PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMO (penktoji kolegija) SPRENDIMAS

2008 m. spalio 15 d.*

Byloje T-405/05

Powerserv Personalservice GmbH, buvusi *Manpower Personalservice GmbH*, įsteigta Sankt Peltene (Austrija), atstovaujama advokato B. Kuchar,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovaujamą G. Schneider,

atsakovę,

dalyvaujant kitai procedūros VRDT apeliacinėje taryboje šaliai, įstojusiai į bylą Pirmosios instancijos teisme,

* Proceso kalba: vokiečių.

Manpower Inc., įsteigtai Milvokyje, Viskonsine (JAV), iš pradžių atstovaujamai solisitoriaus R. Moscona, vėliau – R. Moscona ir baristerio A. Bryson ir galiausiai – A. Bryson ir solisitorės V. Marsland,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2005 m. liepos 22 d. VRDT ketvirtosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 499/2004-4), susijusio su prašymu pripažinti Nr. 76059 įregistruoto Bendrijos prekių ženklo MANPOWER registraciją negaliojančia,

EUROPOS BENDRIJŲ
PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (penktoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas M. Vilaras, teisėjai F. Dehousse ir D. Šváby (pranešėjas),

posėdžio sekretorė K. Andová, administratorė,

susipažinęs su 2005 m. lapkričio 14 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktu ieškiniu,

susipažinęs su 2006 m. kovo 3 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktu VRDT atsakymu į ieškinį,

susipažinęs su 2006 m. vasario 23 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktu įstojusios į bylą šalies atsakymu į ieškinį,

įvykus 2007 m. gruodžio 11 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

1 1996 m. kovo 26 d. įstojusi į bylą šalis *Manpower Inc.*, remdamasi iš dalies pakeistu 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1), pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) Bendrijos prekių ženklo paraišką.

2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra žodinis žymuo MANPOWER.

3 Prekės ir paslaugos, kurioms buvo prašoma registracijos, priklauso peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 9, 16, 35, 41 ir 42 klasėms ir pagal kiekvieną iš šių klasių atitinka tokį aprašymą:

— „audiokasetės; audiovizualiniai mokymo aparatai, kompaktiniai audiodiskai; kompaktiniai videodiskai; kompiuterių programinė įranga; kompiuterių programos; magnetofonai; vaizdajuostės; videomagnetofonai; visų išvardytų prekių dalys“, priskiriami 9 klasei,

— „knygos; spaudiniai; žinynai; žurnalai; leidiniai; transparantai; mokomoji medžiaga; vaizdinės priemonės; visų išvardytų prekių dalys“, priskiriami 16 klasei,

— „įdarbinimo biuro paslaugos; laikino įdarbinimo paslaugos“, priskiriamos 35 klasei,

— „konferencijų ir seminarų organizavimas bei vedimas; kinematografijos reikmenų ir kino projektorių nuoma; vaizdo įrašų, garso įrašų ir kino filmų nuoma; parodų organizavimas; videokasečių ir audiokasečių gamyba; švietimo, mokymo, instruktavimo ir apmokymo paslaugos, susijusios su biuro, pramonės darbuotojų, vairuotojų ir techninio personalo mokymu bei vertinimu; su išvardytomis paslaugomis susijusios informavimo bei konsultavimo paslaugos“, priskiriami 41 klasei,

— „personalo vertinimo ir profesinio orientavimo specialistų bei ekspertų konsultavimo paslaugos, asmenybės testai, psichologiniai testai ir konsultacijos karjeros klausimais; asmenybės ir psichologinių testų paslaugos; konsultacijos profesinio orientavimo klausimais; asmenų vertinimas siekiant nustatyti jų profesinius sugebėjimus; profesionalių psichologinių testų paslaugos; kompiuterių programinės įrangos kūrimas ir parengimas; konsultavimo žmogiškųjų išteklių vertinimo, vystymo ir valdymo klausimais paslaugos; laikinas apgyvendinimas; su išvardytomis paslaugomis susijusios informavimo ir konsultavimo paslaugos, ataskaitų, susijusių su išvardytomis paslaugomis, rengimo paslaugos; aprūpinimo paslaugos“, priskiriami 42 klasei.

4 Ekspertas pateikė prieštaravimų dėl prašomo įregistruoti prekių ženklo, kurį jis laikė apibūdinamuoju Reglamento Nr. 40/94 7straipsnio 1 dalies c punkto prasme. Atsikirsdama į tai įstojusi į bylą šalis pateikė įrodymų, kad prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį Jungtinėje Karalystėje ir Vokietijoje. Todėl prekių ženklą buvo leista įregistruoti 2000 m. sausio 13 d., o 2000 m. vasario 28 d. *Bendrijos prekių ženklų biuletenyje* jis buvo paskelbtas Nr. 76 059.

5 2000 m. spalio 27 d. ieškovė *Powerserv Personalservice GmbH*, buvusi *Manpower Personalservice GmbH*, taigi kol ji dar buvo vadinama *PDV Beteiligungs GmbH,* pateikė Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 1 dalimi pagrįstą prašymą pripažinti registraciją negaliojančia nurodydama, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas buvo įregistruotas pažeidžiant minėto reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktą ir 7 straipsnio 3 dalį ir kad dokumentai, pateikti siekiant pagrįsti tvirtinimą, jog prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo, nepatvirtina šios aplinkybės visose didelėse Europos bendrijos dalyse. Atsikirsdama į tai įstojusi į bylą šalis pateikė kitų įrodymų, susijusių su jos prekių ženklo įgytu skiriamuoju požymiu. 2004 m. balandžio 29 d. Sprendimu VRDT anuliavimo skyrius atmetė prašymą pripažinti registraciją negaliojančia (toliau – Anuliavimo skyriaus sprendimas). Šis sprendimas buvo grindžiamas tuo, kad, žodžiui „manpower“ esant apibūdinamuoju tik anglų kalboje, ne Jungtinėje Karalystėje ir ne Airijoje vartotojai jo nelaikytų apibūdinamuoju ir kad, kalbant apie šias dvi valstybes, prekių ženklo savininkė įrodė, jog minėtas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo. Tokiomis aplinkybėmis Anuliavimo skyrius atsižvelgė ir į įrodymus, kurie susiję su laikotarpiu po prekių ženklo registracijos.

6 2005 m. liepos 22 d. Sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) VRDT ketvirtoji apeliacinė taryba atmetė ieškovės apeliaciją dėl Anuliavimo skyriaus sprendimo. Šiame sprendime Apeliacinė taryba, be kita ko, patvirtino, kad, pirma, kalbant apie įstojusios į bylą šalies prekių ženklo apibūdinamąjį pobūdį, anglų kalbos žodis „manpower“ apibūdina įdarbinimo biuro paslaugas arba laikino įdarbinimo agentūros paslaugas, nes šis žodis dažnai vartojamas žmogiškųjų išteklių valdymo srityje. Apeliacinės tarybos nuomone, jis apibūdina ir daugelį Nicos sutarties 9, 16, 41 ir 42 klasėms priskiriamų prekių bei paslaugų, nes, jos nuomone, šis žodis gali būti suprantamas kaip nurodantis

šių prekių ir paslaugų turinį, jeigu jomis naudojamasi įdarbinimo biuro paslaugų kontekste. Šis žodis vartojamas ir verslo vokiečių kalboje.

7 Antra, dėl šioje byloje aptariamų vartotojų ir teritorijų Apeliacinė taryba tvirtino, jog žodžio „manpower“ apibūdinamąją reikšmę žino didelė dalis aptariamų vartotojų, t. y. potencialūs laikinai įdarbintų darbuotojų darbdaviai ir laikinu įdarbinimu užsiimantys asmenys Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Vokietijoje, Austrijoje, Nyderlanduose, Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje. Apeliacinės tarybos nuomone, laikino įdarbinimo agentūros paslaugos skirtos ne tik darbo ieškantiems asmenims, bet ir darbuotojų ieškantiems darbdaviams. Pastarieji yra netgi pagrindiniai paslaugų teikėjų, kurių apyvarta priklauso nuo pajamų, gaunamų už darbuotojų samdą, klientai. Apeliacinės tarybos nuomone, nagrinėjamą žodį apibūdinamuoju laiko vartotojai ne tik Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje, kuriose anglų kalba yra gimtoji kalba, ar vokiečiakalbėse valstybėse, kuriose šis žodis įtrauktas į žodynus, bet ir tokiose valstybėse narėse, kuriose didelė klientų dalis pakankamai moka ir vartoja verslo anglų kalbą. Remiantis Apeliacinės tarybos patirtimi, toks anglų kalbos mokėjimas ir vartojimas ypač paplitęs Švedijoje, Danijoje, Suomijoje ir Nyderlanduose. Apeliacinė taryba pabrėžė, kad anglų kalba yra visame pasaulyje bendrai vartojama verslo kalba ir, be to, daugelio tarptautinių įmonių oficiali darbo kalba. Apeliacinė taryba nurodė, jog mažesnėse valstybėse verslo besimokantys studentai per paskaitas dažnai susiduria su tekstais anglų kalba. Baigę studijas universitete jie dirba žmogiškųjų išteklių departamentuose arba eina kitokias pareigas įmonėse, kurios užsiima laikinų darbuotojų įdarbinimu. Apeliacinė taryba tvirtino radusi daug įrodymų šiai prielaidai pagrįsti ir juos išvardijo. Dėl kitų ilgiau Europos Sąjungai priklausančių valstybių narių Apeliacinė taryba teigė, kad, remiantis patirtimi, čia pastebimas aiškus nenoras vartoti anglų kalbą. Todėl ji manė, kad šiose valstybėse narėse asmenys, kuriems žodis „manpower“ turi apibūdinamąją reikšmę, sudaro nedidelę nagrinėjamos visuomenės dalį. Dėl Reglamento Nr. 40/94 159a straipsnio 1 dalies Apeliacinė taryba nurodė, kad pagal šio straipsnio 2 dalį ji neprivalėjo atsižvelgti į 1 dalyje išvardytas naujas valstybes nares.

8 Trečia, dėl įstojusios į bylą šalies prekių ženklo skiriamojo požymio, kuris jau buvo įgytas šio prekių ženklo paraiškos pateikimo momentu, Apeliacinė taryba nurodė, jog todėl, kad minėtas prekių ženklas yra apibūdinamasis nurodytose valstybėse narėse, įstojusi į bylą šalis turėjo įrodyti skiriamąjį požymį, įgytą dėl jos prekių ženklo naudojimo šioje Bendrijos dalyje, pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalį. Apeliacinė taryba nurodė, kad iš 2002 m. spalio 9 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *KWS Saat prieš VRDT (Oranžinis atspalvis)* (T-173/00, Rink. p. II-3843, 24–27 punktai) išplaukia, jog jeigu prekių ženklas laikomas neregistruotinu pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b–d punktus, siekiant jo registracijos reikia įrodyti, kad prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl jo naudojimo didelėje Bendrijos dalyje, kurioje jis neturėjo jokių skiriamųjų požymių pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b–d punktus. Todėl įgytas skiriamasis požymis turi būti nustatomas toje Bendrijos dalyje, kurioje egzistuoja absoliutus atmetimo pagrindas, kad kita dalis nebegalėtų būti laikoma „didele“. Apeliacinė taryba manė, jog įstojusi į bylą šalis neįrodė, kad jos prekių ženklo skiriamasis požymis jau buvo įgytas paraiškos įregistruoti pateikimo dieną, nes ji pateikė tik su Jungtine Karalyste bei Vokietija susijusius įrodymus. Šių įrodymų, Apeliacinės tarybos nuomone, nepakanka, nes teritorija, kurioje prekių ženklas turi būti laikomas tokiu, kurį galima naudoti kaip apibūdinamąjį žodį, apima ir Austriją, Nyderlandus, Daniją, Švediją bei Suomiją.

