PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (piektā palāta)

2008. gada 15. oktobrī *

Lieta T-405/05

Powerserv Personalservice GmbH, agrākais nosaukums — *Manpower Personalservice GmbH*, Sanktpeltene [*Sankt Pölten*] (Austrija), ko pārstāv B. Kuhare [*B. Kuchar*], advokāte,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv G. Šneiders [*G. Schneider*], pārstāvis,

atbildētājs,

otra procesa ITSB Apelāciju padomē dalībniece un persona, kas iestājusies lietā Pirmās instances tiesā, —

* Tiesvedības valoda — vācu.

Manpower Inc., Milvoki, Viskonsinas štats [*Milwaukee, Wisconsin*] (Amerikas Savienotās Valstis), ko sākotnēji pārstāvēja R. Moskona [*R. Moscona*], *solicitor*, pēc tam — Moskona un A. Brisons [*A. Bryson*], *barrister*, un, visbeidzot — Brisons un V. Marslanda [*V. Marsland*], *solicitor*,

par prasību atcelt ITSB Apelāciju ceturtās padomes 2005. gada 22. jūlija lēmumu lietā R 499/2004-4 attiecībā uz pieteikumu par Kopienas vārdiskas preču zīmes "MANPOWER" Nr. 76059 spēkā neesamības atzīšanu.

EIROPAS KOPIENU
PIRMĀS INSTANCES TIESA (piektā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Vilars [*M. Vilaras*], tiesneši F. Deuss [*F. Dehousse*] un D. Švābi [*D. Šváby*] (referents),

sekretāre K. Andova [*K. Andová*], administratore,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2005. gada 14. novembrī,

ņemot vērā SB atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2006. gada 3. martā,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2006. gada 23. februārī,

pēc 2007. gada 11. decembra tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

1 1996. gada 26. martā *Manpower Inc.* Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), pamatojoties uz grozīto Padomes 1993. gada 20. decembra Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.), iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu.

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

3 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem ir pieteikta reģistrācija, ietilpst 9., 16., 35., 41. un 42. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru no šīm klasēm atbilst šādam aprakstam:

— “audiokasetes; audiovizuālās apmācības aparāti; audio kompaktdiski; video kompaktdiski; datoru programmatūra; datorprogrammas; magnetofoni; videolentes; videomagnetofoni; visu iepriekš minēto produktu sastāvdaļas”, kas ietilpst 9. klasē;

— “grāmatas; iespieddarbi; rokasgrāmatas; žurnāli; publikācijas; pārklāšanas plēves; apmācības materiāli; izglītības materiāli; visu iepriekš minēto produktu sastāvdaļas”, kas ietilpst 16. klasē;

— “darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumi; personāla līzinga pakalpojumi”, kas ietilpst 35. klasē;

— “konferenču un semināru organizēšana un vadīšana; filmu projektoru un piederumu noma; video, audio un kinofilmu ierakstu noma; izstāžu organizēšana; video un audio ierakstu ražošana; izglītības, apmācības, mācību un tālākizglītības pakalpojumi, visi ir saistīti ar biroja, ražošanas, vadības un tehnisko darbinieku apmācību un novērtēšanu; informācijas un konsultāciju pakalpojumi attiecībā uz iepriekš minētajiem pakalpojumiem”, kas ietilpst 41. klasē;

— “profesionālo konsultāciju un ekspertu pakalpojumi personāla novērtēšanas un profesionālās orientācijas jomā, personības testi, psiholoģiskie testi un padomi saistībā ar karjeru; personības testu un psiholoģisko testu pakalpojumi; padomi saistībā ar profesionālo orientāciju; personu novērtēšana, lai noteiktu to profesionālo kompetenci; profesionālo psiholoģisko testu pakalpojumi; datoru programmatūras projektēšana un izstrādāšana; konsultāciju pakalpojumi saistībā ar personāla novērtēšanu, attīstību un pārvaldi; pagaidu mājvietas; ar iepriekš minētajiem pakalpojumiem saistītie informācijas, padomdevēja un atskaišu sagatavošanas pakalpojumi; sagādes pakalpojumi”, kas ietilpst 42. klasē.

4 Pārbaudītājs pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju izvirzīja iebildumus, uzskatot to par aprakstošu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē. Atbildot uz tiem, persona, kas iestājusies lietā, iesniedza pierādījumus, ka Apvienotajā Karalistē un Vācijā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju. Rezultātā 2000. gada 13. janvārī preču zīmes reģistrācija tika apstiprināta un tā tika publicēta 2000. gada 28. februāra *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetenā*] ar numuru 76 059.

5 2000. gada 27. oktobrī prasītāja, *Powerserv Personalservice GmbH*, agrākais nosaukums — *Manpower Personalservice GmbH*, kas vienlaikus tika saukta arī par *PDV Beteiligungs GmbH*, balstoties uz Regulas Nr. 40/94 51. panta 1. punktu, iesniedza pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu, pamatojoties uz to, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme esot tikusi reģistrēta, neievērojot minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta un 7. panta 3. punkta prasības, un ka dokumenti, kas tika iesniegti, lai pamatotu apgalvojumu, ka preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, neapstiprinot šo faktu visās Eiropas Kopienas nozīmīgajās daļās. Persona, kas iestājusies lietā, atbildēja, it īpaši iesniedzot citus pierādījumus par tās preču zīmes iegūto atšķirtspēju. Ar 2004. gada 29. aprīļa lēmumu ITSB Anulēšanas nodaļa pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu noraidīja (turpmāk tekstā — "Anulēšanas nodaļas lēmums"). Šis lēmums tika pamatots tādējādi, ka, tā kā vārds "manpower" esot aprakstošs tikai angļu valodā, patērētāji ārpus Apvienotās Karalistes un Īrijas to neuztveršot kā aprakstošu, un ka attiecībā uz šīm divām valstīm preču zīmes īpašniece esot pierādījusi, ka preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju. Šajā sakarā Anulēšanas nodaļa vērā ir ņēmusi arī iesniegtos pierādījumus, uz kuriem norādītais datums ir vēlāks par preču zīmes reģistrāciju.

6 Prasītājas par Anulēšanas nodaļas lēmumu iesniegto apelācijas sūdzību ITSB Apelāciju ceturtā padome ar 2005. gada 22. jūlija lēmumu (turpmāk tekstā — "apstrīdētais lēmums") noraidīja. Šajā lēmumā Apelāciju padome it īpaši apstiprināja, pirmkārt, saistībā ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes aprakstošo raksturu, ka attiecībā uz darbā iekārtošanas vai personāla līzinga aģentūru pakalpojumiem vārds "manpower" angļu valodā esot aprakstošs, jo runa esot par personāla resursu pārvaldes jomā bieži izmantojamo jēdzienu. Apelāciju padome uzskatīja, ka aprakstošs raksturs tam esot arī saistībā ar vairumu 9., 16., 41. un 42. klasē Nicas nolīguma izpratnē ietilpstošo preču un pakalpojumu, jo atbilstoši tās viedoklim gadījumā, ja tos lieto darbā iekārtošanas

aģentūru pakalpojumu ietvaros, šo vārdu varot saprast kā norādi uz šo preču un pakalpojumu saturu. Šī vārda izmantošana esot uzsākta arī komerciālajā vācu valodā.

7 Otrkārt, attiecībā uz patērētājiem un attiecīgo teritoriju Apelāciju padome uzskatīja, ka vārda "manpower" aprakstošā nozīme esot zināma ievērojamai attiecīgo patērētāju daļai, t.i., iespējamiem pagaidu personāla darba devējiem un šādā darbā strādājošām personām Apvienotajā Karalistē, Īrijā, Vācijā, Austrijā, Nīderlandē, Zviedrijā, Dānijā un Somijā. Apelāciju padome norādīja, ka personāla līzinga aģentūru pakalpojumi esot adresēti ne tikai personām, kas meklē darbu, bet arī darba devējiem, kas meklē personālu. Šie pēdējie esot pat pakalpojumu sniedzēju nozīmīgākie klienti, jo to apgrozījumu veido ienākumi no personāla līzinga pakalpojumiem. Apelāciju padome uzskatīja, ka attiecīgais vārds esot aprakstošs ne tikai Apvienotās Karalistes un Īrijas patērētājiem, kur angļu valoda ir dzimtā valoda, un vāciski runājošajās valstīs, kur šis vārds ir iekļauts vārdnīcās, bet arī dalībvalstīs, kur nozīmīgai klientu daļai ir komerciālās angļu valodas zināšanas un pietiekama prakse. Atbilstoši Apelāciju padomes pieredzei šīs angļu valodas zināšanas un izmantošana esot īpaši izteikta Zviedrijā, Dānijā, Somijā un Nīderlandē. Apelāciju padome uzsver, ka angļu valoda esot visā pasaulē izmantojamā vispārpieņemtā komerciālā valoda un esot arī vairāku starptautisku sabiedrību oficiālā darba valoda. Apelāciju padome uzskatīja, ka mazākās valstīs komerclietas studējošie studenti mācību laikā bieži sastopoties ar angļu valodā izteiktiem tekstiem. Pēc universitāšu studiju beigām tie ejot strādāt personāla nodaļās vai ieņemot citas darba vietas uzņēmumos, kas nodarbojas ar pagaidu personāla pieņemšanu darbā. Apelāciju padome apstiprināja, ka šī pieņēmuma atbalstam tā esot atradusi vairākus pierādījumus, un tos uzskaitīja. Turpmāk attiecībā uz citām vecākajām Eiropas Savienības dalībvalstīm Apelāciju padome apstiprināja, ka pieredze radot zināmu atturēšanos izmantot angļu valodu. Tādējādi tā uzskatīja, ka šajās citās dalībvalstīs personas, kurām vārdam "manpower" ir aprakstoša nozīme, neveidojot nozīmīgu attiecīgās sabiedrības daļu. Saistībā ar Regulas Nr. 40/94 159.a panta 1. punktu Apelāciju padome norādīja, ka, ievērojot minētā panta 2. punktu, tai neesot bijis jāņem vērā tajā uzskaitītās jaunās dalībvalstis.

8 Treškārt, attiecībā uz personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu tās pieteikšanas datumā Apelāciju padome apstiprināja, ka sakarā ar minētās preču zīmes aprakstošo raksturu norādītajās valstīs personai, kas iestājusies lietā, atbilstoši Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktam esot bijis jāpierāda atšķirtspēja, kas tika iegūta tās preču zīmes izmantošanas šajā Savienības daļā rezultātā. Apelāciju padome apstiprināja, ka no Pirmās instances tiesas 2002. gada 9. oktobra sprieduma lietā T-173/00 *KWS Saat*/ITSB (Oranžās krāsas nianse) (*Recueil*, II-3843. lpp., 24.–27. punkts) izrietot, ka, ja preču zīmi uzskata par tādu, ko, piemērojot Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktu, nevar reģistrēt, tad reģistrācijas vajadzībām ir jāpierāda, ka izmantošanas rezultātā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju, šo izmantošanu veicot nozīmīgā Kopienas teritorijas daļā, kurā, piemērojot Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktu, tai nav bijis nekādas atšķirtspējas. Tādējādi Kopienas daļā, kurā pastāv absolūts atteikuma pamatojums, izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja esot jāpierāda tādā veidā, lai atlikušo daļu vairs nevarētu uzskatīt par "nozīmīgu" daļu. Apelāciju padome uzskatīja, ka persona, kas iestājusies lietā, neesot pierādījusi, ka līdz reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas dienai bija iegūta atšķirtspēja, jo pierādījumus tā bija iesniegusi tikai par Apvienoto Karalisti un Vāciju. Apelāciju padome uzskatīja, ka šie pierādījumi neesot pietiekami, jo teritorija, kurā preču zīmi varētu izmantot kā aprakstošu jēdzienu, ietverot arī Austriju, Nīderlandi, Dāniju, Zviedriju un Somiju.

