts attiecas uz nosacījumiem, kas reglamentē plašāku aizsardzību arī ārpus to preču un pakalpojumu kategorijām, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta Eiropas Savienības preču zīme, jēdziens “faktiska izmantošana” izsaka minimālo izmantošanas nosacījumu, kuram ir jāatbilst visām preču zīmēm, lai tās tiktu aizsargātas. No tā izriet, ka tiesību normas, kas attiecas uz prasību par Eiropas Savienības preču zīmes faktisku izmantošanu un it īpaši judikatūrā izvirzītie kritēriji šīs faktiskās izmantošanai konstatēšanai, atšķiras no tiesību normām un kritērijiem, kas attiecas uz šādas preču zīmes reputāciju. Līdz ar to šie divi tiesību normu veidi ir jāinterpretē autonomi (skat. spriedumu, 2017. gada 4. oktobris, *Intesa Sanpaolo*/*EUIPO – Intesia Group Holding* (“INTESA”), T-143/16, nav publicēts, EU:T:2017:687, 46. punkts un tajā minētā judikatūra).

95 Līdz ar to, pieņemot, ka plašsaziņas līdzekļu nozarē apstrīdētajai preču zīmei ir reputācija Regulas 2017/1001 8. panta 5. punkta izpratnē, šis apstāklis pats par sevi neļauj pierādīt tās faktiskas izmantošanas esamību attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 3., 9., 16., 24., 25., 32., 41. un 42. klasē.

96 No Eiropas Savienības preču zīmes vienotā rakstura nevar izdarīt nekādus citus secinājumus.

97 Proti, saskaņā ar Regulas 2017/1001 1. panta 2. punktu, lasot to kopsakarā ar šīs regulas 4. apsvērumu, Eiropas Savienības preču zīmes vienotais raksturs izpaužas vienīgi tādējādi, ka šai preču zīmei ir vienāda aizsardzība un tai ir vienāds spēks visā Savienības teritorijā.

98 Turklāt prasītāja nevar lietderīgi atsaukties uz Deleģētās regulas 2018/625 7. apsvērumu, kas turklāt attiecas tikai uz procesuālajiem noteikumiem, kuri tostarp attiecas uz atcelšanas procesu, lai interpretētu Regulas 2017/1001 materiālo tiesību normas.

99 Otrkārt, prasītāja apgalvo, ka apstrīdētās preču zīmes, iespējams, ar reputāciju plašā aizsardzība ir nepieciešama, lai ļautu to izmantot saistībā ar turpmākajiem licences līgumiem attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas minēti saistībā ar otro un trešo pamatu. Pat pieņemot, ka šis arguments ir jāuzskata par atšķirīgu no tā, uz kuru ir atbildēts šā sprieduma 90.–98. punktā, ir jānorāda, ka prasītāja nav iesniegusi nevienu pierādījumu, tādu kā licences līgums, kas būtu parakstīts ar trešo personu apstrīdētās preču zīmes izmantošanai saistībā ar konkrētajām precēm

un kas varētu pierādīt, pirmkārt, apstrīdētās preču zīmes faktisko izmantošanu saistībā ar preču zīmes licencēm, kas piešķirtas trešām personām attiecīgajā laikposmā, un, otrkārt, šādas izmantošanas nozīmīgumu.

100 Turklāt prasītāja atsaucas uz administratīvās lietas materiāliem un konkrētāk – uz dažām karnešu fotogrāfijām, pludmales salvetēm, zīdaiņu kombinezoniem vai alus skārdenēm, uz kurām attiecas kāda apstrīdētās preču zīmes forma, kam pievienoti faktūrrēķini un elektroniskā pasta vēstules, kas adresētas *RTL* kā to uzņēmumu klientam, kuri tās ražo pēc *RTL* lūguma. Tā kā nav citu pierādījumu par šo preču tirdzniecību trešām personām, šīs fotogrāfijas nevar pierādīt ne apstrīdētās preču zīmes faktisko izmantošanu ārēji, lai radītu tirdzniecības iespējas precēm, kas ietilpst 16., 24., 25. un 32. klasē, ne *a fortiori* šādas izmantošanas nozīmīgumu (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2016. gada 7. jūlijs, *Fruit of the Loom/EUIPO – Takko* (“FRUIT”), T-431/15, nav publicēts, EU:T:2016:395, 55. punkts).

101 Tātad Apelācijas padome pamatoti ir apstiprinājusi apstrīdētās preču zīmes atcelšanu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 3., 9., 16., 24., 25., 32., 41. un 42. klasē.

102 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, otrais un trešais pamats ir jānoraida.

Par tiesāšanās izdevumiem

103 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. un 3. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs. Tomēr, ja lietas dalībniekiem spriedums ir daļēji labvēlīgs un daļēji nelabvēlīgs, lietas dalībnieki savus tiesāšanās izdevumus sedz paši.

104 Tā kā izskatāmajā lietā katram lietas dalībniekam spriedums ir daļēji nelabvēlīgs, katrs lietas dalībnieks savus tiesāšanās izdevumus sedz pats.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (septītā palāta)

nospriež:

1) **Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas otrās padomes 2023. gada 19. septembra lēmumu lietā R 86/2023-2 grozīt tādējādi, ka pieteikums par atcelšanu tiek noraidīts attiecībā uz visiem pakalpojumiem, kas ietilpst 35. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām, un atbilst šādam aprakstam: “Reklāmas, mārketinga un pārdošanas veicināšanas pakalpojumi”.**

2) **Prasību pārējā daļā noraidīt.**

3) ***RTL Group Markenverwaltungs GmbH*, *EUIPO* un *Marcella Örtl* savus tiesāšanās izdevumus sedz paši.**

Kowalik-Bańczyk Buttigieg Ricziová

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2025. gada 7. maijā.

[Paraksti]