9 Ketvirta, kalbant apie įstojusios į bylą šalies prekių ženklo skiriamąjį požymį, įgytą po įregistravimo, pažymėtina, kad Apeliacinė taryba nurodė, jog įstojusios į bylą šalies pateikti įrodymai leido daryti išvadą, kad minėtas prekių ženklas buvo įgiję skiriamąjį požymį Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies prasme prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo dieną aštuoniose valstybėse narėse, kuriose prekių ženklas laikomas apibūdinamuoju. Apeliacinė taryba manė, jog visi įstojusios į bylą šalies pateikti įrodymai priimtini tiek, kiek jie leidžia daryti išvadą dėl žymens skiriamojo požymio buvimo prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo dieną. Apeliacinė taryba teigė privalanti atsižvelgti tik į tuos įrodymus, kurie buvo pateikti per registracijos procedūrą. Ji pažymėjo, kad, remiantis Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalimi, svarbu atsakyti į klausimą, ar prekių ženklas dėl naudojimo įgytą skiriamąjį požymį turėjo bet kuriuo momentu po jo įregistravimo. Be kita ko, Apeliacinė taryba mano, kad šios nuostatos taikymas nėra atmestinas dėl to, jog joje aiškiai nenurodoma Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalis, t. y. nuostata, kuri šiuo atveju buvo netinkamai išaiškinta vykstant registracijos procedūrai. Be to, Apeliacinė taryba tvirtino, jog aplinkybė, kad, remdamasis Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalimi, savininkas manė, jog jam suteikta prioriteto data, kuri yra ankstesnė už tą, kuri būtų suteikta, jeigu paraišką jis būtų pateikęs tuo metu, kai prekių ženklas realiai įgijo antrą

reikšmę, nėra lemiama aiškinant minėtą nuostatą. Apeliacinės tarybos nuomone, šia nuostata, kuria aiškiai draudžiama panaikinti prekių ženklo registraciją, jeigu šis įgijo skiriamąjį požymį po jo įregistravimo, neišvengiamai pripažįstama, kad prekių ženklas gali turėti prioriteto datą, kurios jis neturėtų, jeigu registracijos procedūra būtų vykusi tinkamai.

10 Penkta, dėl įrodymų nagrinėjimo Apeliacinė taryba konstatavo, jog įstojusi į bylą šalis pateikė daug įrodymų dėl jos prekių ženklo naudojimo daugelyje Sąjungos valstybių. Apeliacinė taryba patvirtino žinojusi, kad kai kurie įrodymai buvo susiję su laikotarpiu po prašymo pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia pateikimo. Tačiau kadangi, jos nuomone, įrodymų pakanka, kad būtų įrodyta, jog skiriamasis požymis nagrinėjamoje teritorijoje jau buvo įgytas prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo dieną, ji nurodė neprivalėjusi nuspręsti, ar vertinant įgytą skiriamąjį požymį Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies prasme reikia atsižvelgti į prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo dieną ar galutinio sprendimo dėl prašymo pripažinti registraciją negaliojančia priėmimo dieną. Be to, kai kurie įrodymai, susiję su laikotarpiu po prašymo pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia pateikimo dienos, Apeliacinės tarybos nuomone, iš tikrųjų yra susiję su laikotarpiu iki šios dienos. Jos nuomone, kartais vėlesni įrodymai gali leisti daryti išvadas dėl skiriamojo požymio nagrinėjamu laikotarpiu. Apeliacinė taryba tvirtino žinojusi, jog šie įrodymai turėjo būti įvertinti labai kruopščiai. Be to, Apeliacinė taryba pažymėjo atsižvelgusi į tai, jog įstojusi į bylą šalis yra pasauliniu lygiu veikianti įmonė, o tai leidžia daryti išvadą, kad jos veikla iš dalies yra žinoma ir tose valstybėse, kuriose jos atstovybių yra mažai arba visai nėra. Apeliacinės tarybos nuomone, šią išvadą patvirtina visuomenės nuomonės Austrijoje apklausa, kuri rodo, jog daug vartotojų žodį „manpower“ žino kaip prekių ženklą, kurį naudoja ne Austrijos įmonė. Be to, Apeliacinė taryba pažymėjo, kad visose valstybėje, išskyrus Jungtinę Karalystę ir Airiją, gimtoji kalba yra ne anglų kalba ir kad sąvokas užsienio kalba, net jeigu jas žino daugelis atitinkamų vartotojų, nebūtinai žino visi. Apeliacinės tarybos nuomone, šie asmenys žodį „manpower“ greičiausiai palaikytų prekių ženklu. Šią išvadą patvirtina Vokietijoje ir Austrijoje atliktos vartotojų apklausos. Apeliacinė taryba mano, kad į šiuos įrodymus turi būti atsižvelgiama ypač tose valstybėse, kuriose įrodymai yra mažiau įtikinami nei

kitose. Be to, Apeliacinė taryba nurodo neprivalanti atsižvelgti nei į nacionalinių prekių ženklų registracijas, nei į nacionalinių teismų sprendimus.

11 Galiausiai Apeliacinė taryba, įvertinusi įrodymus, susijusius su skiriamuoju požymiu, kurį prekių ženklas dėl naudojimo įgijo Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Vokietijoje, Austrijoje, Švedijoje, Nyderlanduose, Suomijoje ir Danijoje, nusprendė, jog įstojusi į bylą šalis iš tikrųjų įrodė, kad jos prekių ženklas turi antrą reikšmę laikino įdarbinimo paslaugų atžvilgiu tose Bendrijose dalyse, kuriose prekių ženklas dar neturi skiriamojo požymio. Todėl, Apeliacinės tarybos nuomone, remiantis Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalimi įstojusios į bylą šalies prekių ženklo registracija negali būti pripažinta negaliojančia. Apeliacinė taryba manė, kad įgytas skiriamasis požymis yra susijęs su visomis prekėmis ir paslaugomis, kurioms skirta registracija ir kurias prekių ženklas apibūdina tik tiek, kiek nurodo šių prekių ir paslaugų turinį. Šiuo atžvilgiu Apeliacinė taryba visų pirma pažymėjo, kad įstojusi į bylą šalis nurodė, jog daugeliu šių prekių ir paslaugų ji naudojosi užsiimdama laikinų darbuotojų samda. Be to, Apeliacinė taryba patvirtino, jog kadangi žodis „manpower“ turi antrą reikšmę laikino įdarbinimo paslaugų atžvilgiu, suinteresuotieji vartotojai manys, kad, pavyzdžiui, taip pavadinta knyga arba konferencija yra susijusi su įstojusia į bylą šalimi ir jos teikiamomis paslaugomis.

Šalių reikalavimai

12 Ieškovė Pirmosios instancijos teismo prašo:

— panaikinti ginčijamą sprendimą,

— panaikinti įstojusios į bylą šalies prekių ženklo registraciją visų prekių ir paslaugų, kurioms ji skirta, atžvilgiu,

— papildomai, panaikinti ginčijamą sprendimą dėl to, kad nebuvo įrodytas įstojusios į bylą šalies prekių ženklo dėl naudojimo įgytas skiriamasis požymis ir grąžinti bylą nagrinėti Apeliacinei tarybai,

— priteisti iš VRDT ir įstojusios į bylą šalies jų pačių bylinėjimosi išlaidas ir išlaidas, kurias ieškovė patyrė šiame procese,

— priteisti iš VRDT ir įstojusios į bylą šalies išlaidas, kurias ieškovė patyrė per procedūrą VRDT.

13 VRDT Pirmosios instancijos teismo prašo:

— atmesti ieškinį,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

14 Įstojusi į bylą šalis Pirmosios instancijos teismo prašo:

— atmesti ieškinį,

— nurodyti pakeisti ginčijamą sprendimą taip, kaip nurodyta jos atsakyme į ieškinį,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl penktojo ieškovės reikalavimo priimtinumo

15 Penktuoju reikalavimu ieškovė Pirmosios instancijos teismo prašo priteisti iš VRDT ir įstojusios į bylą šalies išlaidas, kurias ji patyrė per procedūrą VRDT, nepatikslindama, ar ji nurodo tik išlaidas, patirtas per apeliacinę procedūrą Apeliacinėje taryboje, ar ir išlaidas, patirtas per procedūrą Anuliavimo skyriuje dėl registracijos pripažinimo negaliojančia.

16 Šiuo atžvilgiu reikia priminti, kad pagal Pirmosios instancijos teismo procedūros reglamento 136 straipsnio 2 dalies formuluotę „šalių patirtos būtinos išlaidos, susijusios su procedūra Apeliacinėje taryboje, taip pat išlaidos, susijusios su pareiškimų ir kitų dokumentų vertimu į proceso kalbą, kaip nurodyta 131 straipsnio 4 dalies antrojoje pastraipoje, laikomos atlygintinomis“. Iš to matyti, kad procedūroje dėl registracijos pripažinimo negaliojančia patirtos išlaidos negali būti laikomos atlygintinomis (žr. 2005 m. gegužės 11 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Naipes Heraclio Fournier prieš VRDT – France Cartes (Kortų žaidimo kardas, kuokų raitelis ir kardų karalius)*, T-160/02–T-162/02, Rink. p. II-1643, 22 ir 24 punktus ir jame nurodytą teismų praktiką).

17 Taigi penktąjį ieškovės reikalavimą reikia atmesti kaip nepriimtiną dėl to, kad jis susijęs su išlaidomis, patirtomis per procedūrą Anuliavimo skyriuje dėl registracijos pripažinimo negaliojančia.

Dėl esmės

18 Ieškinį ieškovė grindė trimis pagrindais. Tačiau per posėdį ji pareiškė atsisakanti antrojo pagrindo antrosios dalies, susijusios su Reglamento Nr. 41/94 74 straipsnio 2 dalies

pažeidimu, bei trečiojo pagrindo, susijusio su minėto reglamento 159 a straipsnio pažeidimu. Apie šį ieškovės pareiškimą buvo pažymėta posėdžio protokole.

19 Taigi ieškovė nurodo tik du pagrindus. Pirmuoju siekiama panaikinti ginčijamą sprendimą dėl Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b ir c punktų pažeidimo dėl to, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklas neturi skiriamojo požymio ir yra apibūdinamasis prekių ir paslaugų, kurioms jis buvo įregistruotas, atžvilgiu visoje Bendrijoje, t. y. net ir tose valstybėse, kuriose, kaip ginčijamame sprendime nusprendė Apeliacinė taryba, jis nėra apibūdinamasis.

20 Antrasis pagrindas susijęs su Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies ir 74 straipsnio 1 dalies pažeidimu.

21 Be to, įstojusi į bylą šalis Pirmosios instancijos teismo prašė nurodyti pakeisti ginčijamą sprendimą taip, kaip nurodoma jos atsakyme į ieškinį. Atitinkamoje atsakymo į ieškinį dalyje įstojusi į bylą šalis iš esmės tvirtina, kad Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, jog žodis „manpower“ yra apibūdinamasis visų jos prekių ženklu žymimų prekių ir paslaugų atžvilgiu Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Nyderlanduose, Vokietijoje, Austrijoje, Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje.

22 Pirmosios instancijos teismas mano, kad reikia pakeisti šį įstojusios į bylą šalies reikalavimą į atskirą prašymą pakeisti ginčijamą sprendimą.