9 Ceturtkārt, attiecībā uz atšķirtspēju, ko personas, kas iestājusies lietā, preču zīme ir ieguvusi pēc tas reģistrācijas, Apelāciju padome apstiprināja, ka personas, kas iestājusies lietā, iesniegtie pierādījumi ļaujot secināt, ka pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniegšanas datumā minētā preču zīme astoņās dalībvalstīs, kurās preču zīme tika uzskatīta par aprakstošu, ir ieguvusi atšķirtspēju Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta izpratnē. Apelāciju padome uzskatīja, ka tiktāl, ciktāl personas, kas iestājusies lietā, iesniegtie pierādījumi ļauj secināt par apzīmējuma atšķirtspēju, kura tam bijusi pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniegšanas dienā, tie esot pieņemami. Apelāciju padome uzskatīja, ka tai neesot bijis pienākuma ņemt vērā tikai reģistrācijas procesā iesniegtos pierādījumus. Tā norādīja, ka atbilstoši Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktam attiecīgais jautājums esot, vai preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju jebkurā brīdī pēc tās reģistrācijas. Apelāciju padome uzskatīja, ka šīs normas piemērošana neesot izslēgta tādēļ, ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punkts — norma, kas šajā lietā reģistrācijas procesa ietvaros esot tikusi nepareizi interpretēta — tajā tieši nav minēts. Apelāciju padome turklāt apstiprināja, ka apstāklis, ka, piemērojot Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktu, īpašniekam tiktu piešķirts prioritātes datums, kas ir agrāks par datumu, kurš tam būtu ticis piešķirts, ja reģistrācijas pieteikumu tas būtu iesniedzis tad, kad preču zīme patiešām būtu ieguvusi citu nozīmi, minētās normas interpretācijai neesot noteicošs.

Saskaņā ar Apelāciju padomes viedokli šajā normā, kurā preču zīmes atzīšana par spēkā neesošu ir tieši aizliegta tad, ja pēc tās reģistrācijas tā ir ieguvusi atšķirtspēju, esot nepārprotami atzīts, ka preču zīmei var būt prioritātes datums, kura tai nebūtu, ja reģistrācijas process tiktu veikts pareizi.

10 Piektkārt, attiecībā uz pierādījumu vērtējumu Apelāciju padome konstatēja, ka persona, kas iestājusies lietā, bija iesniegusi daudzus savas preču zīmes izmantošanas vairumā Savienības valstu pierādījumus. Apelāciju padome apstiprināja, ka tā apzinoties faktu, ka daži no pierādījumiem bija vēlāki par pieteikuma par preču zīmes spēkā neesamības atzīšanu iesniegšanas datumu. Tomēr, ņemot vērā, ka atbilstoši tās viedoklim pierādījumi bija pietiekami, lai pierādītu izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju attiecīgajā teritorijā pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniegšanas datumā, tā apstiprināja, ka tai neesot bijis jāapspriež jautājums, vai datums, kas ir nozīmīgs, novērtējot izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju atbilstoši Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktam, ir pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu datums vai galīgā lēmuma par šo pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu datums. Turklāt Apelāciju padome uzskatīja, ka daži no pierādījumiem, kas ir vēlāki par pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu datumu, faktiski attiecas uz laikposmu pirms šī datuma. Savukārt vēlāki pierādījumi atbilstoši tās viedoklim dažreiz ļaujot izdarīt secinājumus par atšķirtspēju, kāda tā bijusi izskatāmajā laikposmā. Apelāciju padome apstiprināja, ka tā neignorējot, ka šo pierādījumu vērtēšanai jābūt veiktai rūpīgi. Turklāt Apelāciju padome uzskatīja, ka tā esot ņēmusi vērā, ka persona, kas iestājusies lietā, ir uzņēmums, kurš darbojas pasaules mērogā, kas ļaujot secināt, ka tās darbība esot daļēji pazīstama valstīs, kurās tai ir tikai dažas darbības vietas vai nav darbības vietu. Apelāciju padome uzskatīja, ka šo secinājumu apstiprinot viena no austriešu viedokļu aptaujām, kas parādot, ka vairāki patērētāji zina, ka vārds "manpower" ir tāda uzņēmuma izmantota preču zīme, kas nav Austrijas uzņēmums. Turpinājumā Apelāciju padome uzsvēra, ka, izņemot Apvienoto Karalisti un Īriju, angļu valoda nevienā valstī neesot dzimtā valoda un ka no svešvalodas nākušos izteikumus, pat ja tos zina konkrētās sabiedrības daļas vairākums, ne vienmēr zinot visi. Apelāciju padome uzskatīja, ka vārdu "manpower" šīs personas droši vien uzskatīšot par preču zīmi. Šo secinājumu apstiprinot Vācijā un Austrijā veiktās patērētāju aptaujas. Apelāciju padome uzskatīja, ka šis arguments esot īpaši jāņem vērā attiecībā uz valstīm, kurās, salīdzinot ar citām valstīm, pierādījumi ir

vājāki. Pēc tam Apelāciju padome apstiprināja, ka to nesaistot nedz valsts preču zīmju reģistrācijas, nedz arī valsts tiesu nolēmumi.

11 Visbeidzot, pēc atšķirtspējas, ko preču zīme izmantošanas rezultātā ieguvusi Apvienotajā Karalistē, Īrijā, Vācijā, Austrijā, Zviedrijā, Nīderlandē, Somijā un Dānijā, pierādījumu vērtējuma Apelāciju padome secināja, ka persona, kas iestājusies lietā, ir pierādījusi, ka Kopienas daļās, kur tās preču zīme vēl nav bijusi atšķirtspējīga, attiecībā uz personāla līzinga pakalpojumiem preču zīmei ir otrā nozīme. Apelāciju padome uzskatīja, ka saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktu personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi tādējādi nevar atzīt par spēkā neesošu. Apelāciju padome norādīja, ka izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja attiecoties uz visām ar reģistrāciju aizsargātajām precēm un pakalpojumiem, saistībā ar kuriem preču zīme esot aprakstoša tikai kā šo preču un pakalpojumu satura norāde. Šajā sakarā Apelāciju padome vispirms uzskatīja, ka persona, kas iestājusies lietā, esot pierādījusi, ka lielu daļu no šīm precēm un pakalpojumiem tā ir izmantojusi pagaidu personāla līzinga ietvaros. Turpinājumā Apelāciju padome apstiprināja, ka, ņemot vērā, ka saistībā ar personāla līzinga pakalpojumiem vārdam "manpower" ir otrā nozīme, attiecīgie patērētāji uzskatīšot, ka, piemēram, grāmata vai konference, kurā ir norādīts šis vārds, norāda uz personu, kas iestājusies lietā, un tās pakalpojumiem.

Lietas dalībnieku prasījumi

12 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt apstrīdēto lēmumu;

— atzīt personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi par spēkā neesošu attiecībā uz visām ar to aizsargātajām precēm un pakalpojumiem;

— pakārtoti, atcelt apstrīdēto lēmumu tiktāl, ciktāl nav tikuši iesniegti personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes atšķirtspējas izmantošanas rezultātā iegūšanas pierādījumi, un nosūtīt lietu Apelāciju padomei;

— piespriest ITSB un personai, kas iestājusies lietā, pašiem segt savus tiesāšanās izdevumus un atlīdzināt prasītājai šajā procesā radušos tiesāšanās izdevumus;

— piespriest ITSB un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt prasītājai procesā ITSB radušos izdevumus.

13 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— prasību noraidīt;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

14 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— prasību noraidīt;

— uzdot veikt grozījumus apstrīdētajā lēmumā tās atbildes rakstā norādītajā veidā;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Par prasītājas piektā prasījuma pieņemamību

15 Ar piekto prasījumu prasītāja lūdz Pirmās instances tiesu piespriest ITSB un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt prasītājai procesā ITSB radušos izdevumus, neprecizējot, vai tā domā tikai apelācijas procesa gaitā Apelāciju padomē radušos izdevumus vai arī tos izdevumus, kas radušies anulēšanas procesa gaitā Anulēšanas nodaļā.

16 Šajā sakarā ir jāatgādina, ka saskaņā ar Pirmās instances tiesas Reglamenta 136. panta 2. punktu "nepieciešamos izdevumus, kas lietas dalībniekiem ir radušies, izskatot lietu Apelāciju padomē, un izdevumus, kuri radušies, saskaņā ar 131. panta 4. punkta otro daļu iesniedzot procesuālo rakstu un citu dokumentu tulkojumus tiesvedības valodā, uzskata par atlīdzināmiem tiesāšanās izdevumiem". No tā izriet, ka izdevumi, kas ir radušies spēkā neesamības atzīšanas procesā, nav uzskatāmi par atlīdzināmiem izdevumiem (skat. Pirmās instances tiesas 2005. gada 11. maija spriedumu apvienotajās lietās no T-160/02 līdz T-162/02 *Naipes Heraclio Fournier*/ITSB — *France Cartes* (Kāršu spēles zobens, rungu jātnieks un zobenu karalis), Krājums, II-1643. lpp., 22.–24. punkts un tajos minētā judikatūra).

17 Tādējādi personas, kas iestājusies lietā, piektais prasījums tiktāl, ciktāl tas attiecas uz izdevumiem, kas radušies spēkā neesamības atzīšanas procesā Anulēšanas nodaļā, ir jānoraida kā nepieņemams.

Par lietas būtību

18 Lai pamatotu savus apgalvojumus, prasītāja savā prasības pieteikumā ir norādījusi trīs pamatus. Tomēr tiesas sēdē prasītāja paziņoja, ka atsauc otrā pamata otro daļu par

Regulas Nr. 40/94 74. panta 2. punkta pārkāpumu, kā arī trešo pamatu par minētās regulas 159.a panta pārkāpumu. Šis prasītājas paziņojums ir atzīmēts tiesas sēdes protokolā.

19 Tātad prasītāja vairs neizvirza vairāk kā divus pamatus. Ar pirmo tā lūdz atcelt apstrīdēto lēmumu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkta pārkāpuma dēļ, jo personas, kas iestājusies lietā, preču zīmei neesot atšķirtspējas un attiecībā uz precēm uz pakalpojumiem, saistībā ar kuriem tā ir reģistrēta, tā esot aprakstoša visā Kopienā, t.i., arī valstīs, par kurām Apelāciju padome apstrīdētajā lēmumā secināja, ka tā nav aprakstoša.

20 Otrais pamats ir par Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta un 74. panta 1. punkta pārkāpumu.

21 Turklāt persona, kas iestājusies lietā, Pirmās instances tiesai lūdz uzdot veikt grozījumus apstrīdētajā lēmumā šīs personas atbildes rakstā norādītajā veidā. Attiecīgajā atbildes raksta daļā persona, kas iestājusies lietā, būtībā norāda, ka Apelāciju padome esot kļūdaini secinājusi, ka saistībā ar precēm un pakalpojumiem, kas apzīmēti ar tās preču zīmi, vārds "manpower" Apvienotajā Karalistē, Īrijā, Nīderlandē, Vācijā, Austrijā, Zviedrijā, Dānijā un Somijā ir aprakstošs.

22 Pirmās instances tiesa uzskata, ka šis personas, kas iestājusies lietā, prasījums ir jāpārkvalificē par patstāvīgu prasījumu grozīt apstrīdēto lēmumu.

23 Faktiski Apelāciju padome vienotā akta formā, kas veido apstrīdēto lēmumu, ir veikusi divus pasākumus, ar pirmo no tiem konstatējot, ka, ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes aprakstošo raksturu minētajās astoņās valstīs, Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais absolūtais atteikuma pamatojums tās reģistrāciju nepieļauj, bet ar otro pasākumu pieteikumu par šīs pašas preču zīmes spēkā

neesamības atzīšanu noraidot tādēļ, ka pēc tās reģistrācijas tā šajās astoņās valstīs izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta izpratnē (šajā sakarā skat. Tiesas 2001. gada 20. septembra spriedumu lietā C-383/99 P *Procter & Gamble*/ITSB, *Recueil*, I-6251. lpp., 23. punkts).

24 Tā kā apstrīdētā lēmuma otrā daļa, kura ar šo prasību tiek apstrīdēta, personai, kas iestājusies lietā, ir labvēlīga, tad šai personai, pamatojoties uz Reglamenta 134. panta 2. punkta otro daļu, ir interese izvirzīt prasījumu un patstāvīgu pamatu, lai apstrīdētā lēmuma pirmo daļu grozītu tādā ziņā, ka ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu tās preču zīmi “MANPOWER” varēja reģistrēt, jo nevienā no minētajām astoņām valstīm tā nebija aprakstoša (šajā sakarā skat. iepriekš 23. punktā minēto spriedumu lietā *Procter & Gamble*/ITSB, 26. punkts). Ja šis personas, kas iestājusies lietā, prasījums un pamats, uz ko šis prasījums balstās, tiktu apmierināts, prasītājas prasība būtu jānoraida, nepārbaudot prasītājas izvirzīto otro pamatu, kas šādos apstākļos kļūtu neefektīvs.

25 Šajos apstākļos Pirmās instances tiesa uzskata, ka, pirmkārt, ir kopumā jāizskata prasītājas pirmais pamats un personas, kas iestājusies lietā, prasījuma grozīt apstrīdēto lēmumu atbalstam norādītā argumentācija.