23 Iš tikrųjų Apeliacinė taryba vienu aktu, kurį sudaro ginčijamas sprendimas, priėmė dvi priemones: vieną, kuria konstatuojama, kad Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkte numatytas absoliutus atmetimo pagrindas prieštarauja įstojusios į bylą šalies prekių ženklo registracijai, nes jis yra apibūdinamasis aštuoniose nurodytose valstybėse, ir antrą, kuria atmetamas prašymas pripažinti šio prekių ženklo registraciją

negaliojančia dėl to, kad po įregistravimo prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies prasme šiose aštuoniose valstybėse (šiuo atžvilgiu žr. 2001 m. rugsėjo 20 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Procter & Gamble prieš VRDT*, C-383/99 P, Rink. p. I-6251, 23 punktą).

24 Kadangi įstojusios į bylą šalies reikalavimai buvo patenkinti ginčijamo sprendimo, dėl kurio pateiktas šis ieškinys, antrojoje dalyje, ji pateisina savo suinteresuotumą pagal Procedūros reglamento 134 straipsnio 2 dalies antrąją pastraipą pareikšti atskirą reikalavimą ir nurodyti nepriklausomą pagrindą, siekdama pakeisti pirmąją ginčijamo sprendimo dalį taip, kad Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktas neprieštarautų jos prekių ženklo MANPOWER registracijai, nes šis nėra apibūdinamasis nė vienoje iš nurodytų aštuonių valstybių (šiuo klausimu žr. šio sprendimo 23 punkte minėto sprendimo *Procter & Gamble prieš VRDT* 26 punktą). Jeigu šis nepriklausomas įstojusios į bylą šalies reikalavimas ir jį pagrindžiantis pagrindas yra priimtini, reikia atmesti ieškinį nesant reikalingumo nagrinėti ieškovės nurodytą antrąjį pagrindą, kuris tokiu atveju taptų neveiksmingas.

25 Tokiomis aplinkybėmis Pirmosios instancijos teismas mano, kad, pirma, reikia kartu išnagrinėti pirmąjį ieškovės pagrindą ir įstojusios į bylą šalies argumentą, kuriuo grindžiamas jos reikalavimas pakeisti ginčijamą sprendimą.

Dėl pirmojo ieškinio pagrindo ir dėl įstojusios į bylą šalies prašymo pakeisti sprendimą

Šalių argumentai

26 Pirmiausia ieškovė nurodo, jog VRDT neatsižvelgė į konkrečią, aktualią ir rimtą būtinybę, kad žodis „manpower“ ekonominiame kontekste galėtų būti vartojamas „kiekvieno, įskaitant konkurentus“, įdarbinimo biuro paslaugoms, laikino įdarbinimo

paslaugoms bei visoms kitoms registruotoms prekėms ir paslaugoms, kurioms skirta registracija, žymėti. Taigi, ieškovės nuomone, būtina žodį „manpower“ palikti visų vartojamą.

27 Ieškovė tvirtina, jog viešasis interesas grindžiamas aplinkybe, kad žodis „manpower“ yra visiškai apibūdinamasis Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto prasme ne tik anglų ir vokiečių kalbose, bet ir daugelyje kitų Bendrijos kalbų ir kad jis turi išlikti visų vartojamas kaip šnekamosios kalbos, o ypač specializuotos kalbos, vartojamos žmogiškųjų išteklių srityje, sąvoka. Žodis „manpower“ internete suprantamas kaip tarptautinis, daugelyje kalbų vartojamas „darbo jėgos“ apibūdinimas.

28 Ieškovė tvirtina, kad net jeigu reikia atsižvelgti tik į vokiečių ir anglų kalbas, žodis „manpower“ yra apibūdinamasis visoje Bendrijoje. Ji nurodo, kad remiantis Europos Bendrijų Komisijos statistika, susijusia su užsienio kalbų mokėjimu Bendrijoje, 32 % aptariamų asmenų kalba vokiškai ir 47 % – angliškai.

29 Antra, ieškovės nuomone, viešasis interesas ir vartojamumo reikalavimas grindžiami tuo, kad žodis „manpower“ neturi skiriamojo požymio Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkto prasme, nes remiantis juo negalima atskirti įdarbinimo biuro paslaugų nuo konkrečios įmonės teikiamų laikino įdarbinimo paslaugų. Šis žodis vartojamas darbo rinkoje „darbo jėgai“ apibūdinti.

30 Ieškovė nurodo, kad prekių ženklas, kurio registracija teisiškai yra galiojanti, privalo turėti skiriamąjį požymį visoje Bendrijoje. Ginčijamame sprendime skiriamasis požymis nebuvo įvertintas visos Bendrijos atžvilgiu. Ieškovė tvirtina, kad didelės dalies ilgiau Europos Sąjungai priklausančių valstybių narių, kaip antai: Prancūzija,

Italija, Ispanija, Liuksemburgas, Belgija ir Graikija, negalima laikyti valstybėmis, kuriose didelė visuomenės dalis nekalba nei angliškai, nei vokiškai. Ieškovė tvirtina, jog Pirmosios instancijos teismas jau nurodė, kad patvirtinta, jog tam tikras skaičius vokiškai kalbančių asmenų laikinai arba net ir nuolat gyvena Ispanijoje.

31 Dėl tariamo Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimo VRDT nurodo, kad Apeliacinė taryba nusprendė, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklas laikomas apibūdinamuoju tik kai kuriose Bendrijos dalyse.

32 Taigi, VRDT nuomone, pirma, Apeliacinė taryba manė, jog anglakalbiuose Bendrijos regionuose žodžio reikšmę suprastų kiekvienas, bet kuriuo atveju žmogiškų išteklių valdymo srityje, ir kad jį, be to, suprastų profesionalūs personalo tarnybų darbuotojai ir tose valstybėse, kuriose įprasta vartoti verslo anglų kalbą.

33 Antra, VRDT nurodo, kad Apeliacinė taryba, atsižvelgdama į „Vokietiją, Austriją, Nyderlandus, Švediją, Daniją ir Suomiją“, geografinę teritoriją, kurioje visuomenė žodį „manpower“ gali suvokti kaip apibūdinamąjį, išplėtė, palyginti su Anuliavimo skyriumi, kuris atsižvelgė tik į regionų, kuriuose kalbama angliškai, valstybes. VRDT nuomone, galima abejoti Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto taikymo srities išplėtimo pagrįstumu.

34 Trečia, VRDT tvirtina, jog ieškovės argumentas, kad didelė suinteresuotosios visuomenės dalis laisvai kalba angliškai daugelyje valstybių narių, iš esmės yra neteisingas. Faktiniu požiūriu šio argumento ieškovė neįrodė.

35 Įstojusi į bylą šalis pirmiausia nurodo, kad klausimas dėl suderinamumo su Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b ir c punktais kyla tik kalbant apie Nicos sutarties 35 klasei priskiriamas paslaugas (įdarbinimo biuro paslaugos, laikino įdarbinimo paslaugos). Anglų kalbai nėra įprastas arba būdingas nagrinėjamų paslaugų apibūdinimas žodžiu „manpower“. Įstojusios į bylą šalies nuomone, būtent Austrijoje ieškovės pastangos pasisavinti prekių ženklą yra geriausias šio prekių ženklo vertės ir skiriamojo požymio įrodymas.

36 Šiuo atžvilgiu įstojusi į bylą šalis tvirtina, kad Anuliavimo skyrius teisingai pabrėžė, jog, kalbant apie darbuotojų įdarbinimo paslaugas, anglų kalbai žodis „manpower“ nėra įprastas (Anuliavimo skyriaus sprendimo 10 punktas). Šios paslaugos apibūdinamos žodžiais „employment“, „recruitment“ arba „placement“ („employment services“, „employment agency services“, „recruitment agency services“, „staffing services“ arba „placement services“). Įstojusi į bylą šalis pažymi, kad žodis „manpower“ nėra įprastas darbuotojų įdarbinimo paslaugų apibūdinimas ir kad jis neapibūdina šių paslaugų taip, kad neleistų identifikuoti rinkoje šias paslaugas teikiančios įmonės. Kad pagrįstų šiuos tvirtinimus, įstojusi į bylą šalis nurodo keletą leidinių žmogiškųjų išteklių tema.

37 Įstojusi į bylą šalis tvirtina, kad nelabai tikėtina, jog tretieji asmenys, o ypač jos konkurentai, savo komercinėje veikloje ir be neteisėtų motyvų naudoja prekių ženklą arba panašų prekių ženklą paslaugoms, kurias jie teikia, apibūdinti.

38 Įstojusi į bylą šalis tvirtina, kad Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, jog žodis „manpower“ yra apibūdinamasis ir Nicos sutarties 9, 16, 41 ir 42 klasėms priskiriamų prekių ir paslaugų, kurioms skirtas nagrinėjamas prekių ženklas, atžvilgiu.

39 Antra, įstojusi į bylą šalis nurodo, kad Apeliacinė taryba neturi jokių įrodymų, galinčių pagrįsti tvirtinimą, jog šešiose ne anglakalbėse Bendrijos valstybėse narėse vartotojai žodį „manpower“ laiko apibūdinančiu darbuotojų įdarbinimo paslaugas. Niekas neįrodo, kad, ne anglakalbių valstybių vartotojų požiūriu, šis žodis neturi skiriamojo požymio. Anuliavimo skyrius teisingai konstatavo, jog, išskyrus Jungtinę Karalystę ir Airiją, žodis „manpower“ yra laikomas išgalvotu arba įtaigiu, kuris gali būti vartojamas kaip nagrinėjamų prekių ir paslaugų kilmės nuoroda (Anuliavimo skyriaus sprendimo 10 punktas).

40 Kalbėdama apie Vokietiją ir Austriją, įstojusi į bylą šalis pažymi, kad aplinkybė, jog žodis „manpower“ yra įtrauktas tik į vieną vokiečių kalbos žodyną, nereiškia, jog jį paprastai vartoja ir supranta vokiškai kalbanti visuomenė arba kad jį žino didelė visuomenės dalis. Jos nuomone, tam, kad paprastas vokiečiakalbis vartotojas suprastų šio žodžio prasmę, jis turi susieti kompleksines idėjas. Įstojusios į bylą šalies nuomone, net darant prielaidą, kad žodis „manpower“ yra vartojamas verslo vokiečių kalboje, – nors to nepatvirtina joks įrodymas – nereiškia, jog tuo metu, kai jis vartojamas darbuotojų įdarbinimo paslaugų atžvilgiu, atitinkami vokiškai kalbantys vartotojai jį supranta kaip visiškai apibūdinantį šias paslaugas. Sąvoka „darbo jėga“ nereiškia to paties, ką reiškia sąvoka „darbuotojų įdarbinimo paslaugos“.

41 Įstojusios į bylą šalies nuomone, nėra jokio įrodymo, kuris patvirtintų, jog žodis „manpower“ internete ne anglų kalba yra vartojamas ne kaip nuoroda į ją arba jos veiklą. Net devyniose iš dešimties tinklaviečių anglų kalba šis žodis vartojamas pateikiant tokią nuorodą. Įstojusios į bylą šalies pateikti tyrimo rezultatai iš tikrųjų pagrindžia tvirtinimus dėl jos plataus tarptautinio žinomumo.

Pirmosios instancijos teismo vertinimas

42 Dėl tariamo Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkto, susijusio su skiriamųjų požymių neturinčiais prekių ženklais, pažeidimo VRDT nurodo, jog Apeliacinei tarybai pateiktoje apeliacijoje ieškovė nenurodė šios nuostatos pažeidimo. VRDT nuomone, šią pirmojo pagrindo dalį reikia atmesti kaip nepriimtiną.

43 Šiuo atžvilgiu Pirmosios instancijos teismas konstatuoja, kad iš VRDT dokumentų patikrinimo šioje byloje bei ginčijamo sprendimo matyti, jog Apeliacinei tarybai pateiktoje apeliacijoje ieškovė nepateikė kaltinimo, susijusio su tuo, jog Anuliavimo skyrius pažeidė minėtą nuostatą. Apeliacinė taryba neanalizavo šios nuostatos pritaikomumo. Iš Procedūros reglamento 135 straipsnio 4 dalies išplaukia, jog šiame teisme vykstančio proceso šalių pareiškimais negalima pakeisti Apeliacinės tarybos išnagrinėtos bylos ginčo dalyko. Todėl ieškovės pirmojo pagrindo dalį, susijusią su Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu, reikia atmesti kaip nepriimtiną.

44 Kalbant apie tariamą Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimą reikia nurodyti, jog neregistruojami „prekių ženklai, sudaryti tiktai iš žymenų arba nuorodų, kurie prekyboje gali būti naudojami žymėti rūšiai, kokybei, kiekiui, paskirčiai, vertei, geografinei kilmei arba prekių pagaminimo ar paslaugų suteikimo laikui, ar kitoms prekių ar paslaugų savybėms“.

45 Pagal nusistovėjusią teismų praktiką Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktu siekiama bendrąjį interesą užtikrinančio tikslo, reikalaujančio, kad žymenys ar nuorodos, apibūdinantys prekių ar paslaugų, kurioms prašoma registracijos, savybes, galėtų būti laisvai naudojami visų (žr. 2007 m. birželio 14 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Europig prieš VRDT (EUROPIG)*, T-207/06, Rink. p. II-1961, 24 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

46 Be to, žymenys, nurodyti Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkte, negali atlikti pagrindinės prekių ženklo funkcijos, t. y. nurodyti prekės ar paslaugos komercinės kilmės, kad vartotojas, kuris įsigyja prekių ženklu pažymėtą prekę arba paslaugą, vėlesnio įsigijimo metu galėtų pasirinkti tą pačią prekę ar paslaugą, jeigu patirtis buvo teigiama, arba kitą, jeigu ji buvo neigiama (žr. šio sprendimo 45 punkte minėto sprendimo *EUROPIG* 25 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

47 Iš tikrųjų Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkte nurodyti žymenys ir nuorodos yra tokie, kurie, įprastai naudojami, tikslinės visuomenės požiūriu, gali žymėti prekę ar paslaugą, kurioms jie yra registruoti, tiesiogiai ar nurodydami kurią nors iš pagrindinių jų savybių (žr. šio sprendimo 45 punkte minėto sprendimo *EUROPIG* 26 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

48 Iš to galima daryti išvadą, jog tam, kad žymeniui būtų taikomas šioje nuostatoje nustatytas draudimas, reikia, kad būtų pakankamai tiesioginė ir konkreti jo ir nagrinėjamų prekių ar paslaugų sąsaja, leidžianti suinteresuotajai visuomenei iš karto ir be papildomų svarstymų suvokti nagrinėjamų prekių ir paslaugų arba vienos iš jų savybių apibūdinimą (žr. šio sprendimo 45 punkte minėto sprendimo *EUROPIG* 27 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

49 Pirmiausia reikia patikrinti, ar Apeliacinė taryba teisingai konstatavo, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas yra apibūdinamasis toje Bendrijos dalyje, kurioje atitinkamos visuomenės pagrindinė kalba yra anglų kalba, t. y. Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje; įstojusi į bylą šalis tai ginčija.

50 Atsižvelgiant į minėtu prekių ženklu žymimų prekių ir paslaugų nevienalytį pobūdį, reikia atlikti prekių ir paslaugų analizę, kurią sudaro dvi dalys: pirmoji, susijusi su

35 klasei priskiriamomis „įdarbinimo biuro paslaugomis“ ir „laikino įdarbinimo paslaugomis“, ir antroji, susijusi su kitomis nagrinėjamu prekių ženklu žymimomis prekėmis ir paslaugomis (priskiriamomis 9, 16, 41 ir 42 klasėms).

51 Apeliacinė taryba pati atliko tokią dviejų dalių analizę ginčijamo sprendimo 12 punkte ir nurodė, kad, viena vertus, „anglų kalbos žodis „manpower“ apibūdina įdarbinimo biuro ir laikino įdarbinimo agentūros paslaugas, nes šis žodis dažnai vartojamas žmogiškųjų išteklių valdymo srityje“, ir, antra vertus, žodis „manpower“ „apibūdina ir daugelį prekių bei paslaugų (žymimų įstojusios į bylą šalies prekių ženklu), kurios priskiriamos 9, 16, 41 ir 42 klasėms, nes šis žodis gali būti suprantamas kaip nurodantis šių prekių bei paslaugų turinį tuo atveju, kai jos naudojamos įdarbinimo biuro paslaugų kontekste“.

52 Apeliacinė taryba teigė, kad žodis „manpower“ yra anglų kalbos žodis, remiantis *The New Shorter Oxford English Dictionary (Thumb Index Edition, 1993)*, turintis tokias reikšmes: „žmogaus jėga arba veikla dirbant; darbo atlikimo greičio vienetas; karinės tarnybos, tam tikro darbo arba kitokio tikslo atžvilgiu prieinamų arba reikalingų asmenų visuma; darbuotojai, laikomi kiekybiniu ištekliu, darbo jėga“. Apeliacinės tarybos nuomone, tai yra įprastas verslo anglų kalbos žodis, plačiai vartojamas ir gerai žinomas žmogiškųjų išteklių valdymo srityje.

53 Šiuo atžvilgiu Apeliacinė taryba nurodo *Wideman Comparative Glossary of Project Management Terms*, pagal kurį žodis „manpower“ reiškia bendrą asmenų, tinkamų dirbti konkretų darbų, skaičių. Darbo jėgos planavimas (*manpower planning*) yra procesas, kurį sudaro organizacijos darbo jėgos poreikio planavimas laiko atžvilgiu kiekio ir kompetencijos prasme ir disponavimas žmogiškaisiais ištekliais, būtinais organizacijos poreikiams patenkinti.

54 Apeliacinė taryba mano, kad atsižvelgiant į šiuos apibrėžimus nekyla jokių abejonių, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklu žymimos paslaugos, t. y. laikino įdarbinimo paslaugos, gali būti laikomos „darbo jėgos teikimu“ (*providing manpower*). Ginčijamo sprendimo 14 punkte Apeliacinė taryba nurodo, jog gausu įrodymų, kuriais patvirtinamas nagrinėjamo žodžio vartojimas apibūdinimui pateikti.

55 Pirmosios instancijos teismas nurodo, kad, kalbėdamas apie Jungtinę Karalystę ir Airiją, Anuliavimo skyrius rėmėsi anglų kalbos žodynu *Collins* (1996 m. leidimas), pagal kurį anglų kalbos žodis „manpower“ turi tokias reikšmes: „žmogaus darbo jėga; jėgos vienetas, grindžiamas ritmu, kuriuo žmogus gali dirbti; maždaug 75 vatai; tam tikro darbo atžvilgiu reikalingų arba prieinamų asmenų skaičius“ (*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*). Remdamasis tuo, jis padarė išvadą, jog minėtas žodis anglų kalboje vartojamas kalbant apie darbo jėgą, pažymėdamas, kad žodis „manpower“ šioje kalboje nėra labiausiai įprastas žodis nagrinėjamoms paslaugoms apibūdinti.

56 Šiuo atžvilgiu Pirmosios instancijos teismas pirmiausia konstatuoja, kad, remiantis šio sprendimo 47 punkte nurodyta teismų praktika, vertinant tariamai apibūdinamąjį įstojusios į bylą šalies prekių ženklo pobūdį reikia atsakyti į klausimą, ar žodis „manpower“, vartojamas įprastai, tikslinės visuomenės požiūriu, gali žymėti prekes ar paslaugas, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas, tiesiogiai ar kai nurodoma kuri nors iš pagrindinių jų savybių.

57 Antra, kalbant apie minėtą tikslinę visuomenę, reikia manyti, jog šiuo atveju, atsižvelgiant į santykinai plačią nagrinėjamų paslaugų specifikaciją, ją sudaro visi darbingo amžiaus gyventojai. Iš tikrųjų darbdaviams ir darbuotojams, asmenims, realiai aktyviai veikiantiems laikino įdarbinimo srityje, ir kitiems darbingo amžiaus asmenims gali prireikti pasinaudoti įdarbinimo biuro arba laikino įdarbinimo agentūros paslaugomis, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas.

58 Atsižvelgdamas į visas nurodytas aplinkybes ir ypač į Apeliacinės tarybos bei Anuliavimo skyriaus nurodytus žodžio „manpower“ reikšmės apibrėžimus anglų kalboje, Pirmosios instancijos teismas mano, kad Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, jog Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje minėtas žodis apibūdina įdarbinimo biuro ir laikino įdarbinimo agentūros paslaugas.

59 Reikia konstatuoti, jog angliško žodžio „manpower“ ir nagrinėjamų paslaugų sąsaja yra pakankamai tiesioginė ir konkreti ir gali leisti suinteresuotajai visuomenei Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje iš karto ir be papildomų svarstymų suvokti nagrinėjamų paslaugų apibūdinimą ta prasme, kaip nurodyta šio sprendimo 48 punkte minėtoje teismų praktikoje.

60 Nė vienas iš įstojusios į bylą šalies pateiktų argumentų negali paneigti šių tvirtinimų.

61 Pirmiausia kalbant apie tvirtinimą, kad nagrinėjamos paslaugos anglų kalboje apibūdinamos žodžiais „employment“, „recruitment“, „placement“ arba „staffing“, reikia nurodyti, jog jis nepaneigia tiesioginės ir konkrečios sąsajos tarp žodžio „manpower“ ir šių paslaugų, nes anglų kalbai būdingi skirtingi sinonimai tam pačiam semantiniam turiniui apibūdinti.

62 Toliau įstojusi į bylą šalis nurodo, kad anglų kalbai nėra įprasta ar būdinga nagrinėjamas paslaugas apibūdinti žodžiu „manpower“ ir kad, be kita ko, nė vienas ginčijamame sprendime nurodytas „manpower“ apibrėžimas nesusijęs su darbuotojų įdarbinimo paslaugomis. Taigi reikia konstatuoti, kad net ir manant, jog žodis „manpower“, reiškiantis „darbo jėgą“, nėra labiausiai įprastas anglų kalbos žodis įdarbinimo biuro

arba laikino įdarbinimo agentūros paslaugoms apibūdinti, jis vis tiek gali būti laikomas apibūdinančiu minėtas paslaugas dėl jo ir šių paslaugų tiesioginio ryšio.