Par pirmo pamatu un personas, kas iestājusies lietā, prasījumu grozīt [apstrīdēto lēmumu]

Lietas dalībnieku argumenti

26 Prasītāja norāda, pirmkārt, ka ITSB neesot ņēmis vērā konkrētu, aktuālu un nopietnu vajadzību, lai saimnieciskajā dzīvē “ikviena persona un konkurenti” vārdu “manpower” varētu izmantot saistībā ar darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumiem, personāla

līzinga pakalpojumiem un saistībā ar visām citām reģistrētajām precēm un pakalpojumiem. Prasītāja uzskata, ka vārds "manpower" tādējādi esot jāatstāj pieejams [vispārējai izmantošanai].

27 Prasītāja norāda, ka sabiedriskās intereses balstoties uz to, ka vārds "manpower" esot pilnībā aprakstošs Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē ne tikai angļu un vācu valodā, bet arī vairumā citu Kopienas valodu un ka tas kā ikdienas valodas jēdziens un it īpaši kā specializētās valodas personāla jomā jēdziens esot jāpatur vispārējai lietošanai. Internetā vārds "manpower" tiekot izprasts kā "darbaspēka" starptautisks daudzvalodu apzīmējums.

28 Prasītāja norāda, ka vārds "manpower" visā Kopienā esot aprakstošs pat tad, ja vērā tiek ņemta tikai vācu un angļu valoda. Tā norāda, ka saskaņā ar Eiropas Kopienu Komisijas statistiku par svešvalodu zināšanām Kopienā 32 % attiecīgo personu runā vācu valodā un 47 % — angļu valodā.

29 Otrkārt, prasītāja uzskata, ka sabiedriskās intereses un pieejamības prasība balstoties uz to, ka vārdam "manpower" neesot atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, jo ar to nevarot apzīmēt viena noteikta uzņēmuma darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumus un personāla līzinga pakalpojumus. Darba tirgū šo vārdu izmantojot, lai apzīmētu "darbaspēku".

30 Prasītāja uzskata, ka juridiski spēkā esošai preču zīmei esot jābūt atšķirtspējīgai visā Kopienā. Apstrīdētajā lēmumā atšķirtspēja attiecībā uz visu Kopienu neesot tikusi novērtēta. Prasītāja uzskata, ka neesot pieņemami lielu daļu no tādām vecākajām

dalībvalstīm kā Francija, Itālija, Spānija, Luksemburga, Beļģija un Grieķija uzskatīt par valstīm, kurās nozīmīga sabiedrības daļa nerunā nedz angliski, nedz arī vāciski. Prasītāja uzskata, ka Pirmās instances tiesa jau esot norādījusi, ka ir konstatēts, ka zināms vāciski runājošo personu daudzums uz laiku vai pat pastāvīgi dzīvo Spānijā.

31 Saistībā ar iespējamo Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu ITSB norāda, ka Apelāciju padome esot secinājusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi kā aprakstošu uztver tikai dažās Kopienas daļās.

32 ITSB, pirmkārt, uzskata, ka Apelāciju padome esot uzskatījusi, ka Kopienas angļu valodā runājošajos reģionos vārdu sapratīs ikviena persona, katrā ziņā personāla resursu pārvaldes jomā, un ka to turklāt sapratīs profesionālie darbinieki personāla dienestos, ieskaitot valstis, kurās parasti tiek izmantota angļu darījumu valoda.

33 Otrkārt, ITSB uzskata, ka, salīdzinot ar Anulēšanas nodaļu, kura bija minējusi tikai angliski runājošo reģionu valstis, Apelāciju padome, ņemot vērā "Vāciju, Austriju, Nīderlandi, Zviedriju, Dāniju un Somiju" kā tādas, ģeogrāfisko teritoriju, kurā sabiedrība vārdu "manpower" varētu uztvert kā aprakstošu, esot paplašinājusi. ITSB uzskata, ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta piemērošanas paplašināšanas pamatotību varot apšaubīt.

34 Treškārt, ITSB norāda, ka prasītājas arguments, saskaņā ar kuru vairumā dalībvalstu konkrētās sabiedrības būtiskā daļa raiti runājot angliski, esot nepareizs pēc būtības. Aplūkojot no faktu viedokļa, prasītāja šo argumentu neesot pierādījusi.

35 Persona, kas iestājusies lietā, pirmkārt, uzskata, ka jautājums par atbilstību Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktam rodas tikai saistībā ar Nicas nolīguma 35. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem (darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumi; personāla līzinga pakalpojumi). Angļu valodā attiecīgos pakalpojumus apzīmēt ar vārdu "manpower" neesot nedz parasti, nedz arī dabiski. Persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka prasītājas centieni piesavināties preču zīmi "MANPOWER", īpaši attiecībā uz Austriju, esot labākais tās vērtības un atšķirtspējas pierādījums.

36 Šajā sakarā persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka Anulēšanas nodaļa esot pamatoti norādījusi, ka angļu valodā vārds "manpower" personāla darbā iekārtošanas pakalpojumiem nav parasts (Anulēšanas nodaļas lēmuma 10. punkts). Šos pakalpojumus aprakstot ar vārdiem "employment", "recruitment" vai "placement" (*employment services*, *employment agency services*, *recruitment agency services*, *staffing services* vai *placement services*). Persona, kas iestājusies lietā, uzsver, ka vārds "manpower" neesot parastais personāla darbā iekārtošanas pakalpojumu apzīmēšanas veids un šos pakalpojumus neaprakstot tādā veidā, kas neļautu pildīt uzņēmuma, kas tos piedāvā tirgū, identifikācijas funkciju. Lai pierādītu savus apgalvojumus, persona, kas iestājusies lietā, atsaucas uz vairākām publikācijām personāla resursu jomā.

37 Persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka praktiski neesot iespējams, ka trešās personas, īpaši tās konkurenti, savas komercdarbības ietvaros un bez prettiesiskiem nodomiem preču zīmi "MANPOWER" vai līdzīgu preču zīmi izmantos, lai apzīmētu sevis sniegtos pakalpojumus.

38 Persona, kas iestājusies lietā, apstiprina, ka Apelāciju padome esot kļūdaini uzskatījusi, ka vārds "manpower" ir aprakstošs arī attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuri

ietilpst Nicas nolīguma 9., 16., 41. un 42. klasē un kuri tiek aizsargāti ar attiecīgo preču zīmi.

39 Otrkārt, persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka Apelāciju padomei neesot neviena pierādījuma, lai pamatotu savu konstatējumu, ka sešu angliski nerunājošo Kopienas dalībvalstu patērētājiem vārds "manpower" attiecībā uz personāla darbā iekārtošanas pakalpojumiem esot aprakstošs. Nekas nepierādot, ka attiecībā uz angliski nerunājošo valstu patērētājiem šim vārdam nebūtu atšķirtspējas. Anulēšanas nodaļa esot pamatoti konstatējusi, ka ārpus Apvienotās Karalistes un Īrijas vārdu "manpower" uzskata par izdomātu vai ierosinošu un ka tas var derēt attiecīgo preču vai pakalpojumu izcelsmes apzīmēšanai (Anulēšanas nodaļas lēmuma 10. punkts).

40 Īpaši saistībā ar Vāciju un Austriju persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka tas vien, ka vārds "manpower" parādās vienā vācu vārdnīcā, nenozīmējot, ka vāciski runājošā sabiedrība to vispārīgi izmanto un saprot vai ka tas būtu zināms nozīmīgai sabiedrības daļai. Tā uzskata, ka, lai saprastu šī vārda nozīmi, vāciski runājošam vidusmēra patērētājam būtu jārada sarežģīta ideju asociācija. Persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka, pat ja tiktu pieņemts, ka vārda "manpower" izmantošana ir uzsākta komerciālajā vācu valodā, ko neapstiprinot neviens pierādījums, tas nenozīmējot, ka, ja tas tiks izmantots saistībā ar personāla darbā iekārtošanas pakalpojumiem, attiecīgie vāciski runājošie patērētāji to sapratīs vienīgi kā šos pakalpojumus aprakstošu. Izteikumam "darbaspēks" neesot tāda pati nozīme kā izteikumam "personāla darbā iekārtošanas pakalpojums".

41 Persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka neesot nekādu pierādījumu par vārda "manpower" tādu izmantošanu internetā citā valodā, nevis angļu, kas nebūtu atsauce uz pašu personu, kas iestājusies lietā, un tās pakalpojumiem. Pat interneta lapās angļu valodā deviņos gadījumos no desmit šis vārds tiekot izmantots, lai veiktu šādu atsauci. Personas, kas iestājusies lietā, veiktās pārbaudes rezultāti faktiski tikai pamatojot tās apgalvojumus par tās starptautiska mēroga reputāciju.

Pirmās instances tiesas vērtējums

42 Par Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta attiecībā uz preču zīmēm, kam trūkst atšķirtspējas, iespējamo pārkāpumu ITSB norāda, ka savā apelācijas sūdzībā Apelāciju padomē prasītāja šīs normas pārkāpumu nebija norādījusi. ITSB uzskata, ka šī pirmā pamata daļa ir jānoraida kā nepieņemama.

43 Šajā sakarā Pirmās instances tiesa konstatē, ka no šajā lietā esošo ITSB dokumentu pārbaudes, kā arī no apstrīdētā lēmuma izriet, ka savā apelācijas sūdzībā Apelāciju padomē prasītāja iebildumu par Anulēšanas nodaļas pieļauto minētās normas pārkāpumu nebija norādījusi. Apelāciju padome tās piemērojamību nav analizējusi. No Reglamenta 135. panta 4. punkta izriet, ka lietas dalībnieki šajā tiesā nevar grozīt strīda priekšmetu, kāds tas ticis noteikts Apelāciju padomē. Tādējādi prasītājas pirmā pamata daļa, kas attiecas uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu, ir jānoraida kā nepieņemama.

44 Attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta iespējamo pārkāpumu ir jāatgādina, ka atbilstoši šai normai nereģistrē "preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības".

45 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta mērķis ir vispārējās intereses, kas prasa, lai visiem būtu brīvi pieejami apzīmējumi vai norādes, kas apraksta preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem pieteikta reģistrācija, īpašības (Pirmās instances tiesas 2007. gada 14. jūnija spriedums lietā T-207/06 *Europig*/ITSB ("EUROPIG"), Krājums, II-1961. lpp., 24. punkts un tajā minētā judikatūra).

46 Turklāt Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts attiecas uz apzīmējumiem, kuri nespēj pildīt preču zīmes pamata funkciju, proti, identificēt preces vai pakalpojuma komerciālo izcelsmi, lai tātad ļautu patērētājam, kurš iegūst ar preču zīmi aptverto preci vai pakalpojumu, veicot turpmāku iegūšanu, izdarīt to pašu izvēli, ja pieredze izrādās pozitīva, vai izdarīt citu izvēli, ja pieredze izrādās negatīva (skat. iepriekš 45. punktā minēto spriedumu lietā "EUROPIG", 25. punkts un tajā minētā judikatūra).

47 Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētie apzīmējumi un norādes ir tādas, kas, tos parasti izmantojot, raugoties no mērķsabiedrības viedokļa, var kalpot, lai apzīmētu — vai nu tieši, vai ar norādi uz vienu no to būtiskām īpašībām — preci vai pakalpojumu, attiecībā uz kuru ir pieteikta reģistrācija (skat. iepriekš 45. punktā minēto spriedumu lietā "EUROPIG", 26. punkts un tajā minētā judikatūra).

48 No tā izriet — lai apzīmējumam piemērotu šajā normā paredzēto aizliegumu, tam jābūt pietiekami tieši un konkrēti saistītam ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, lai ļautu konkrētajai sabiedrības daļai uzreiz un bez jebkādām pārdomām uztvert attiecīgo preču vai pakalpojumu vai kādas no to īpašībām aprakstu (skat. iepriekš 45. punktā minēto spriedumu lietā "EUROPIG", 27. punkts un tajā minētā judikatūra).

49 Pirmkārt, ir jāpārbauda, vai Apelāciju padome pamatoti ir konstatējusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme tajā Kopienas daļā, kur konkrētās sabiedrības daļas vairākuma valoda ir angļu valoda, t.i., Apvienotajā Karalistē un Īrijā, bija aprakstoša, ko persona, kas iestājusies lietā, apstrīd.

50 Ņemot vērā ar minēto preču zīmi apzīmēto preču un pakalpojumu heterogēno raksturu, preču un pakalpojumu analīze ir jāveic divos posmos, apskatot, no vienas

puses, "darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumus" un "personāla līzinga pakalpojumus", kas ietilpst 35. klasē, un, no otras puses, pārējās ar attiecīgo preču zīmi apzīmētās preces un pakalpojumus (kas ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē).