63 Šiuo klausimu ginčijamame sprendime nurodyti apibrėžimai leidžia konstatuoti, kad minėto žodžio reikšmė pakankamai artima aptariamoms paslaugoms ta prasme, kad atitinkama visuomenė Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje iš karto ir be papildomų svarstymų nustatytų konkrečią ir tiesioginę sąsają tarp šio žodžio ir nagrinėjamų paslaugų. Iš to išplaukia, kad minėtas žodis, vartojamas įprastai, tikslinės visuomenės požiūriu, gali būti vartojamas šioms paslaugoms apibūdinti. Be to, Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 14 punkte pateikė konkrečių žodžio „manpower“ vartojimo apibūdinamąja prasme įrodymų verslo anglų kalboje. Bet kuriuo atveju klausimas, ar žodis „manpower“ iš tikrųjų vartojamas tokiais apibūdinimo tikslais, yra nesvarbus, nes pakanka to, kad jis galėtų būti vartojamas tokiais tikslais (žr. šiuo klausimu 2005 m. sausio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Wieland-Werke prieš VRDT (SnTEM, SnPUR, SnMIX)*, T-367/02–T-369/02, Rink. p. II-47, 40 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

64 Įrodymai, kuriais įstojusi į bylą šalis grindžia argumentą, kad anglų kalbos žodis „manpower“ nėra įprastas nagrinėjamoms paslaugoms apibūdinti, daugių daugiausia leidžia konstatuoti, jog šioms paslaugoms apibūdinti vartojami ir kiti žodžiai nei „manpower“. Taigi reikia patvirtinti, kad norint taikyti atsisakymo registruoti įstojusios į bylą šalies prekių ženklą pagrindą pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punktą, nesvarbu tai, ar egzistuoja sinonimų, kurie irgi apibūdina nagrinėjamas prekes arba paslaugas (žr. pagal analogiją šio sprendimo 63 punkte minėto sprendimo *SnTEM, SnPUR, SnMIX* 41 punktą).

65 Galiausiai įstojusios į bylą šalies argumentas, kad mažai tikėtina, jog prekių ženklą MANPOWER tretieji asmenys naudos jų pačių komercinėje veikloje (žr. šio sprendimo 37 punktą), yra nesvarbus tiek, kiek jis susijęs su klausimo, ar žodis „manpower“ yra apibūdinamasis, nagrinėjimu, ir todėl jį taip pat reikia atmesti.

66 Dėl kitų prekių ir paslaugų, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas, Pirmosios instancijos teismas mano, jog tiek, kiek jie susiję su Jungtine Karalyste ir Airija, Apeliacinė taryba teisingai nurodė, jog žodis „manpower“ apibūdina ir daugelį kitų 9, 16, 41 ir 42 klasėms priskiriamų prekių bei paslaugų, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas.

67 Šiuo atžvilgiu reikia nurodyti, kaip tai daro Apeliacinė taryba, kad, pirma, šis žodis gali būti suprantamas kaip nurodantis šių prekių bei paslaugų turinį, kai jos naudojamos įdarbinimo biuro paslaugų kontekste. Tokiomis aplinkybėmis atitinkamai visuomenei, kuri, be kita ko, sutampa su šio sprendimo 57 punkte apibrėžta atitinkama visuomene šių prekių ir paslaugų atžvilgiu, įstojusios į bylą šalies prekių ženklas būtų tiesioginė ir konkreti nuoroda į minėtas prekes ir paslaugas.

68 Antra, tiek, kiek šios prekės ir paslaugos apima prekes arba paslaugas, visiškai nesusijusias su įdarbinimo arba laikino įdarbinimo paslaugomis, reikia nurodyti, jog įstojusi į bylą šalis žodį „manpower“ įregistravo kiekvienai iš jų bendrai paėmus. Todėl reikia daryti išvadą, jog Apeliacinė taryba nesuklydo manydama, jog įstojusios bylą šalies prekių ženklas Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje apibūdina visas prekes ir paslaugas, kurioms skirtas minėtas prekių ženklas (žr. šiuo klausimu 2003 m. gruodžio 3 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Audi prieš VRDT (TDI)*, T-16/02, Rink. p. II-5167, 35 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

69 Antra, reikia įvertinti, ar minėtas prekių ženklas taip pat yra apibūdinamasis vienoje ar keliose kitose Sąjungos valstybėse narėse.

70 Šiuo atžvilgiu Anuliavimo skyriaus ir Apeliacinės tarybos požiūriai skiriasi. Anuliavimo skyrius tvirtino, kad žodis „manpower“ yra apibūdinamasis tik Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje ir toks nėra kitose Sąjungos valstybėse (Anuliavimo skyriaus sprendimo 9 ir 10 punktai). Jo nuomone, nagrinėjamas anglų kalbos žodis nėra laikomas, išskyrus

minėtas dvi anglakalbes valstybes, apibūdinamuoju žodžiu, nes ne anglakalbėse valstybėse atitinkami vartotojai, kalbėdami apie darbo jėgą, vartoja atitinkamus savo kalbos žodžius. Be to, Anuliavimo skyrius nurodė, kad anglų kalbos žodis „manpower“ nėra labiausiai įprastas įdarbinimo biuro arba laikino įdarbinimo agentūros paslaugoms apibūdinti. Todėl atitinkami vartotojai ne anglakalbėse valstybėse minėtą žodį laikytų, Anuliavimo skyriaus nuomone, išgalvotu arba įtaigiu žodžiu, kuris gali būti vartojamas kaip įstojusios į bylą šalies prekių ženklu žymimų prekių ir paslaugų kilmės nuoroda.

71 Savo ruožtu Apeliacinė taryba manė, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas yra apibūdinamasis ne tik Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje, bet ir vokiečiakalbėse valstybėse, t. y. Vokietijoje ir Austrijoje, kuriose žodis „manpower“ vartojamas verslo kalboje (ginčijamo sprendimo 15 ir 16 punktai) bei Sąjungos valstybėse, kuriose anglų kalba yra populiari, t. y., Apeliacinės tarybos nuomone, Nyderlanduose, Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje (ginčijamo sprendimo 16 punktas).

72 Vykstant procesui Pirmosios instancijos teisme šios bylos šalys nesutarė dėl geografinės erdvės, kurioje atitinkama visuomenė žodį „manpower“ gali suvokti kaip apibūdinamąjį.

73 Reikia konstatuoti, kad pagal šio sprendimo 47 punkte minėtą teismų praktiką, vertinant, ar įstojusios į bylą šalies prekių ženklas apibūdina nagrinėjamas prekes ir paslaugas ne anglakalbėse valstybėse narėse, reikia nustatyti, ar šiose valstybėse minėtas žodis, įprastai vartojamas, tikslinės visuomenės požiūriu, gali žymėti prekes ar paslaugas, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas, tiesiogiai ar nurodydamas kurią nors iš pagrindinių jų savybių.

74 Teigiamas atsakymas į šį klausimą galimas dviem atvejais.

75 Pirmasis atitinka tokią situaciją, kai žodis „manpower“ yra vartojamas nagrinėjamos valstybės kalboje ir gali pakeisti šios kalbos žodį, reiškiantį „darbo jėga“, bent jau tiek, kiek tai susiję su atitinkama visuomene. Iš tikrųjų tokiu atveju minėtos visuomenės atstovas savo nacionalinės kalbos kontekste susidūręs su žodžiu „manpower“ iš karto jį suvoktų kaip nuorodą į „darbo jėgą“.

76 Antrasis atvejis atitinka situaciją, kai įstojusios į bylą šalies prekių ženklu žymimų prekių ir paslaugų kontekste anglų kalba tik kaip alternatyvi kalba nacionalinei kalbai vartojama kreipiantis į atitinkamos visuomenės atstovus. Akivaizdu, kad tokiu atveju anglų kalbos žodis „manpower“ būtų suvokiamas kaip apibūdinantis minėtas prekes ir paslaugas. Tačiau vien to, kad atitinkama visuomenė arba didelė jos dalis moka angų kalbą, nepakanka, jeigu anglų kalba tokiu atveju realiai nėra vartojama kreipiantis į minėtą visuomenę.

77 Kalbant apie tai, ar situacija vienoje ar keliose Sąjungos valstybėse narėse atitinka vieną iš šių dviejų atvejų, nurodytų šio sprendimo 75 ir 76 punktuose, pirmiausia reikia nurodyti, jog Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 15 punkte patvirtino, jog žodis „manpower“, kaip verslo anglų kalboje paplitęs žodis, yra vartojamas ir verslo vokiečių kalboje.

78 Įstojusi į bylą šalis nurodo, kad vien tai, jog žodis „manpower“ yra įtrauktas į vieną vokiečių kalbos žodyną, nereiškia, kad jį paprastai vartoja ir supranta vokiškai kalbanti visuomenė ar jį žino didelė visuomenės dalis. Taigi šiuo atžvilgiu reikia konstatuoti, kad nurodytą vertinimą Apeliacinė taryba grindė ne vien tik tuo, jog žodis „manpower“ yra

įtrauktas į žinomą vokiečių kalbos žodyną *Duden*, bet ir aplinkybe, kad šis žodis nurodytas „perteklinių“ vokiškų žodžių sąraše ir kad jis buvo vartojamas Bambergo verslo mokyklos (Vokietija) studentų taryboje ir Vienos technikos universiteto (Austrija) tyrimų projekte (ginčijamo sprendimo 15 punktas).

79 Nurodytų aplinkybių visuma leidžia konstatuoti, kad Apeliacinė taryba teisingai manė, jog žodis „manpower“ yra apibūdinamasis ir vokiečių kalboje, taigi – Vokietijoje bei Austrijoje. Kaip nurodyta ginčijamame sprendime, šis žodis, remiantis žodynu *Duden*, atitinka žodį „Arbeitskraft“ (darbo jėga). Todėl atitinkami vokiškai kalbantys vartotojai iš karto ir be papildomų svarstymų nustatys konkrečią ir tiesioginę šio žodžio ir įdarbinimo biuro bei laikino įdarbinimo paslaugų sąsają. Tai juo labiau teisinga todėl, kad, kaip išplaukia iš nurodyto perteklinių vokiškų žodžių sąrašo įžangos, žodis „manpower“ yra madingas referencinėje vokiečiakalbėje aplinkoje.

80 Kalbant apie įstojusios į bylą šalies prekių ženklu žymimas prekes ir paslaugas, priskiriamas 9, 16, 41 ir 42 klasėms, Pirmosios instancijos teismas mano, jog toks argumentavimas, kaip antai nurodytas šio sprendimo 66–68 punktuose, tinka Vokietijai bei Austrijai.

81 Toliau reikia išnagrinėti, ar įstojusios į bylą šalies prekių ženklas gali būti laikomas apibūdinamuoju vienoje ar keliose ne anglakalbėse Bendrijos valstybėse narėse.

82 Šiuo atžvilgiu reikia nurodyti, kad ginčijamo sprendimo 16 punkte Apeliacinė taryba pažymėjo, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas yra apibūdinamasis ir tose

valstybėse narėse, kuriose didelė dalis klientų pakankamai moka ir vartoja verslo anglų kalbą, t. y., Apeliacinės tarybos nuomone, Nyderlanduose, Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje.

83 Savo analizę Apeliacinė taryba grindė, pirma, savo „patirtimi“, pagal kurią anglų kalbos mokėjimas ir vartojimas buvo labiausiai įrodytas nurodytose valstybėse. Antra, ji pažymėjo, kad anglų kalba yra visame pasaulyje bendrai vartojama verslo kalba ir, be to, daugelio tarptautinių įmonių oficiali darbo kalba. Trečia, ji tvirtino, kad mažesnėse valstybėse verslo studentai per paskaitas dažnai susiduria su tekstais anglų kalba, o baigę studijas universitete jie dirba žmogiškųjų išteklių departamentuose arba eina kitokias pareigas įmonėse, kurios užsiima laikinų darbuotojų įdarbinimu. Galiausiai Apeliacinė taryba pateikė „daug įrodymų“, kurie pagrindžia jos sprendimą šiuo klausimu (ginčijamo sprendimo 16 ir 17 punktai).

84 Pirmosios instancijos teismas mano, jog nurodyta Apeliacinės tarybos analizė yra klaidinga.

85 Pirma, šiuo atžvilgiu reikia priminti, kad atitinkamą visuomenę sudaro visi šio sprendimo 57 punkte nurodyti gyventojai, o ne tik arba „iš principo“ darbuotojų ieškantys darbdaviai (ypač jų žmogiškųjų išteklių departamentai), į kuriuos atsižvelgė Apeliacinė taryba atlikdama analizę ginčijamo sprendimo 16 punkte.

86 Dėl klausimo, ar įprastai vartojamas prekių ženklas, tikslinės visuomenės požiūriu, gali apibūdinti nagrinėjamas prekes ar paslaugas, reikia nurodyti, kad akivaizdu, jog šis „įprastas vartojimas“ gali skirtis atsižvelgiant į tai, apie ką kalbama – pirma, ar apie žmogiškųjų išteklių specialistų vartojamą kalbą, ar, antra, apie darbo, o ypač laikino

darbo ieškančių asmenų ir kitų darbingo amžiaus asmenų, kurie neturi specialių žmogiškųjų išteklių srities žinių, paprastai vartojamą tą pačią kalbą.

87 Antra, reikia nurodyti, kad Apeliacinė taryba nekonstatavo, kalbėdama apie Švediją, Daniją, Suomiją ir Nyderlandus, kad žodis „manpower“ vartojamas valstybės kalboje šio sprendimo 75 punkte nurodytų kriterijų prasme.

88 Todėl reikia tik įvertinti, ar, kalbant apie šias valstybes, situacija gali būti panaši į tą, kuri nurodyta šio sprendimo 76 punkte.

89 Pirmosios instancijos teismas mano, jog šiuo atveju taip nėra. Be nurodytos aplinkybės, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į visą atitinkamą visuomenę, ji taip pat neįrodė, kad prekių ir paslaugų, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas, kontekste anglų kalba, nors ir vien kaip alternatyvi kalba nacionalinei kalbai, būtų vartojama kreipiantis į reikšmingos visuomenės narius.

90 Todėl reikia daryti išvadą, jog Apeliacinė taryba padarė vertinimo klaidą manydama, kad Nyderlanduose, Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje įstojusios į bylą šalies prekių ženklas yra apibūdinamasis nagrinėjamų prekių ir paslaugų atžvilgiu.

91 Tačiau, kalbant apie kitas ne anglakalbes Bendrijos valstybes nares, Apeliacinė taryba teisingai konstatavo, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas šiose valstybėse nėra apibūdinamasis.

92 Šiuo atžvilgiu reikia nurodyti, kad nė vienas ieškovės argumentas nepaneigtų tokio tvirtinimo. Iš tikrųjų, pirma, akivaizdu, kad statistika, susijusi su angliškai arba vokiškai kalbančių Bendrijos gyventojų procentine dalimi, neįrodo, jog prekių ir paslaugų, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas, kontekste minėtose valstybėse anglų kalba vartojama tik kaip alternatyva nacionalinei kalbai kreipiantis į atitinkamos visuomenės atstovus.

93 Antra, kalbant apie ieškovės tvirtinimus, susijusius su aplinkybe, kad daug darbuotojų grįžta iš anglakalbių ir vokiečiakalbių valstybių narių į savo kilmės šalis įgiję žodyną ir kad dėl anglakalbių ir vokiečiakalbių valstybių piliečių turizmo vyksta kalbiniai mainai, reikia konstatuoti, jog šie tvirtinimai yra akivaizdžiai neapibrėžti, kad būtų galima nustatyti, jog žodis „manpower“ vartojamas vienos iš Europos valstybių, į kurią Apeliacinė taryba neatsižvelgė atlikdama analizę, kalboje.

94 Iš to matyti, kad, remiantis Reglamento Nr. 40/94 63 straipsnio 3 dalimi, reikia pakeisti ginčijamą sprendimą taip, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklu neapibūdinamos prekės ir paslaugos, kurioms jis buvo įregistruotas, Nyderlanduose, Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje. Todėl reikia iš dalies patenkinti įstojusios į bylą šalies atskirą prašymą.

95 Kita įstojusios į bylą šalies atskiro prašymo dalis yra nepagrįsta.

96 Be to, atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia atmesti pirmąjį ieškovės pagrindą kaip nepagrįstą tiek, kiek jis nurodo Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimą.

Dėl antrojo pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies ir 74 straipsnio 1 dalies pažeidimu, dėl įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimo Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Vokietijoje ir Austrijoje

Šalių argumentai

97 Dėl, pirma, Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies pažeidimo ieškovė tvirtina, jog šiame straipsnyje nurodoma į šio reglamento 7 straipsnio 1 dalies b–d punktus ir jis nėra taikomas pradiniams trūkumams, turintiems įtakos vertinimui pagal minėto reglamento 7 straipsnio 3 dalį. Tačiau nebuvo galima pašalinti su registracija susijusio pradinio trūkumo. Net jeigu Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalis būtų taikytina, ieškovės nuomone, ginčijamas sprendimas būtų neteisingas. Ji tvirtina, kad išvadą, jog prekių ženklas MANPOWER, iš pradžių įregistruotas pažeidžiant minėto reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punktą, vėliau įgijo skiriamąjį požymį, Apeliacinė taryba padarė remdamasi klaidingai per siaurai vertinama visuomene. Ieškovė tvirtina, kad dėl šios priežasties Apeliacinė taryba vėliau klaidingai vertino žinomumą, kuris būtinas skiriamajam požymiui pagal Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalį.

98 Ieškovės nuomone, kadangi Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalis netaikytina situacijai, numatytai šio reglamento 7 straipsnio 3 dalyje, data, į kurią reikia atsižvelgti vertinant skiriamąjį požymį, yra įstojusios į bylą šalies prekių ženklo paraiškos pateikimo diena. Tuo momentu, ieškovės nuomone, žymuo MANPOWER visiškai nebuvo žinomas. Ieškovė tvirtina, kad net jeigu minėto reglamento 51 straipsnio 2 dalis yra taikytina, VRDT negalėjo „į bet kurį momentą po prekių ženklo įregistravimo“ atsižvelgti kaip į dieną, kuri svarbi vertinant skiriamojo požymio įgijimą. Ieškovės nuomone, data, į kurią reikia atsižvelgti, yra sprendimo dėl prašymo pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia priėmimo diena.

99 Ieškovė tvirtina, kad net ir manant, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklas buvo žinomas, jo prioriteto data turėjo būti „pataisyta“ pagal skiriamojo požymio įgijimo dėl naudojimo vertinimo datą. Ieškovė nurodo, kad dėl vėliau įgyto skiriamojo požymio poveikio ir pasekmių prioritetui dar nepriimtas Bendrijos teismų sprendimas. Ieškovė nurodo sprendimą, kuris šiuo teisės klausimu buvo priimtas Vokietijoje. Ji nurodo, jog pagal šį sprendimą vėliau įgytas skiriamasis požymis negalioja atgal nagrinėjamo prekių ženklo paraiškos pateikimo dieną, o tai garantuoja vėlesnių prekių ženklų, atsiradusių po ankstesnio prekių ženklo paraiškos pateikimo datos, bet prieš tai, kai pastarasis tapo plačiai žinomas, egzistavimą.

100 Ieškovė tvirtina, kad Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalyje netiesiogiai daroma nuoroda į šio reglamento 7 straipsnio 2 dalį, taigi registracija yra negalima, jei atmetimo pagrindai egzistuoja tik dalyje Bendrijos. Ieškovės nuomone, tokią Bendrijos dalį sudaro tik viena valstybė narė.

101 Antra, ieškovė nurodo, kad skiriamasis požymis ir žinomumas turėjo egzistuoti visoje Bendrijoje tiek pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalį, tiek ir pagal šio reglamento 51 straipsnio 2 dalį.

102 Ieškovės teigimu, Apeliacinė taryba neatsižvelgė į aplinkybę, jog tai, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklą tapo įmanoma įregistruoti dėl jo naudojimo, reikalavo, kad bent jau didelė visuomenės dalis suvoktų žodį „manpower“ kaip nurodantį įstojusią į bylą šalį ir jos prekes bei paslaugas, o ne tik, kad vartotojai žodžio „manpower“ su niekuo nesietų. Iš tikrųjų visos didelės suinteresuotosios visuomenės dalys atitinkamoje teritorijoje turi, ieškovės nuomone, identifikuoti nagrinėjamas prekės ir paslaugas kaip pagamintas arba suteiktas įstojusios į bylą šalies. Tai nebuvo įrodyta.

103 Todėl, ieškovės nuomone, Apeliacinė taryba nesilaikė skiriamojo požymio įgijimui dėl naudojimo keliamų sąlygų Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalies bei susijusių to paties reglamento 51 straipsnio 2 dalies ir 7 straipsnio 1 dalies c punkto nuostatų, kurios yra griežtesnės už minėto reglamento 7 straipsnio 1 dalies b punkto nuostatas, prasme.

104 Trečia, ieškovė tvirtina, kad suinteresuotoji visuomenė turi būti vertinama atsižvelgiant į prekių ir paslaugų rūšį. Ieškovė nurodo, kad įdarbinimo biuro ir laikino įdarbinimo paslaugos yra kasdienės paslaugos ir kad aptariamo paprasto vartotojo pastabumo laipsnis žymenų ir prekių ženklų, susijusių su šiomis prekėmis ir paslaugomis, atžvilgiu greičiausiai yra žemas. Jos nuomone, tam, kad vartotojai suprastų žodį „manpower“ kaip prekių ženklą, būtinas ypač stiprus įsiskverbimas į rinką. Taigi šis žodis neįveikia registracijos kliūties, kurią sudaro Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b ir c punktai.

105 Ketvirta, ieškovė ginčija tai, kad įmanoma išplėsti tam tikrų prekių ir paslaugų žinomumą kitų prekių ir paslaugų atžvilgiu (ginčijamo sprendimo 34 punktas). Ji tvirtina, kad pagal Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 3 dalį skiriamojo požymio neturinčio arba apibūdinamojo prekių ženklo registracija turi būti pripažįstama negaliojančia bent jau toms prekėms ir paslaugoms, kurių atžvilgiu žinomumo nebuvo galima įrodyti.

106 Ieškovė tvirtina, jog kadangi įstojusi į bylą šalis bandė įrodyti skiriamojo požymio egzistavimą dėl savo prekių ženklo žinomumo tik laikino įdarbinimo paslaugų atžvilgiu, net jeigu Pirmosios instancijos teismas turi manyti, kad nagrinėjamas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį šių paslaugų atžvilgiu, reikia patenkinti prašymą pripažinti registraciją negaliojančia kitų minėtu prekių ženklu žymimų prekių ir paslaugų, kurių naudojimo įstojusi į bylą šalis neįrodė, atžvilgiu.

107 Penkta, ieškovė nurodo, kad pažeisdama Reglamento Nr. 40/94 74 straipsnio 1 dalį VRDT nereikalavo, kad įstojusi į bylą šalis pateiktų pakankamai įrodymų dėl savo prekių ženklo žinomumo visoje Bendrijoje, ir remdamasi nepakankamais dokumentais priėmė neteisingą sprendimą.