51 Apelāciju padome pati ir veikusi šādu analīzi divos posmos, apstrīdētā lēmuma 12. punktā apstiprinot, no vienas puses, ka "attiecībā uz darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumiem un personāla līzinga pakalpojumiem vārds "manpower" angļu valodā ir aprakstošs, jo runa ir par vārdu, kas personāla resursu pārvaldes jomā ir bieži izmantojams", un, no otras puses, ka vārdam "manpower" "aprakstošais raksturs piemīt arī attiecībā uz vairumu [ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi apzīmēto] preču un pakalpojumu, kas ietilpst 9., 16, 41. un 42. klasē, jo šo vārdu, ja to izmanto darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumu ietvaros, var saprast kā tādu, kas norāda uz šo preču un pakalpojumu saturu".

52 Apelāciju padome ir apstiprinājusi, ka vārds "manpower" ir angļu valodas vārds, ar ko atbilstoši *The New Shorter Oxford English Dictionary* (Thumb Index Edition, 1993) apzīmē "strādājoša cilvēka spēku vai darbību; darba izpildes ātruma vienību; militārai darbībai, darbam vai citam nolūkam pieejamo vai vajadzīgo personu kopumu; darbiniekus kā aprēķināmu resursu; darbaspēku". Apelāciju padome uzskata, ka runa ir par komerciālajā angļu valodā parastu vārdu, ko personāla resursu pārvaldes jomā plaši izmanto un labi pazīst.

53 Šajā sakarā Apelāciju padome atsaucas uz *Wideman Comparative Glossary of Project Management Terms*, saskaņā ar kuru vārds "manpower" nozīmē kopējo personu skaitu, kas ir vajadzīgs konkrētajam darba veidam. Darbaspēka plānošana (*manpower planning*) esot process, ko veido organizācijas vajadzību darbaspēka jomā projektēšana laikā gan skaitliskā, gan arī kvalitatīvā ziņā, un vajadzīgo personāla resursu izmantošana, lai apmierinātu organizācijas vajadzības.

54 Apelāciju padome uzskata, ka, ņemot vērā šīs definīcijas, nav nekādu šaubu, ka ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi aizsargātos pakalpojumus, t.i., personāla līzinga pakalpojumus, var kvalificēt par "darbaspēka nodrošināšanu" (*providing manpower*). Apstrīdētā lēmuma 14. punktā Apelāciju padome ir atzīmējusi, ka plaša attiecīgā vārda aprakstoša izmantošana ar pierādījumiem ir pierādīta.

55 Pirmās instances tiesa norāda, ka attiecībā uz Apvienoto Karalisti un Īriju Anulēšanas nodaļa ir balstījusies uz angļu valodas vārdnīcas *Collins* (1996. gada izdevums) ierakstu, saskaņā ar kuru ar vārdu "manpower" angļu valodā apzīmē "cilvēka darbaspēku; spēka vienību, kas balstās uz ritmu, atbilstoši kuram cilvēks var strādāt; aptuveni 75 vatus; personu skaitu, kas ir vajadzīgs vai pieejams darbam" (*power supplied by man*; *a unit of power based on a rate at which a man can work*; *roughly 75 watts*; *the number of people needed or available for a job*). Pamatojoties uz šiem datiem, tā apgalvoja, ka minēto vārdu angļu valodā izmanto saistībā ar darbaspēku, tomēr niansējot un uzsverot, ka, lai apzīmētu attiecīgos pakalpojumus, vārds "manpower" šajā valodā nav visparastākais vārds.

56 Šajā sakarā Pirmās instances tiesa konstatē, pirmkārt, ka, piemērojot iepriekš 47. punktā minēto judikatūru, lai novērtētu personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes iespējami aprakstošo raksturu, ir jāatbild uz jautājumu, vai vārdu "manpower", to parasti izmantojot, raugoties no mērķsabiedrības viedokļa, var izmantot, lai apzīmētu — vai nu tieši, vai ar norādi uz vienu no to būtiskajām īpašībām — preces vai pakalpojumus, kas ir aizsargāti ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi.

57 Otrkārt, attiecībā uz minēto mērķsabiedrību ir uzskatāms, ka šajā lietā, ņemot vērā attiecīgo pakalpojumu samērā plašo specifikāciju, to veido visi iedzīvotāji darbinieku vecumā. Darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumus vai personāla aģentūru līzinga pakalpojumus, ko aizsargā personas, kas iestājusies lietā, preču zīme, var izmantot kā darba devēji un darbinieki, tā personas, kas ir aktīvas personāla līzinga jomā, un citas personas darbinieku vecumā.

58 Ņemot vērā visu iepriekš minēto apstākļu kopumu un it īpaši Apelāciju padomes un Anulēšanas nodaļas sniegtās vārda "manpower" nozīmes angļu valodā definīcijas, Pirmās instances tiesa uzskata, ka Apelāciju padome pamatoti ir secinājusi, ka attiecībā uz darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumiem vai personāla līzinga aģentūru pakalpojumiem šis vārds Apvienotajā Karalistē un Īrijā ir aprakstošs.

59 Ir jākonstatē, ka angļu vārdam "manpower" ar attiecīgajiem pakalpojumiem ir pietiekami tieša un konkrēta saikne, lai konkrētā sabiedrības daļa Apvienotajā Karalistē un Īrijā uzreiz un bez jebkādām pārdomām uztvertu šo pakalpojumu aprakstu iepriekš 48. punktā minētajā judikatūrā paredzētajā izpratnē.

60 Ne ar vienu no personas, kas iestājusies lietā, norādītajiem argumentiem šos apsvērumus nevar apšaubīt.

61 Vispirms attiecībā uz apgalvojumu, ka attiecīgos pakalpojumus angļu valodā apraksta ar vārdiem "employment", "recruitment", "placement" vai "staffing", ir jāatzīmē, ka, paturot prātā, ka angļu valodā ir parasti vienu un to pašu semantisko kontekstu apzīmēt ar dažādiem sinonīmiem, tiešu un konkrētu saikni starp vārdu "manpower" un šiem pakalpojumiem ar šo apgalvojumu nevar apšaubīt.

62 Turpmāk persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka angļu valodā attiecīgos pakalpojumus apzīmēt ar vārdu "manpower" nav nedz parasti, nedz arī dabiski un ka turklāt neviena apstrīdētajā lēmumā minētā definīcija vārdu "manpower" nepadara atbilstošu personāla darbā iekārtošanas pakalpojumiem. Ir jākonstatē, ka, pat ja tiktu uzskatīts, ka vārds "manpower", ar to apzīmējot "darbaspēku", angļu valodā nav visparastākais termins darbā iekārtošanas aģentūru vai personāla līzinga pakalpojumu apzīmēšanai,

tad tomēr, ievērojot tā tiešu saistību ar šiem pakalpojumiem, to vienmēr var uzskatīt par šos pakalpojumus aprakstošu.

63 Šajā sakarā apstrīdētajā lēmumā minētās definīcijas ļauj konstatēt, ka minētajam vārdam ir attiecīgajiem pakalpojumiem pietiekami tuva nozīme, no kā izriet, ka attiecīgā sabiedrības daļa Apvienotajā Karalistē un Īrijā uzreiz un bez jebkādām pārdomām starp šo vārdu un attiecīgajiem pakalpojumiem izveidos konkrētu un tiešu saikni. No tā izriet, ka, šo vārdu parasti izmantojot, raugoties no mērķsabiedrības viedokļa, tas var kalpot šo pakalpojumu apzīmēšanai. Turklāt apstrīdētā lēmuma 14. punktā Apelāciju padome ir sniegusi konkrētas norādes par vārda “manpower” izmantošanu aprakstošā veidā komerciālajā angļu valodā. Katrā ziņā jautājumam, vai vārdu “manpower” šādā aprakstošā nolūkā faktiski izmanto, nav nozīmes, jo pietiek ar to, ka šo vārdu šādā nolūkā var izmantot (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2005. gada 12. janvāra spriedumu apvienotajās lietās no T-367/02 līdz T-369/02 *Wieland-Werke*/ITSB (“SnTEM”, “SnPUR”, “SnMIX”), Krājums, II-47. lpp., 40. punkts un tajā minētā judikatūra).

64 Personas, kas iestājusies lietā, sniegtie pierādījumi, lai pamatotu savu argumentāciju, ka vārds “manpower” nav tāds, ko angļu valodā parasti izmanto, lai apzīmētu attiecīgos pakalpojumus, ļauj vienīgi konstatēt, ka šo pakalpojumu apzīmēšanai tiek izmantots ne tikai vārds “manpower”, bet arī citi vārdi. Ir jākonstatē, ka, lai personas, kas iestājusies lietā, preču zīmei piemērotu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā iekļauto reģistrācijas atteikuma pamatojumu, nav nozīmes, vai pastāv vai nepastāv sinonīmi, ar kuriem tāpat var apzīmēt attiecīgās preces vai pakalpojumus (pēc analoģijas skat. iepriekš 63. punktā minēto spriedumu lietā “SnTEM”, “SnPUR”, “SnMIX”, 41. punkts).

65 Visbeidzot, personas, kas iestājusies lietā, arguments, saskaņā ar kuru nav iespējams, ka trešās personas preču zīmi “MANPOWER” izmantos savas saimnieciskās darbības ietvaros (skat. iepriekš 37. punktu), saistībā ar jautājuma, vai vārds “manpower” ir vai nav aprakstošs, izskatīšanu neattiecas uz lietu un tādējādi tāpat ir noraidāms.

66 Attiecībā uz citām precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas personas, kas iestājusies lietā, preču zīme, Pirmās instances tiesa tiktāl, ciktāl runa ir par Apvienoto Karalisti un Īriju, uzskata, ka Apelāciju padome pamatoti ir apstiprinājusi, ka vārds "manpower" ir aprakstošs arī attiecībā uz vairumu preču un pakalpojumu, kas ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē un ko aizsargā personas, kas iestājusies lietā, preču zīme.

67 Šajā sakarā atbilstoši Apelāciju padomes teiktajam ir jāatzīmē, pirmkārt, ka, šo vārdu izmantojot saistībā ar darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumiem, tas var tikt saprasts kā vārds, ar ko apzīmē minēto preču un pakalpojumu saturu. Šādos apstākļos konkrētā sabiedrības daļa, kas attiecībā uz šīm precēm un pakalpojumiem turklāt atbilst tai, kura ir definēta iepriekš 57. punktā, personas, kas iestājusies lietā, preču zīmē saskatīs tiešu un konkrētu norādi uz minētajām precēm un pakalpojumiem.

68 Otrkārt, tā kā šīs preces un pakalpojumi ietver tādas preces un pakalpojumus, kam nav nekāda sakara ar darbā iekārtošanas un personāla līzinga pakalpojumiem, ir jāatzīmē, ka persona, kas iestājusies lietā, vārdu "manpower" ir reģistrējusi attiecībā uz katru no tiem to kopumā. Tātad ir jāsecina, ka, uzskatot, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme Apvienotajā Karalistē un Īrijā ir aprakstoša attiecībā uz visām ar minēto preču zīmi aizsargātajām precēm un pakalpojumiem, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 3. decembra spriedumu lietā T-16/02 *Audi*/ITSB ("TDI"), *Recueil*, II-5167. lpp., 35. punkts un tajā minētā judikatūra).

69 Otrkārt, ir jānovērtē, vai minētā preču zīme ir aprakstoša arī vienā vai vairākās citās Savienības dalībvalstīs.

70 Šajā sakarā Anulēšanas nodaļas un Apelāciju padomes pieeja bijusi atšķirīga. Anulēšanas nodaļa ir uzskatījusi, ka vārds "manpower" ir aprakstošs tikai Apvienotajā Karalistē un Īrijā, nevis citās Savienības dalībvalstīs (Anulēšanas nodaļas lēmuma 9. un 10. punkts). Tā ir uzskatījusi, ka ārpus divām minētajām angliski runājošajām valstīm

attiecīgo vārdu, kas ir tikai angļu valodā eksistējošs termins, neuzskatīs par aprakstošu, jo, atsaucoties uz darbaspēka vai darbinieku jēdzieniem, attiecīgie patērētāji angliski nerunājošās valstīs izmantos piemērotus savas valodas vārdus. Anulēšanas nodaļa ir piebildusi, ka, atsaucoties uz darbā iekārtošanas aģentūru vai personāla līzinga aģentūru pakalpojumiem, vārds "manpower" angļu valodā turklāt nav visparastākais vārds. Atbilstoši Anulēšanas nodaļas viedoklim attiecīgie patērētāji angliski nerunājošās valstīs šo vārdu tātad uzskatīšot par izdomātu vai ierosinošu vārdu, kas var būt norāde par ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi aizsargāto preču un pakalpojumu izcelsmi.

71 Apelāciju padome ir uzskatījusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme ir aprakstoša ne tikai Apvienotajā Karalistē un Īrijā, bet arī vāciski runājošajās valstīs, t.i., Vācijā un Austrijā, kur vārds "manpower" ir iekļauts komerciālajā valodā (apstrīdētā lēmuma 15. un 16. punkts), un Savienības valstīs, kur angļu valoda ir labi iesakņojusies, t.i., saskaņā ar Apelāciju padomes viedokli — Nīderlandē, Zviedrijā, Dānijā un Somijā (apstrīdētā lēmuma 16. punkts).

72 Lietas dalībnieki Pirmās instances tiesā nepiekrita apgalvojumam par ģeogrāfisko platību, kurā konkrētā sabiedrības daļa vārdu "manpower" varot uztvert kā aprakstošu.

73 Ir jākonstatē, ka, piemērojot iepriekš 47. punktā minēto judikatūru, lai novērtētu, vai personas, kas iestājusies lietā, preču zīme attiecībā uz izskatāmajām precēm un pakalpojumiem ir aprakstoša angliski nerunājošajās dalībvalstīs, ir jānovērtē, vai, to šajās valstīs parasti izmantojot, raugoties no mērķsabiedrības viedokļa, tā var kalpot, lai — vai nu tieši, vai ar norādi uz vienu no to būtiskajām īpašībām — apzīmētu preces vai pakalpojumus, kas ir aizsargāti ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi.

74 Uz šo jautājumu apstiprinoši var atbildēt divos gadījumos.

75 Pirmais atbilst situācijai, kad attiecīgās valsts valodā ir uzsākta angļu valodas vārda "manpower" izmantošana un to vismaz tiktāl, ciktāl ir iesaistīta konkrētā sabiedrības daļa, var izmantot, aizstājot šīs valodas vārdu, kas nozīmē "darbaspēks". Šajā gadījumā, minētajai sabiedrībai piederošai personai savā valsts lingvistiskajā kontekstā saskaroties ar vārdu "manpower", tā šo vārdu uzreiz uztvers kā atsauci uz "darbaspēku".

76 Otrais gadījums atbilst situācijai, kad kontekstā, kurā ietvertas ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi aizsargātās preces un pakalpojumi, angļu valodu izmanto, pat ja tas tā ir tikai alternatīvi valsts valodai, lai vērstos pie konkrētajai sabiedrības daļai piederošām personām. Šajā gadījumā ir acīmredzami, ka vārdu "manpower", kas ir angļu vārds, saistībā ar minētajām precēm un pakalpojumiem uztvers kā aprakstošu. Tomēr, ja, vēršoties pie šīs sabiedrības, angļu valoda šajā kontekstā faktiski netiek izmantota, vienīgi konkrētajā sabiedrībā vai ievērojamā tās daļā izplatītas angļu valodas zināšanas nebūs pietiekamas.

77 Attiecībā uz jautājumu, vai situācija vienā vai vairākās angļu valodā nerunājošās Savienības dalībvalstīs atbilst vienam no diviem iepriekš 75. un 76. punktā minētajiem gadījumiem, vispirms ir jāatzīmē, ka apstrīdētā lēmuma 15. punktā Apelāciju padome ir apstiprinājusi, ka vārda "manpower" kā komerciālās angļu valodas bieži izmantojama vārda lietošana ir uzsākta arī komerciālajā vācu valodā.

78 Persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka tas vien, ka vārds "manpower" parādās vienā vācu vārdnīcā, nenozīmē, ka vāciski runājošā sabiedrība to vispārīgi izmanto un saprot vai ka tas būtu zināms nozīmīgai sabiedrības daļai. Šajā sakarā ir jākonstatē, ka minēto vērtējumu Apelāciju padome ir balstījusi ne tikai uz to, ka vārds "manpower" ir iekļauts

"plaši izplatītajā vācu vārdnīcā "Duden"", bet arī uz to, ka šis vārds ir minēts "lieko" vācu vārdu sarakstā un ka tas tiek izmantots Vācijas Bambergas [*Bamberg*] Komercskolas studentu padomē, kā arī Vīnes (Austrija) Tehniskās universitātes (TU) veicamā pētniecības projektā (apstrīdētā lēmuma 15. punkts).

79 Iepriekš minētie apstākļi, apskatot tos kopumā, ļauj konstatēt, ka Apelāciju padome pamatoti ir uzskatījusi, ka vārds "manpower" ir aprakstošs arī vācu valodā un tātad — Vācijā un Austrijā. Kā norādīts apstrīdētajā lēmumā, atbilstoši *Duden* vārdnīcai šis vārds ir ekvivalents vārdam "Arbeitskraft" (darbaspēks). Tādējādi attiecīgie vāciski runājošie patērētāji uzreiz un bez jebkādām pārdomām var veidot tiešu un konkrētu saikni starp šo jēdzienu un darbā iekārtošanas aģentūru un personāla līzinga pakalpojumiem. Tas tā ir vēl jo vairāk tāpēc, ka, ņemot vērā no ievadā minētā lieko vācu vārdu saraksta izrietošo, attiecīgajā vācu valodas lingvistikā vārds "manpower" ir moderns vārds.

80 Attiecībā uz ar personas, kura iestājusies lietā, preču zīmi aizsargātajām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē, Pirmās instances tiesa uzskata, ka saistībā ar Vāciju un Austriju ir piemērojama tāda pati argumentācija, kāda ir norādīta iepriekš 66.–68. punktā.

81 Turpmāk ir jāpārbauda, vai personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi var uzskatīt par aprakstošu vienā vai vairākās citās angļu valodā nerunājošās Kopienas dalībvalstīs.

82 Šajā sakarā ir jāatzīmē, ka apstrīdētā lēmuma 16. punktā Apelāciju padome ir norādījusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme ir aprakstoša arī dalībvalstīs, kur

"nozīmīgai klientu daļai ir komerciālās angļu valodas zināšanas un pietiekama prakse", t.i., saskaņā ar Apelāciju padomes viedokli — Nīderlandē, Zviedrijā, Dānijā un Somijā.

83 Savā analīzē Apelāciju padome ir balstījusies, pirmkārt, uz savu "pieredzi", saskaņā ar kuru šīs angļu valodas zināšanas un šī izmantošana minētajās valstīs ir īpaši pārbaudīta. Otrkārt, tā ir norādījusi, ka angļu valoda ir visā pasaulē izmantojamā vispārpieņemtā komerciālā valoda un arī vairāku starptautisku sabiedrību oficiālā darba valoda. Treškārt, tā ir apstiprinājusi, ka nelielās valstīs komerclietas studējošie studenti mācību laikā bieži sastopas ar tekstiem angļu valodā un ka pēc universitātes studiju beigām tie dodas strādāt personāla nodaļās vai ieņem citas darba vietas uzņēmumos, kas nodarbojas ar pagaidu personāla pieņemšanu darbā. Visbeidzot, Apelāciju padome ir minējusi, ka tās lēmumu šajā jautājumā apstiprinot "vairāki pierādījumi" (apstrīdētā lēmuma 16. un 17. punkts).

84 Pirmās instances tiesa uzskata, ka minētā Apelāciju padomes analīze ir kļūdaina.

85 Pirmkārt, šajā sakarā ir jāatgādina, ka attiecīgo sabiedrības daļu veido visi iedzīvotāji, kā tas ir definēts iepriekš 57. punktā, nevis tikai vai "galvenokārt" darba devēji, kas meklē personālu (it īpaši to personāla nodaļas), ko Apelāciju padome ir ņēmusi vērā savā analīzē apstrīdētā lēmuma 16. punktā.

86 Attiecībā uz jautājumu, vai, to parasti izmantojot, raugoties no mērķsabiedrības viedokļa, preču zīme var kalpot, lai apzīmētu attiecīgās preces un pakalpojumus, ir jāatzīmē, ka šī "normālā izmantošana" acīmredzami var atšķirties atkarībā no tā, vai runa, no vienas puses, ir par valodas lietojumu speciālistu personāla jomā vidū vai, no

otras puses, personu, kas meklē darbu, it īpaši pagaidu darbinieku, un citu personu darbinieku vecumā, kuras nav specializējušās personāla jomā, tās pašas valodas parasto lietojumu.

87 Otrkārt, ir jāatzīmē, ka attiecībā uz Zviedriju, Dāniju, Somiju un Nīderlandi Apelāciju padome nav konstatējusi, ka šajās valstīs vārda “manpower” izmantošana valsts valodā iepriekš 75. punktā minēto kritēriju izpratnē būtu uzsākta.

88 Tādējādi ir vienīgi jāizvērtē, vai šajās valstīs situācija var būt līdzīga tai situācijai, kāda ir aprakstīta iepriekš 76. punktā.

89 Pirmās instances tiesa uzskata, ka tas tā nav. Izņemot iepriekš minēto faktu, ka Apelāciju padome nav ņēmusi vērā konkrēto sabiedrības daļu kopumā, tā arī nav pierādījusi, ka ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi aizsargāto preču un pakalpojumu kontekstā angļu valoda tiek izmantota, pat ja tas tā ir tikai alternatīvi valsts valodai, lai vērstos pie sabiedrībai, ko tā ir ņēmusi vērā, piederošajām personām.

90 Tātad ir jāsecina, ka, uzskatot, ka Nīderlandē, Zviedrijā, Dānijā un Somijā personas, kas iestājusies lietā, preču zīme saistībā ar attiecīgajiem pakalpojumiem un precēm bija aprakstoša, Apelāciju padome ir pieļāvusi kļūdu vērtējumā.

91 Turpretim attiecībā uz atlikušajām angliski nerunājošām Kopienas dalībvalstīm Apelāciju padome pamatoti ir konstatējusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme tajās nebija aprakstoša.

92 Šajā sakarā ir jāatzīmē, ka ne ar vienu no prasītājas apgalvojumiem šādu konstatējumu nevar apšaubīt. No vienas puses, ar angļu vai vācu valodā runājošo Kopienas iedzīvotāju procentuālo statistiku acīmredzami nevar pierādīt, ka angļu valoda tiek izmantota, pat ja tas tā ir tikai alternatīvi valsts valodai, lai vērstos pie konkrētajai sabiedrības daļai šajās valstīs piederošajām personām kontekstā, kurā iekļaujas ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi aizsargātās preces un pakalpojumi.

93 No otras puses, attiecībā uz prasītājas apgalvojumu par to, ka daudzi darbinieki, kas no angliski un vāciski runājošajām valstīm atgriežas savā izcelsmes valstī, ieved iegūto vārdu krājumu un ka, pateicoties angļu un vācu pilsoņu tūrismam, pastāv lingvistiskā apmaiņa, ir jākonstatē, ka šie apgalvojumi acīmredzot ir pārāk vispārīgi, lai pierādītu, ka vienā no Eiropas valstīm, ko Apelāciju padome savā analīzē nav ņēmusi vērā, vārda "manpower" izmantošana būtu uzsākta.

94 No tā izriet, ka atbilstoši Regulas Nr. 40/94 63. panta 3. punktam apstrīdētais lēmums ir jāgroza tādā ziņā, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, saistībā ar kuriem tā ir reģistrēta Nīderlandē, Zviedrijā, Dānijā un Somijā, nav aprakstoša. Tādējādi personas, kas iestājusies lietā, patstāvīgais prasījums daļēji ir jāapmierina.

95 Personas, kas iestājusies lietā, patstāvīgais prasījums pārējā daļā nav pamatots.

96 Turklāt, ņemot vērā iepriekš minēto, prasītājas pirmais pamats tiktāl, ciktāl tas attiecas uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu, ir jānoraida.