108 Šiuo atžvilgiu ji tvirtina, kad Apeliacinė taryba nesilaikė sąlygų, keliamų skiriamojo požymio įgijimui, kurias Teisingumo Teismas išdėstė 1999 m. gegužės 4 d. Sprendime *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 ir C-109/97, Rink. p. I-2779, ginčijamo sprendimo 27 punkte atsižvelgdama tik į apyvartą, reklamą laikraščiuose ir telefonų knygose (2004 m. lapkričio 10 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Storck prieš VRDT (Suvynioto saldainio forma)*, T-402/02, Rink. p. II-3849, 82 ir paskesni punktai).

109 Ieškovės nuomone, Apeliacinė taryba aplinkybę, kad Bendrijos prekių ženklo savininko užimama padėtis Jungtinėje Karalystėje, kuri, beje, yra labai abejotina, ateityje paplis ir Airijoje, laikė labai tikėtina neturėdama jokių įrodymų ir neatlikusi detalaus vertinimo. Dėl argumento, kad žinomumas gali išplisti iš vienos valstybės į kitą, ir argumento, kad „labai geros reputacijos didesnėje kaimyninėje valstybėje“ pakanka tam, kad skiriamasis požymis būtų įgytas kitose valstybėse narėse (ieškovė nurodo ginčijamo sprendimo 32 ir 33 punktus), klausimas dėl žinomumo didelėje Bendrijos dalyje tampa beprasmiškas. Ieškovė tvirtina, jog tokiu atveju, nors žinomumo įrodymai būtų pateikti tik vienos valstybės narės atžvilgiu, būtų galima daryti prielaidą, jog žinomumas egzistuoja ir kaimyninėse valstybėse narėse. Tai gali turėti įtakos ir kalbant apie Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 5 dalį. Taigi prielaida dėl žinomumo „išplitimo“ yra neleistina. Tas pats galioja ir prielaidai, kad žinomumas išplaukia iš nacionalinio prekių ženklo paraiškos nesant žinomumo įrodymų (ginčijamo sprendimo 33 punktas).

110 Ieškovė nurodo, kad minėtą nuostatą taip pat pažeidžia tai, jog Apeliacinė taryba atsižvelgė į reklamą tik vienoje valstybėje, o po to konstatavo, jog tam, kad būtų pripažintas žinomumas, pakanka, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas būtų naudojamas tarptautiniu lygiu, ir kad visada reikia remtis gimtąja kalba (ieškovė nurodo ginčijamo sprendimo 32 punktą). Bendrijos prekių ženklo naudojimo tarptautiniu lygiu

pabrėžimas, kai kalbama apie žinomumą Bendrijoje, yra nepriimtinas netiesioginis argumentavimas. „Gimtosios kalbos“ argumentas prieštarauja ginčijamo sprendimo 16 punktui, bent jau Suomijos atžvilgiu. Ieškovė nurodo, kad šiame punkte konstatuojama, jog Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje žodis „manpower“ yra visiškai apibūdinamasis ir neturi skiriamojo požymio

111 Ieškovės nuomone, kalbant apie Jungtinę Karalystę pažymėtina, kad Apeliacinė taryba neįvertino, kokia suinteresuotosios visuomenės procentinė dalis suprastų įstojusios į bylą šalies prekių ženklą kaip atskiriantį pastarosios prekes ir paslaugas. Jos nuomone, VRDT turėjo kreiptis į prekybos ir pramonės rūmus ar kitokias profesines asociacijas, kad šios pateiktų objektyvią nuomonę, bei remtis visuomenės nuomonių apklausomis.

112 Kalbėdama apie Vokietiją, ieškovė teigia, jog nors Apeliacinė taryba nurodo apklausą, pagal kurią 54 % žmogiškųjų išteklių srityje dirbančių žmonių žino prekių ženklą MANPOWER, ir mano, jog ši apklausa atspindi suinteresuotąją visuomenę, tai paneigta ginčijamo sprendimo 16 punkte. Kalbama apie „atitinkamus vartotojus, t. y. laikinų darbuotojų darbdavius ir asmenis, atsakingus už tokias darbo sutartis“, o tai aiškiai apima daugiau nei tik „asmenis, dirbančius žmogiškųjų išteklių paslaugų srityje“ (ginčijamo sprendimo 28 punktas). Ieškovė tvirtina, jog Apeliacinė taryba neatsižvelgia į tai, kad suinteresuotoji visuomenė bet kuriuo atveju apima ir laikinus darbuotojus arba visus darbuotojus, darbdavius bei besimokančius asmenis, kurie tikriausiai ieškos darbo ateityje. Be to, Apeliacinė taryba klaidingai susieja statistinius duomenis, susijusius su 54 % apklaustųjų asmenų, žinančių „prekių ženklą“, ir 70 % apklaustųjų asmenų, žinančių apibūdinamąjį žodį „manpower“ (ginčijamo sprendimo 28 punktas). Ieškovės nuomone, šios apklaustųjų asmenų procentinės dalys nesutampa ir todėl negali būti lyginamos.

113 VRDT tvirtina, jog pagal Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalį, kurią reikia taikyti šiuo atveju, Bendrijos prekių ženklo, įregistruoto pažeidžiant Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b, c arba d punktus, registracijos vis dėlto negalima pripažinti negaliojančia, jeigu jis įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo. Iš visų kalbinių redakcijų, išskyrus redakciją vokiečių kalba, matyti, jog toks „įgijimas“ gali įvykti ir po įregistravimo.

114 Antra, VRDT nurodo, kad, kalbant apie atitinkamą teritoriją, yra nustatyta, jog prekių ženklas skiriamąjį požymį dėl naudojimo turi būti įgijęs tik ten, kur egzistuoja atmetimo pagrindas. VRDT nuomone, vadovaujantis ta pačia logika, reikia įrodyti tik tų prekių ir paslaugų, kurioms galioja absoliutus atmetimo pagrindas, dėl naudojimo įgytą skiriamąjį požymį. VRDT tvirtina, kad Apeliacinė taryba išnagrinėjo daug įrodymų, susijusių su įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimu, ir kad ji padarė teisingą išvadą nuspręsdama, jog šis prekių ženklas skiriamąjį požymį dėl naudojimo įgijo nagrinėjamose valstybėse.

115 Trečia, VRDT tvirtina, jog Apeliacinė taryba įvertino įstojusios į bylą šalies prekių ženklo įsitvirtinimą remdamasi išsamiu įrodymų patikrinimu. Nebūtina patikrinti šių įrodymų iš naujo, nes Apeliacinė taryba daugelį kartų juos nurodė ginčijamame sprendime.

116 VRDT nuomone, kalbant apie Jungtinę Karalystę, negalima abejoti dėl įstojusios į bylą šalies prekių ženklo įsitvirtinimo atsižvelgiant į įstojusios į bylą šalies apyvartą, atstovybių skaičių (292 biurai 2000 metais) ir nesuskaičiuojamus pranešimus spaudai. Atsižvelgiant į šiuos įrodymus, nebūtina pateikti kitų dokumentų arba nepriklausomų prekybos rūmų nuomonių.

117 VRDT tvirtina, jog tokia pat aiški situacija yra ir Vokietijoje, atsižvelgiant į įstojusios į bylą šalies atstovybių skaičių (126 biurai 1999 metais), jos metinę apyvartą ir pateiktus

straipsnius spaudoje. Ji pažymi nuomonių apklausas, iš kurių matyti, jog 54 % atitinkamų vartotojų žino prekių ženklą. VRDT ginčija ieškovės tvirtinimą, kad šie skaičiai yra nedideli. Ji tvirtina, jog Apeliacinė taryba teisingai atliko diferencijuotą įrodymų patikrinimą pagal prekių ir paslaugų rūšį bei specifinę rinką, susiedama minėtus skaičius su vartotojų, galinčių suvokti angliška žodį „manpower“ kaip apibūdinamąjį, skaičiumi. VRDT tvirtina, jog dėl Austrijos pateikti įrodymai patvirtina įstojusios į bylą šalies prekių ženklo įsitvirtinimą ir šioje valstybėje.

118 Iš esmės įstojusi į bylą šalis tvirtina, pirma, kad dėl datos, į kurią reikia atsižvelgti vertinant skiriamojo požymio įgijimą dėl naudojimo, Apeliacinė taryba teisingai remiasi Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies formuluote ir kad dėl naudojimo įgytas skiriamasis požymis „galioja atgal“ Bendrijos prekių ženklo paraiškos pateikimo dieną, o ne tą dieną, kurią ji įgijo šį skiriamąjį požymį („pataisyta“ prioriteto data). Įstojusios į bylą šalies nuomone, „pataisytos“ prioriteto datos principas nesuderinamas su Reglamento Nr. 40/94 tekstu, kuriame nėra jokios šį principą patvirtinančios nuorodos.

119 Antra, įstojusi į bylą šalis nurodo VRDT pateikusi daug įrodymų, kurie patvirtina, kad nagrinėjamą prekių ženklą ji ilgai ir dažnai naudojo Bendrijoje, taip pat tai, kad ji yra pasaulinė rinkos lyderė laikino įdarbinimo paslaugų srityje. Šių įrodymų visuma aiškiai rodo, kad prekių ženklas MANPOWER pirmauja ir turi gerą vardą laikino įdarbinimo ir darbuotojų įdarbinimo srityse Bendrijoje.

120 Trečia, įstojusi į bylą šalis tvirtina, jog jos pateikti įrodymai apima visas aptariamas valstybes ir tai yra pagrindas, jei to reikia, pripažinti, kad jos prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį kalbant apie vartotojus Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Prancūzijoje,

Vokietijoje, Italijoje, Ispanijoje, Portugalijoje, Austrijoje, Nyderlanduose, Belgijoje, Liuksemburge, Danijoje, Švedijoje, Suomijoje ir Graikijoje.

121 Šiuo atžvilgiu ji tvirtina, jog daugelis jos pateiktų įrodymų apima, be kita ko, pavyzdžius priemonių, naudotų Bendrijoje reklamuojant jos Bendrijos prekių ženklą skirtingose žiniasklaidos priemonėse, t. y. brošiūras, skrajutes, rinkodaros ir reklamos priemones, taip pat klientams dalijamas reklamines dovanas ir popierių laiškams su įmonės pavadinimu. Įstojusi į bylą šalis nurodo, kad šie įrodymai, suklasifikuoti pagal valstybes, apima kiekybinius reprezentacinius duomenis apie rinkodaros ir reklamos priemonių srautą bei su tuo susijusias išlaidas.

122 Ketvirta, įstojusi į bylą šalis nurodo, kad vykstant tyrimui ekspertas neprašė, kad ji pateiktų įrodymų dėl skiriamojo požymio įgijimo Jungtinėje Karalystėje ir Airijoje. Savo iniciatyva ji pateikė įrodymus, susijusius ir su Vokietija. Įrodymai, susiję su kitomis Bendrijos valstybėmis, buvo pateikti tik per procedūrą dėl registracijos pripažinimo negaliojančia. Taigi niekas neleidžia tvirtinti, jog kadangi vykstant tyrimui įrodymai buvo pateikti tik dėl kai kurių valstybių, kitose valstybėse Bendrijos prekių ženklas dar nebuvo įgijęs skiriamojo požymio dėl naudojimo. Be to, dėl įrodymų rūšies tokio pobūdžio byloje visada sunku nustatyti, kokia buvo prekių ženklo padėtis prieš keletą metų.

Pirmosios instancijos teismo vertinimas

123 Pirma, reikia konstatuoti, kad pakeitus ginčijamą sprendimą antrasis pagrindas tapo neveiksmingas tiek, kiek jis buvo susijęs su įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimu Nyderlanduose, Švedijoje, Danijoje ir Suomijoje. Taigi reikia išnagrinėti šį

pagrindą tik tiek, kiek jis susijęs su minėto prekių ženklo naudojimu Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Vokietijoje ir Austrijoje.