Par otro pamatu par Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta un 74. panta 1. punkta pārkāpumu saistībā ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanu Apvienotajā Karalistē, Īrijā, Vācijā un Austrijā

Lietas dalībnieku argumenti

97 Pirmkārt, saistībā ar Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta pārkāpumu prasītāja norāda, ka šajā pantā esot iekļauta atsauce uz 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktu un sākotnējiem trūkumiem, kas ietekmē vērtējumu atbilstoši minētās regulas 7. panta 3. punktam, tas neesot piemērojams. Tātad sākotnējos reģistrācijas trūkumus neesot bijis iespējams labot. Pat ja Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkts būtu piemērojams, prasītāja uzskata, ka apstrīdētais lēmums būtu nepareizs. Tā uzskata, ka pie secinājuma, ka preču zīme "MANPOWER", kas sākotnēji tika reģistrēta, neievērojot minētās regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta prasības, vēlāk ir ieguvusi atšķirtspēju, Apelāciju padome esot nonākusi, pamatojoties uz kļūdainu sabiedrības daļu, jo tā esot tikusi izskatīta pārāk ierobežoti. Prasītāja norāda, ka šī iemesla dēļ Apelāciju padome turpmāk nepareizi novērtējusi atšķirtspējai prasīto reputāciju atbilstoši Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktam.

98 Prasītāja uzskata, ka, tā kā Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkts attiecībā uz šīs pašas regulas 7. panta 3. punktā paredzēto gadījumu neesot piemērojams, atbilstošais datums, lai veiktu atšķirtspējas vērtējumu, esot personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datums. Prasītāja uzskata, ka šajā datumā apzīmējumam "MANPOWER" neesot bijis nekādas reputācijas. Prasītāja norāda, ka, pat ja minētās regulas 51. panta 2. punkts būtu piemērojams, ITSB nebūtu varējis kā atbilstošu datumu, lai veiktu atšķirtspējas iegūšanas vērtējumu, ņemt vērā "jebkuru brīdi pēc preču zīmes reģistrācijas". Prasītāja uzskata, ka atbilstošais datums esot lēmuma par pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu datums.

99 Prasītāja norāda, ka, pat ja tiktu uzskatīts, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīmei ir reputācija, tās prioritāte būtu "jākoriģē", [nosakot tai] atšķirtspējas iegūšanas izmantošanas rezultātā vērtējuma datumu. Prasītāja apgalvo, ka par vēlāk iegūtas atšķirtspējas sekām un ietekmi uz prioritāti Kopienu tiesībās vēl neesot ticis lemts. Šajā sakarā prasītāja norāda uz šajā jautājumā Vācijas tiesībās izmantojamo risinājumu. Tā norāda, ka atbilstoši šim risinājumam vēlāk iegūtā atšķirtspēja neesot piemērojama ar atpakaļejošu spēku attiecīgās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā, tādējādi garantējot tādu jaunāku preču zīmju pastāvēšanu, kuras ir radušās pēc agrākās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas, bet, pirms tā ieguvusi reputāciju.

100 Prasītāja uzsver, ka Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktā bez vārdiem veikta atsauce uz šīs regulas 7. panta 2. punktu, no kā izrietot, ka reģistrācija ir izslēgta, ja reģistrācijas atteikuma pamatojums pastāv tikai kādā Kopienas daļā. Prasītāja uzskata, ka šādu Kopienas daļu pārstāvot viena dalībvalsts.

101 Otrkārt, prasītāja uzsver, ka gan atbilstoši Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktam, gan arī atbilstoši šīs regulas 51. panta 2. punktam atšķirtspējai un tātad reputācijai esot jāpastāv visā Kopienā.

102 Prasītāja norāda, ka Apelāciju padome neesot ņēmusi vērā, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes spējas tikt reģistrētai tās izmantošanas rezultātā iegūšana prasa, lai vismaz viena ievērojama sabiedrības daļa vārdu "manpower" identificētu kā tādu, kas norāda uz personu, kas iestājusies lietā, un tās precēm un pakalpojumiem, nevis tikai, lai ar vārdu "manpower" patērētājiem nebūtu nekādas asociācijas. Prasītāja uzskata, ka visām ievērojamām konkrētās sabiedrības daļām attiecīgajā teritorijā preces un pakalpojumi esot jāidentificē kā tādi, kuru avots ir persona, kas iestājusies lietā. Tas neesot ticis pierādīts.

103 Tādējādi prasītāja uzskata, ka Apelāciju padome neesot ievērojusi obligātos atšķirtspējas iegūšanas izmantošanas rezultātā nosacījumus Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punkta un šīs pašas regulas 51. panta 2. punkta, skatot to kopā ar 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu, izpratnē, kas esot stingrāki nekā minētās regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta nosacījumi.

104 Treškārt, prasītāja norāda, ka attiecīgā sabiedrības daļa esot jānovērtē atkarībā no preču un pakalpojumu dabas. Prasītāja uzskata, ka darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumi un personāla līzinga pakalpojumi esot ikdienas pakalpojumi un ka attiecībā uz apzīmējumiem un preču zīmēm, kas ar tiem ir saistīti, attiecīgais vidusmēra patērētājs izrādīs drīzāk tikai vāju uzmanības līmeni. Tā uzskata, ka tādējādi, lai patērētāji vārdu "manpower" saprastu kā preču zīmi, esot vajadzīga ļoti dziļa iespiešanās tirgū. Ar šo vārdu nevar pārvarēt Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktā ietverto "reģistrācijas šķērsli".

105 Ceturtkārt, prasītāja apstrīd iespēju kādu preču un pakalpojumu reputāciju attiecināt uz citām precēm un pakalpojumiem (apstrīdētā lēmuma 34. punkts). Tā norāda, ka saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 51. panta 3. punktu preču zīmes, kurai nav atšķirtspējas vai kura ir aprakstoša, spēkā neesamība esot jāatzīst vismaz attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, saistībā ar kuriem reputāciju nav varēts pierādīt.

106 Prasītāja norāda, ka, tā kā persona, kas iestājusies lietā, atšķirtspējas esamību, pamatojoties uz tās preču zīmes reputāciju, esot mēģinājusi pierādīt tikai attiecībā uz personāla līzinga pakalpojumiem, tad, pat ja Pirmās instances tiesa uzskatītu, ka attiecībā uz šiem pakalpojumiem attiecīgā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju, pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu būtu jāapmierina attiecībā uz citām ar minēto preču zīmi apzīmētajām precēm un pakalpojumiem, kuru izmantošanai persona, kas iestājusies lietā, neesot sniegusi nekādus pierādījumus.

107 Piektkārt, prasītāja norāda, ka, neievērojot Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta prasības, ITSB personai, kas iestājusies lietā, nav lūdzis sniegt pietiekamus tās preču zīmes reputācijas visā Kopienā pierādījumus un, pamatojoties uz nepietiekamiem dokumentiem, ir pieņēmis nepareizu lēmumu.

108 Šajā sakarā tā norāda, ka Apelāciju padome nav ievērojusi atšķirtspējas iegūšanai vajadzīgos nosacījumus, par kuriem Tiesa ir secinājusi 1999. gada 4. maija spriedumā apvienotajās lietās C-108/97 un C-109/97 *Windsurfing Chiemsee*, *Recueil*, I-2779. lpp., jo apstrīdētā lēmuma 27. punktā tā ir ņēmusi vērā tikai apgrozījumu, kā arī reklāmu žurnālos un telefongrāmatās (Pirmās instances tiesas 2004. gada 10. novembra spriedums lietā T-402/02 *Storck*/ITSB (Konfekšu ietinamā papīra forma), Krājums, II-3849. lpp., 82. un turpmākie punkti).

109 Prasītāja norāda, ka Apelāciju padome bez jebkādiem pierādījumiem un detalizētas vērtēšanas esot uzskatījusi par ļoti iespējamu, ka Kopienas preču zīmes īpašnieces stāvoklis Apvienotajā Karalistē, kas turklāt esot apšaubāms, nākotnē paplašināsies attiecībā uz Īriju. Arguments, ka reputācija no vienas valsts var paplašināties attiecībā uz citu, un arguments, ka "spēcīga reputācija lielākā kaimiņvalstī" esot pietiekama, lai radītu atšķirtspēju citās valstīs (prasītāja atsaucas uz apstrīdētā lēmuma 32. un 33. punktu), jautājumu par reputāciju būtiskā Kopienas daļā padarot par absurdu. Prasītāja norāda, ka šajā gadījumā, ja reputācijas pierādījumi ir sniegti attiecībā tikai uz vienu dalībvalsti, varētu pieņemt, ka tā pastāv arī kaimiņvalstīs. Tas ietekmētu arī Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punktu. Tādējādi pieņēmums par reputācijas "paplašināšanos" neesot pieļaujams. Tas pats attiecoties uz pieņēmumu, ka reputāciju var secināt no valsts preču zīmes reģistrācijas pieteikuma, reputāciju nepierādot (apstrīdētā lēmuma 33. punkts).

110 Prasītāja norāda, ka tas, ka Apelāciju padome ņem vērā reklāmu tikai vienā valstī un pēc tam konstatē, ka, lai atzītu reputāciju, esot pietiekami, lai personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi izmantotu starptautiskā mērogā, un ka vienmēr ir jābalstās uz dzimto

valodu, (prasītāja atsaucas uz apstrīdētā lēmuma 32. punktu), tāpat ir iepriekš minētā noteikuma pārkāpums. Uzsvērt Kopienas preču zīmes starptautisku izmantošanu saistībā ar reputāciju Kopienas iekšienē esot apļveida argumentācija, kas neesot pieņemama. "Dzimtās valodas" arguments esot pretrunā apstrīdētā lēmuma 16. punktam, katrā ziņā attiecībā uz Somiju. Prasītāja norāda, ka esot noteikts, ka šajā punktā tiek konstatēts, ka Zviedrijā, Dānijā un Somijā vārds "manpower" ir pilnībā aprakstošs un tam nav atšķirtspējas.

111 Prasītāja uzskata, ka attiecībā uz Apvienoto Karalisti Apelāciju padome neesot novērtējusi, kāds konkrētās sabiedrības daļas procents personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi uztvers kā tādu, ar ko apzīmē tās preces un pakalpojumus. Saskaņā ar prasītājas viedokli ITSB esot bijis jāpieprasa objektīvie viedokļi tirdzniecības un rūpniecības palātās un citās profesionālās organizācijās, kā arī jābalstās uz sabiedriskām aptaujām.

112 Saistībā ar Vāciju prasītāja apgalvo, ka Apelāciju padomes atsaukšanās uz viedokļu aptauju, kas parāda, ka 54 % personu, kas strādā personāla jomā, pazīst preču zīmi "MANPOWER", un viedoklis, ka saistībā ar konkrēto sabiedrības daļu šī aptauja ir reprezentatīva, esot pretrunā apstrīdētā lēmuma 16. punktam. Jautājums esot par "attiecīgajiem patērētājiem, t.i., pagaidu darbinieku darba devējiem un personām, kas darbojas ar šādiem darba līgumiem", kuru ir ievērojami vairāk nekā "personu, kas strādā personāla jomā" (apstrīdētā lēmuma 28. punkts). Prasītāja uzskata, ka Apelāciju padome neesot ņēmusi vērā, ka konkrētā sabiedrības daļa katrā ziņā iekļauj arī pagaidu personālu, pat visus darbiniekus, darba devējus un personas, kas atrodas apmācības stadijā, kā personas, kas potenciāli meklēs darbu. Turklāt Apelāciju padome kļūdaini nodibinot saikni starp 54 % aptaujāto personu statistiku, kas pazīst "preču zīmi", un 70 % to personu statistiku, kas pazīst aprakstošu vārdu "manpower" (apstrīdētā lēmuma 28. punkts). Prasītāja uzskata, ka šie aptaujāto personu procentuālie skaitļi nepārklājas un tādējādi tās nevarot salīdzināt.

113 ITSB, pirmkārt, norāda, ka atbilstoši Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktam, kas šajā lietā esot piemērojams — ja Kopienas preču zīme ir reģistrēta, neievērojot 7. panta 1. punkta b), c) vai d) apakšpunkta prasības, to tomēr var neatzīt par spēkā neesošu, ja tās izmantošanas rezultātā tā ir ieguvusi atšķirtspēju. No visu valodu redakcijām, izņemot vācu valodu, izrietot, ka šī "iedibināšana" var notikt arī pēc reģistrācijas.

114 Otrkārt, ITSB uzskata, ka saistībā ar atbilstošo teritoriju esot noteikts, ka atšķirtspēja izmantošanas rezultātā preču zīmei ir jāiegūst tikai tur, kur pastāv atteikuma pamatojums. Turpinot šo pašu loģiku, ITSB uzskata, ka izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja esot jāpierāda tikai attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir spēkā attiecīgais absolūtais atteikuma pamatojums. ITSB norāda, ka Apelāciju padome esot izskatījusi vairākus pierādījumus par personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanu un ka, secinot, ka attiecīgajās valstīs šī preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, tā esot nonākusi pie pareiza secinājuma.

115 Treškārt, ITSB norāda, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes iedibināšanu Apelāciju padome ir novērtējusi, rūpīgi izskatot pierādījumus. Ņemot vērā, ka uz šo pierādījumu izskatīšanu Apelāciju padome vairākkārt ir atsaukusies apstrīdētajā lēmumā, to atkārtota izskatīšana neesot vajadzīga.

116 ITSB uzskata, ka saistībā ar Apvienoto Karalisti, ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, apgrozījumu, tās filiāļu skaitu (292 biroji 2000. gadā) un neskaitāmas atsauces presē, attiecībā uz personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes iedibināšanu šajā valstī nevarētu būt šaubu. Ņemot vērā šos apstākļus, neesot jāsniedz citi dokumenti vai neatkarīgi tirdzniecības palātu viedokļi.

117 ITSB uzskata, ka, ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, filiāļu skaitu (126 — 1999. gadā), tās gada apgrozījumu un iesniegtos preses rakstus, situācija esot skaidra arī

Vācijā. Tas uzsver viedokļu aptaujas, no kurām izrietot, ka 54 % attiecīgo patērētāju preču zīmi pazīst. ITSB apstrīd prasītājas apgalvojumu, ka šie skaitļi esot pārāk vāji. Tas uzskata, ka Apelāciju padome, minētos skaitļus saistot ar to patērētāju skaitu, kas angļu vārdu "manpower" var uztvert kā aprakstošu, pamatoti esot veikusi diferencētu pierādījumu pārbaudi, ņemot vērā preču un pakalpojumu dabu, kā arī attiecīgo tirgu. ITSB norāda, ka attiecībā uz Austriju iesniegtie pierādījumi apstiprinot personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes iedibināšanu arī šajā valstī.

118 Persona, kas iestājusies lietā, saistībā ar datumu, kas ir nozīmīgs atšķirtspējas izmantošanas rezultātā iegūšanas vērtējumam, būtībā norāda, pirmkārt, ka Apelāciju padome esot pamatoti balstījusies uz Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta formulējumu un ka izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja ar "atpakaļejošu spēku" esot piemērojama Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas dienai (prioritātes datums), nevis dienai, kurā tā ir ieguvusi atšķirtspēju ("koriģēts" prioritātes datums). Persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka "koriģēta" prioritātes datuma princips neesot savienojams ar Regulas Nr. 40/94 tekstu, kurā par labu šim principam neesot nevienas norādes.

119 Otrkārt, persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka tā ITSB esot iesniegusi ievērojamu pierādījumu daudzumu, kas parādot, ka attiecīgo preču zīmi tā Kopienā esot izmantojusi ilgstoši un intensīvi, kā arī tās kā tirgus pasaules līderes stāvokli pagaidu darba pakalpojumu jomā. Šie pierādījumi kopumā sniedzot skaidru priekšstatu par tās preču zīmes "MANPOWER" pirmšķirīgu stāvokli un reputāciju pagaidu darba jomā un personāla darbā iekārtošanas jomā Kopienā.

120 Treškārt, persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka tās iesniegtie pierādījumi attiecoties uz visām attiecīgajām valstīm un jautājumos, kur tas ir vajadzīgs, dodot pamatu atziņai, ka tās preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju saistībā ar patērētājiem Apvienotajā Karalistē,

kā arī Īrijā, Francijā, Vācijā, Itālijā, Spānijā, Portugālē, Austrijā, Nīderlandē, Beļģijā, Luksemburgā, Dānijā, Zviedrijā, Somijā un Grieķijā.

121 Šajā sakarā tā norāda, ka vairāki tās iesniegtie pierādījumi ietverot arī materiālu, kas Kopienā tiek izmantoti tās preču zīmes izplatīšanai dažādos medijos, eksemplārus, t.i., brošūras, skrejlapas, mārketinga un reklāmas materiālus, kā arī starp klientiem izplatāmās reklāmas dāvanas un vēstuļu papīru ar uzņēmuma "galvu". Persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka šie pierādījumi, kas ir klasificēti pēc valstīm, iekļauj kvantitatīvus raksturojošus datus par mārketinga un reklāmas materiālu izplatību un šajā sakarā veiktajiem izdevumiem.

122 Ceturtkārt, persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka pārbaudes stadijā pārbaudītājs to neesot aicinājis iesniegt atšķirtspējas iegūšanas pierādījumus attiecībā uz Apvienoto Karalisti un Īriju. Tā pēc savas iniciatīvas esot piedāvājusi arī pierādījumus attiecībā uz Vāciju. Pierādījumi attiecībā uz citām Kopienas valstīm tika iesniegti tikai spēkā neesamības atzīšanas procesā. Tādējādi nekas neļaujot secināt, ka tāpēc, ka pārbaudes stadijā pierādījumi bija iesniegti tikai attiecībā uz dažām valstīm, preču zīme izmantošanas rezultātā vēl nebija ieguvusi atšķirtspēju citās valstīs. Turklāt, ņemot vērā pierādījumu šāda rakstura lietās dabu, vienmēr esot grūti noteikt stāvokli, kāds preču zīmei ir bijis pirms vairākiem gadiem.

Pirmās instances tiesas vērtējums

123 Pirmkārt, ir jākonstatē, ka otrais pamats tiktāl, ciktāl tas attiecas uz personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanu Nīderlandē, Zviedrijā, Dānijā un Somijā,

apstrīdētā lēmuma grozījumu dēļ ir kļuvis neefektīvs. Tādējādi šis pamats ir jāpārbauda tikai attiecībā uz minētās preču zīmes izmantošanu Apvienotajā Karalistē, Īrijā, Vācijā un Austrijā.

124 Otrkārt, prasītājas iebildums par Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta pārkāpumu tāpat ir jānoraida. Prasītāja būtībā norāda, no vienas puses, ka, balstoties uz personas, kas iestājusies lietā, iesniegtajiem pierādījumiem, Apelāciju padome nevarēja secināt par personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanu Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta izpratnē astoņās valstīs, kurās minētā preču zīme atbilstoši Apelāciju padomes viedoklim ir aprakstoša, un ka, no otras puses, ņemot vērā šo pierādījumu nepietiekamību, Apelāciju padomei, piemērojot Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punktu, bija jālūdz personai, kas iestājusies lietā, sniegt preču zīmes izmantošanas papildu pierādījumus. Ir jākonstatē, ka, ja pirmais iebildums par Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta pārkāpumu ir pamatots, ar to pietiek, lai izraisītu apstrīdētā lēmuma atcelšanu. Turklāt iespējamā ITSB neizdarība saistībā ar lūguma atbilstoši Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punktam izteikšanu personai, kas iestājusies lietā, sniegt tās preču zīmes izmantošanas papildu pierādījumus, ja tiek pieņemts, ka tā patiešām pastāv, prasītājai nav nelabvēlīga, un tādējādi tai nav nekādas intereses šo apstākli uzturēt.

125 Treškārt, ir jāizskata prasītājas argumentācija, atbilstoši kurai būtībā, lai noraidītu lūgumu par spēkā neesamības atzīšanu, ar Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punktu netiek pieļauts ņemt vērā iespējamu preču zīmes, ko lūdz atzīt par spēkā neesošu, atšķirtspēju, kas šīs preču zīmes izmantošanas rezultātā ir iegūta pēc tās reģistrācijas.

126 Šo argumentāciju nevar atbalstīt. No vienas puses, lai pamatotu šo tēzi, prasītāja nevar efektīvi norādīt tikai uz Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta vācu valodas redakciju. Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru vajadzība vienoti interpretēt Kopienu tiesības izslēdz iespēju šaubu gadījumā aplūkot kādas normas tekstu izolēti, bet turpretim prasa, lai tas tiktu interpretēts un piemērots, ievērojot teksta redakciju citās oficiālajās valodās (Pirmās instances tiesas 2004. gada 16. decembra spriedums lietā T-11/02 *Pappas*/

Komisija, Krājums-CDL, I-A-381. un II-1773. lpp., 34. punkts un tajā minētā judikatūra; Pirmās instances tiesas 2006. gada 11. decembra rīkojums lietā T-392/05 *MMT*/Komisija, Krājumā nav publicēts, 30. punkts). Ir jākonstatē, ka vairumā Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta valodu redakciju, izņemot vācu valodu, veikta tieša atsauce uz preču zīmes, kuras atzīšana par spēkā neesošu ir pieteikta, izmantošanu "pēc reģistrācijas".

127 No otras puses, ir jāatzīmē, ka, ja šī norma būtu jāsaprot tādējādi, ka tā neattiecas uz preču zīmes, saistībā ar kuru ir iesniegts pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu, izmantošanu pēc reģistrācijas, tā būtu lieka un tai nebūtu nozīmes. Piemērojot Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktu, var reģistrēt aprakstošu apzīmējumu, kas tā izmantošanas, kura ir veikta pirms šī apzīmējuma kā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas, rezultātā attiecībā uz reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm un pakalpojumiem ir ieguvis atšķirtspēju. Šādā veidā reģistrētu preču zīmi nevar atzīt par spēkā neesošu, piemērojot Regulas Nr. 40/94 51. panta 1. punkta a) apakšpunktu, jo runa nav par preču zīmi, kas ir "reģistrēta, neievērojot 7. panta noteikumus". Tātad Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkts saistībā ar šādu gadījumu nekādā ziņā nav piemērojams. No tā izriet, ka šī norma attiecas tikai uz preču zīmēm, kuru reģistrācija bijusi pretrunā Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktā norādītajiem atteikuma pamatojumiem un kuras šādas normas neesamības gadījumā, piemērojot Regulas Nr. 40/94 51. panta 1. punktu, būtu jāatzīst par spēkā neesošām. Regulas Nr. 40/94 51. panta 2. punkta mērķis ir tieši saglabāt tādu preču zīmju no minētajām preču zīmēm reģistrāciju, kas starplaikā, t.i., pēc to reģistrācijas, to izmantošanas rezultātā ir ieguvušas atšķirtspēju attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem tās tikušas reģistrētas, lai gan šī reģistrācija tās veikšanas brīdī bijusi pretrunā Regulas Nr. 40/94 7. pantam.

128 Saistībā ar prasītājas argumentāciju par personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes prioritāti ir jākonstatē, ka šīs preču zīmes prioritātes datums apstrīdētajā lēmumā nav noteikts. Izskatot pieteikumu par preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu absolūta atteikuma pamatojuma dēļ, jautājums par minētās preču zīmes prioritāti nav nozīmīgs. Pat ja tiktu pieļauts, ka šīs preču zīmes prioritāti var attiecināt tikai uz datumu, kas ir vēlāks par pieteikuma iesniegšanas datumu, uz kā pamata tās reģistrācija ir notikusi, šis

vienīgais apstāklis nav pietiekams, lai izraisītu preču zīmes atzīšanu par spēkā neesošu. Jautājums par personas, kas iestājusies lietā, preču zīmei piešķiramo prioritāti ir nozīmīgs tikai tad, ja šo preču zīmi izmanto, lai pamatotu iebildumu pret citu preču zīmi (skat. Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) un b) apakšpunktu). Šajā lietā šāds process netiek izskatīts.

129 Saistībā ar prasītājas argumentiem, ka preču zīmes izmantošana pēc tās reģistrācijas nav pierādīta saistībā ar Apvienoto Karalisti, Īriju, Vāciju un Austriju, ir jāatgādina, pirmkārt, judikatūra attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktu, kura ir piemērojama arī izmantošanas rezultātā iegūtajai atšķirtspējai atbilstoši minētās regulas 51. panta 2. punktam un saskaņā ar kuru, lai preču zīme iegūtu atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, ir vajadzīgs, lai vismaz ievērojama konkrētās sabiedrības daļa, pateicoties preču zīmei, identificētu attiecīgās preces vai pakalpojumus kā tādus, ko ražo vai piegādā konkrēts uzņēmums (skat. Pirmās instances tiesas 2007. gada 6. marta spriedumu lietā T-230/05 *Golf USA*/ITSB ("GOLF USA"), Krājumā nav publicēts, 79. punkts un tajā minētā judikatūra).

130 Lai noteiktu, vai preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, kompetentai iestādei ir visaptveroši jāvērtē apstākļi, kas pierāda, ka preču zīme spēj identificēt attiecīgo preču un pakalpojumu piederību noteiktam uzņēmumam un tādējādi nošķirt šīs preces un pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem. Šajā sakarā īpaši ir jāņem vērā preču zīmes iegūtā tirgus daļa, šīs preču zīmes izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskā platība un ilgums, uzņēmuma šīs preču zīmes popularizēšanai veikto investīciju apjoms, ieinteresēto personu īpatsvars, kuras, pateicoties preču zīmei, identificē preci kā tādu, ko ražojis konkrēts uzņēmums, tirdzniecības un rūpniecības palātu un citu profesionālo apvienību paziņojumi, kā arī viedokļu aptaujas (iepriekš 129. punktā minētais spriedums lietā "GOLF USA", 79. punkts un tajā minētā judikatūra).

131 Apstākļus, kuros nosacījums saistībā ar atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā var tikt uzskatīts par izpildītu, tādējādi nevar noteikt, pamatojoties tikai uz vispārīgiem un abstraktiem datiem, tādiem kā noteiktie procentuālie lielumi (skat. Pirmās instances tiesas 2007. gada 12. septembra spriedumu lietā T-141/06 *Glaverbel*/ITSB (Stikla virsmas tekstūra), Krājumā nav publicēts, 32. punkts un tajā minētā judikatūra).

132 Turklāt ir jāatgādina, ka preču zīmes atšķirtspēja, ietverot atšķirtspēju, kas iegūta izmantošanas rezultātā, ir jānovērtē arī saistībā ar precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir pieteikta preču zīmes reģistrācija, un, ņemot vērā aplūkojamo preču un pakalpojumu samērā informētā, uzmanīgā un apdomīgā vidusmēra patērētāja prezumēto uztveri (skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 5. marta spriedumu lietā T-237/01 *Alcon*/ITSB — *Dr. Robert Winzer Pharma* ("BSS"), *Recueil*, II-411. lpp., 51. punkts un tajā minētā judikatūra).

133 Otrkārt, ir jāatgādina, ka šajā lietā Apelāciju padome it īpaši ir konstatējusi, ka persona, kas iestājusies lietā, savas preču zīmes izmantošanai vairumā Savienības dalībvalstu bija iesniegusi daudzus pierādījumus. Tā uzskata, ka, lai pierādītu minētās preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu attiecīgajā teritorijā pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu datumā, šie pierādījumi ir pietiekami. Turklāt tā uzskata, ka daži no pierādījumiem, kuri ir vēlāki par pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu datumu un kuri attiecas uz laikposmu pirms šī datuma, ļauj izdarīt secinājumus par atšķirtspēju attiecīgajā laikposmā. Turklāt Apelāciju padome ir ņēmusi vērā, ka persona, kas iestājusies lietā, ir uzņēmums, kas darbojas pasaules mērogā.

134 Attiecībā tieši uz Apvienoto Karalisti Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 26. punktā ir precizējusi, ka persona, kas iestājusies lietā, ir iesniegusi pierādījumus par nozīmīgiem gada apgrozījumiem un to pastāvīgu pieaugumu laikā no 1990. līdz 1999. gadam, par filiāļu skaitu, kas no 162 1991. gadā pieaudzis līdz 292 2000. gadā, reklāmas izdevumu skaitļiem, tirgus daļu 9 % apmērā 2000. gadā, dokumentus par reklāmas partnerattiecībām un neskaitāmus preses izgriezumus, liels skaits no kuriem tikuši publicēti ap pieteikuma par personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes spēkā

neesamības atzīšanu datumu. Apelāciju padome uzskata, ka šie pierādījumi ir pietiekami, lai secinātu, ka saistībā ar personāla līzinga pakalpojumiem minētā preču zīme Apvienotajā Karalistē ir pazīstama ne vien kā aprakstošs vārds, bet arī kā preču zīme.

135 Ņemot vērā visus šos pierādījumus, kā arī lietas dokumentus, Pirmās instances tiesa uzskata, ka Apelāciju padome ir pamatoti secinājusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja Apvienotajā Karalistē ir pierādīta.

136 Ir jāatgādina it īpaši personas, kas iestājusies lietā, lielais filiāļu skaits. Šis pierādījums, apskatot to saistībā ar personas, kas iestājusies lietā, piedāvātajām precēm un pakalpojumiem, ļauj secināt, ka attiecīgajā tirgū personas, kas iestājusies lietā, uzņēmums bija labi pārstāvēts. Tam ir pieskaitāms apgrozījums, augsta tirgus daļa, neskaitāmi izgriezumi no preses, kā arī citi Apelāciju padomes norādītie pierādījumi, kas pietiekami norāda uz stipru personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes stāvokli Apvienotās Karalistes tirgū.

137 Šie pierādījumi kopumā ir pietiekami, lai pierādītu, ka ievērojama konkrētās sabiedrības daļa Apvienotajā Karalistē, pateicoties personas, kas iestājusies lietā, preču zīmei, identificē attiecīgās preces vai pakalpojumus kā tādus, ko ražo vai piegādā personas, kas iestājusies lietā, uzņēmums, un nav jāprasa tirdzniecības un rūpniecības palātu vai citu profesionālo organizāciju viedokļi, kā arī nav jāatsaucas uz viedokļu aptaujām, kā to norāda prasītāja. Minētie pierādījumi parāda personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanas Apvienotajā Karalistē intensitāti, ilgumu un plašu ģeogrāfisko teritoriju.

138 Attiecībā uz Īriju Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 27. punktā ir konstatējusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme šajā valstī kā preču zīme personāla darbā

iekārtošanas jomā tikusi izmantota vairāk nekā 25 gadus un ka 1993. gadā personas, kas iestājusies lietā, uzņēmums sasniedzis ievērojamu apgrozījumu vairāk nekā 897 000 sterliņu mārciņu (GBP) apmērā un 1995. gadā pārsniedzis viena miljona GBP robežu. Turklāt Apelāciju padome konstatēja, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme bijusi reklāmas žurnālos un telefongrāmatās priekšmets. Apelāciju padome uzskata, ka nevar ignorēt faktu, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes reputācija Apvienotajā Karalistē daļēji skārusi arī Īriju.

139 Ņemot vērā lietā esošos dokumentus, Pirmās instances tiesa uzskata, ka preču zīmes ilgstoša izmantošana Īrijā un apgrozījums, kā arī pierādījumi par reklāmu žurnālos un telefongrāmatās ļauj objektīvi secināt, ka, konstatējot personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju Īrijā, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu vērtējumā. Ir jāpiebilst, ka, ņemot vērā lietas apstākļus, Apelāciju padomei nevar pārmest, ka tā nav ņēmusi vērā visus apstākļus, kuri minēti iepriekš 108. punktā norādītās judikatūras apvienotajās lietās *Windsurfing Chiemsee* 51. punktā.

140 Attiecībā uz Vāciju un Austriju ir uzskatāms, ka Apelāciju padome pamatoti ir secinājusi, ka šajās divās valstīs personas, kas iestājusies lietā, preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju. No vienas puses, Apelāciju padome pamatoti ir uzskatījusi, ka personas, kas iestājusies lietā, lielais biroju skaits Vācijā, tās apgrozījums šajā valstī, uzņēmumu — klientu skaits, ieskaitot starptautiskos klientus, personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes biežā parādīšanās dažādos, pat valsts mēroga žurnālos, iesniegtie dažāda rakstura reklāmas sludinājumi, kā arī mārketinga izdevumu apmērs un personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanas ģeogrāfiskā izplatība ļauj konstatēt, ka Vācijā minētā preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju.

141 Otrkārt, attiecībā uz Austriju apstākļi, uz kuriem ir balstījusies Apelāciju padome, apskatot tos kopumā, tāpat ļauj pierādīt it īpaši personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanas intensitāti, šīs izmantošanas ilgumu, kā arī tās ģeogrāfiski mainīgo

raksturu un parādīšanās reklāmā biežumu un regularitāti un tādējādi ļauj uzskatīt, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme tiktāl, ciktāl tā arī Austrijā būtu uzskatāma par aprakstošu, šajā valstī ir ieguvusi atšķirtspēju.

142 Ir uzskatāms, ka iepriekš norādītos konstatējumus, atbilstoši kuriem personas, kas iestājusies lietā, preču zīme četrās minētajās valstīs izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, ar prasītājas apgalvojumiem par to, ka izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja attiecībā uz ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi aizsargātajām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē, nav tikusi pierādīta, nevar apšaubīt.

143 Saistībā ar personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju attiecībā uz citām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē, Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 34. punktā ir it īpaši apstiprinājusi, ka lielu šo preču un pakalpojumu skaitu persona, kas iestājusies lietā, izmanto pagaidu personāla līzinga jomā un ka, ņemot vērā, ka saistībā ar personāla līzinga pakalpojumiem vārdam "manpower" ir otra nozīme, attiecīgie patērētāji uzskatīs, ka, piemēram, grāmata vai konference ar šo nosaukumu norāda uz personu, kas iestājusies lietā, un tās pakalpojumiem.

144 Pirmās instances tiesa uzskata, ka Apelāciju padome pamatoti ir secinājusi, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīmes attiecībā uz 35. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem iegūtā atšķirtspēja paplašinās attiecībā uz ar preču zīmi aizsargātajām citās klasēs ietilpstošajām precēm un pakalpojumiem.

145 Kā izriet no apstrīdētā lēmuma 12. punkta, personas, kas iestājusies lietā, preču zīme ir aprakstoša tikai attiecībā uz dažām no precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē. Vārdu "manpower" kā tādu, kas norāda uz saturu, var saprast tikai attiecībā uz tām no šīm precēm un pakalpojumiem, ko izmanto darbā iekārtošanas

aģentūru pakalpojumu ietvaros, un patērētājs, kas uztver saikni starp šīm precēm un pakalpojumiem, kuri ietilpst 9., 16., 41. un 42. klasē, un darbā iekārtošanas aģentūru un personāla līzinga aģentūru pakalpojumiem, personas, kas iestājusies lietā, preču zīmi varētu saprast kā norādi uz šo preču un pakalpojumu izcelsmi, atsaucoties uz personu, kas iestājusies lietā.

146 Attiecībā uz to, ka Apelāciju padome kā noteicošo datumu, kurā ir jānovērtē izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja, esot ņēmusi vērā kļūdainu datumu, ir jākonstatē, ka pretēji prasītājas apgalvojumiem kā atbilstošo datumu, ievērojot kuru, bija jānovērtē izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja, Apelāciju padome ir ņēmusi vērā pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu iesniegšanas datumu (apstrīdētā lēmuma 22. un 25. punkts). Tādējādi tā ir rīkojusies atbilstoši judikatūrai, saskaņā ar kuru konkrētais datums, kas ir jāņem vērā, analizējot atšķirtspēju, kura izmantošanas rezultātā tikusi iegūta pēc reģistrācijas, ir pieteikuma par spēkā neesamības atzīšanu datums (šajā sakarā skat. iepriekš 132. punktā minēto spriedumu lietā "BSS", 53. punkts). Turklāt Apelāciju padome, nepieļaujot pretrunas pamatojumā un kļūdas tiesību piemērošanā, varēja ņemt vērā apstākļus, kuri, kaut arī būdami vēlāki par pieteikuma iesniegšanas datumu, ļauj izdarīt secinājumus par situāciju, kāda tā bija šajā datumā (skat. pēc analoģijas Tiesas 2004. gada 5. oktobra rīkojumu lietā C-192/03 P *Alcon*/ITSB, Krājums, I-8993. lpp., 41. punkts).

147 No visiem iepriekš minētajiem apsvērumiem izriet, ka, uzskatot, ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme Apvienotajā Karalistē, Īrijā, Vācijā un Austrijā izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu vērtējumā. Tādējādi prasītājas otrais pamats kopumā ir atzīstams par nepamatotu.

148 Pamatojoties uz iepriekš minēto argumentāciju (skat. iepriekš 94.–96. un 147. punktu), prasība ir jānoraida.

Par tiesāšanās izdevumiem

149 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piesprież atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājai spriedums ir nelabvēlīgs, tai jāpiesprież atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar personas, kas iestājusies lietā, un ITSB prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (piektā palāta)

nosprież:

1) ITSB Apelāciju ceturtās padomes 2005. gada 22. jūlija lēmumu lietā R 499/2004-4 par pieteikumu par Kopienas preču zīmes “MANPOWER” Nr. 76059 spēkā neesamības atzīšanu grozīt tādā ziņā, ka minētā preču zīme attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, saistībā ar kuriem tā ir reģistrēta Nīderlandē, Zviedrijā, Somijā un Dānijā, nav aprakstoša;

2) ***Manpower Inc.*** **prasījumu par minētā Apelāciju padomes lēmuma grozīšanu pārējā daļā noraidīt;**

3) **prasību noraidīt;**

4) ***Powerserv Personalservice GmbH*** **atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Vilaras Dehousse Šváby

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2008. gada 15. oktobrī.

Sekretārs Priekšsēdētājs

E. Coulon M. Vilaras