124 Antra, ieškovės kaltinimą dėl Reglamento Nr. 40/94 74 straipsnio 1 dalies pažeidimo taip pat reikia atmesti. Ieškovė nurodo, kad iš esmės Apeliacinė taryba neturėjo, remdamasi įstojusios į bylą šalies pateiktais įrodymais, nuspręsti dėl įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimo Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies prasme aštuoniose valstybėse, kuriose minėtas prekių ženklas yra, Apeliacinės tarybos nuomone, apibūdinamasis, ir kad, atsižvelgiant į minėtų įrodymų nepakankamumą, Apeliacinė taryba turėjo, remdamasi Reglamento Nr. 40/94 74 straipsnio 1 dalimi, reikalauti iš įstojusios į bylą šalies papildomų prekių ženklo naudojimo įrodymų. Reikia konstatuoti, kad jeigu pirmasis kaltinimas dėl Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies pažeidimo yra pagrįstas, jo pakanka, kad būtų panaikintas ginčijamas sprendimas. Be to, net ir darant prielaidą, kad VRDT tariamai neprašė įstojusios į bylą šalies pagal Reglamento Nr. 40/94 74 straipsnio 1 dalį pateikti papildomų jos prekių ženklo naudojimo įrodymų, tokia situacija nėra nepalanki ieškovei, kuri neturi jokio suinteresuotumo tai nurodyti.

125 Trečia, reikia išanalizuoti ieškovės argumentus, pagal kuriuos Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalyje iš esmės neleidžiama atsižvelgti į galimą prekių ženklo, kurio registraciją prašoma panaikinti, skiriamąjį požymį, kurį šis prekių ženklas įgijo dėl naudojimo po registracijos, tam, kad būtų atmestas prašymas pripažinti registraciją negaliojančia.

126 Į šį argumentavimą neturėtų būti atsižvelgiama. Viena vertus, grįsdama savo tvirtinimą ieškovė negali tinkamai remtis tik vokiška Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies redakcija. Iš tikrųjų pagal nusistovėjusią teismų praktiką vienodo Bendrijos teisės išaiškinimo būtinybė neleidžia nagrinėti konkrečios nuostatos atskirai, o reikalauja, kad esant abejonių ji būtų aiškinama ir taikoma atsižvelgiant į redakcijas kitomis oficialiosiomis kalbomis (2004 m. gruodžio 16 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Pappas prieš Komisiją*, T-11/02, Rink. VT p. I-A-381 ir II-1773, 34 punktas ir jame nurodyta teismų praktika; 2006 m. gruodžio 11 d. Pirmosios

instancijos teismo nutarties *MMT prieš Komisiją*, T-392/05, nepaskelbta Rinkinyje, 30 punktas). Taigi reikia konstatuoti, kad daugelis Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalies kalbinių redakcijų, išskyrus redakciją vokiečių kalba, *expressis verbis* nurodo prekių ženklo, kurio registraciją prašoma panaikinti, naudojimą „po įregistravimo“.

127 Kita vertus, reikia nurodyti, kad jeigu šią nuostatą reikėtų suprasti kaip nenurodančią prekių ženklo, kurio registraciją prašoma panaikinti, naudojimo po jo įregistravimo, ji būtų perteklinė ir neturėtų prasmės. Apibūdinamasis žymuo, kuris dėl naudojimo po paraiškos, kuria siekiama jį įregistruoti kaip Bendrijos prekių ženklą, pateikimo įgijo skiriamąjį požymį paraiškoje įregistruoti nurodytų prekių ir paslaugų atžvilgiu, yra registruotinas pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalį. Taip įregistruoto prekių ženklo registracija negali būti panaikinta pagal Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 1 dalies a punktą, nes tai nėra prekių ženklas, „įregistruotas pažeidžiant 7 straipsnio nuostatas“. Taigi tokioje situacijoje Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalis yra nesvarbi. Iš to išplaukia, kad šia nuostata nurodomi tik prekių ženklai, kurių registracija prieštarauja Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b–d punktuose nurodytiems atmetimo pagrindams ir kurių registracija, nesant tokios nuostatos, turėtų būti panaikinta pagal Reglamento Nr. 40/94 51straipsnio 1 dalį. Reglamento Nr. 40/94 51 straipsnio 2 dalimi konkrečiai siekiama išsaugoti registraciją tokių prekių ženklų, kurie dėl jų naudojimo per tą laiką, t. y. po jų registracijos, įgijo skiriamąjį požymį prekių ir paslaugų, kurioms jie buvo įregistruoti, atžvilgiu, nepaisant aplinkybės, kad ši registracija tuo metu, kai ji buvo atlikta, prieštaravo Reglamento Nr. 40/94 7 straipsniui.

128 Dėl ieškovės argumentų, susijusių su įstojusios į bylą šalies prekių ženklo prioritetu, reikia konstatuoti, kad ginčijamame sprendime nenustatyta šio prekių ženklo prioriteto data. Klausimas dėl minėto prekių ženklo prioriteto yra nesvarbus nagrinėjant prašymą pripažinti šio prekių ženklo registraciją negaliojančia remiantis absoliučiu atmetimo pagrindu. Net ir darant prielaidą, kad šio prekių ženklo prioriteto data gali būti tik vėlesnė už paraiškos jį įregistruoti pateikimo datą, vien šios aplinkybės nepakanka, kad būtų panaikinta šio prekių ženklo registracija. Iš tikrųjų prioriteto, kurį reikia suteikti

įstojusios į bylą šalies prekių ženklui, klausimas tampa svarbus tik tuo atveju, jeigu šiuo prekių ženklu grindžiamas protestas kito prekių ženklo atžvilgiu (žr. Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 2 dalies a ir b punktus). Šiuo atveju apie tokią procedūrą nekalbama.

129 Galiausiai, kalbant apie ieškovės argumentus, kad nebuvo įrodytas įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimas po jo įregistravimo Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Vokietijoje ir Austrijoje, reikia priminti, jog, pirma, iš Bendrijos teismų praktikos, susijusios su Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 3 dalimi, taikytinos ir skiriamajam požymiui, kuris dėl naudojimo buvo įgytas pagal minėto reglamento 51 straipsnio 2 dalį, išplaukia, jog tam, kad prekių ženklas įgytų skiriamąjį požymį dėl naudojimo, reikia, kad bent didelė atitinkamos visuomenės dalis pagal prekių ženklą tam tikras prekes ar paslaugas skirtų kaip pagamintas ar suteiktas konkrečios įmonės (žr. 2007 m. kovo 6 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Golf USA prieš VRDT (GOLF USA)*, T-230/05, nepaskelbta Rinkinyje, 79 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

130 Kad nustatytų, ar prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo, kompetentinga institucija turi visapusiškai įvertinti veiksnius, galinčius įrodyti, kad remiantis prekių ženklu tapo įmanoma identifikuoti atitinkamas prekes ir paslaugas kaip pagamintas arba suteiktas konkrečios įmonės ir todėl atskirti šias prekes ir paslaugas nuo kitos įmonės prekių ir paslaugų. Šiuo atžvilgiu reikia atsižvelgti į tokius veiksnius, kaip antai: prekių ženklo užimama rinkos dalis, jo naudojimo dažnumas, geografinis paplitimas ir trukmė, įmonės investicijų, skirtų jo reklamai, dydis, tai, kiek yra suinteresuotųjų asmenų, kurie dėl prekių ženklo prekes ar paslaugas atskiria kaip pagamintas ar suteiktas konkrečios įmonės, prekybos ir pramonės rūmų ar kitų profesinių asociacijų pareiškimai bei visuomenės nuomonių apklausos (žr. šio sprendimo 129 punkte minėto sprendimo *GOLF USA* 79 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

131 Tačiau aplinkybės, kurioms esant sąlyga dėl skiriamojo požymio įgijimo dėl naudojimo gali būti laikoma įvykdyta, nėra nustatomos remiantis vien bendrais ir abstrakčiais duomenimis, pavyzdžiui, tam tikrais procentais (žr. 2007 m. rugsėjo 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Glaverbel prieš VRDT (Stiklo paviršiaus tekstūra)*, T-141/06, nepaskelbta Rinkinyje, 32 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

132 Be kita ko, reikia nurodyti, kad prekių ženklo skiriamasis požymis, įskaitant įgytąjį dėl naudojimo, turi būti vertinamas prekių ar paslaugų, kurioms prekių ženklą prašoma įregistruoti, atžvilgiu ir atsižvelgiant į paprasto pakankamai informuoto ir protingai pastabaus bei nuovokaus vartotojo preziumuojamą suvokimą apie ginčijamų prekių ir paslaugų kategoriją (žr. 2003 m. kovo 5 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Alcon prieš VRDT – Dr. Robert Winzer Pharma (BSS)*, T-237/01, Rink. p. II-411, 51 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

133 Antra, reikia priminti, kad šioje byloje Apeliacinė taryba konstatavo, jog įstojusi į bylą šalis pateikė daug įrodymų dėl jos prekių ženklo naudojimo daugelyje Sąjungos valstybių. Jos nuomone, įrodymų pakanka, kad būtų patvirtinta, jog prekių ženklas skiriamąjį požymį nagrinėjamoje teritorijoje jau buvo įgijęs prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo dieną. Be to, kai kurie įrodymai, vėlesni už prašymo pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia pateikimo datą ir susiję su laikotarpiu iki šios datos, leidžia daryti išvadas dėl skiriamojo požymio nagrinėjamu laikotarpiu. Be to, Apeliacinė taryba atsižvelgė į tai, jog įstojusi į bylą šalis yra pasauliniu lygiu veikianti įmonė.

134 Kalbant konkrečiai apie Jungtinę Karalystę pažymėtina, kad ginčijamo sprendimo 26 punkte Apeliacinė taryba patikslino, jog įstojusi į bylą šalis pateikė įrodymų, susijusių su didele ir 1990–1999 m. laikotarpiu nuolat augusia metine apyvarta, atstovybių skaičiumi, kuris nuo 162 atstovybių 1991 metais išaugo iki 292 atstovybių 2000 metais, reklaminėmis išlaidomis, 9 % rinkos dalimi 2000 metais, dokumentais apie reklamos partnerius ir nesuskaičiuojamomis iškarpomis iš spaudos, kurių didelė dalis buvo publikuota prieš pat prašymo pripažinti įstojusios į bylą šalies prekių ženklo registraciją negaliojančia pateikimo dieną ar netrukus po jos. Tarybos nuomone, šių įrodymų daugiau nei pakanka, kad būtų galima daryti išvadą, jog minėtas prekių ženklas yra

atpažįstamas ne tik kaip apibūdinamasis žodis, bet ir kaip prekių ženklas laikino įdarbinimo paslaugoms Jungtinėje Karalystėje.

135 Atsižvelgdamas į šiuos įrodymus ir susipažinęs su bylos medžiaga Pirmosios instancijos teismas mano, kad Apeliacinė taryba teisingai manė, jog buvo įrodytas įstojusios į bylą šalies prekių ženklo dėl naudojimo įgytas skiriamasis požymis Jungtinėje Karalystėje.

136 Iš tikrųjų reikia ypač pažymėti didelį įstojusios į bylą šalies atstovybių skaičių. Ši aplinkybė, į kurią atsižvelgiama kartu su įstojusios į bylą šalies siūlomų paslaugų ir prekių rūšimi, leidžia manyti, kad įstojusios į bylą šalies įmonė užima svarbią poziciją nagrinėjamoje rinkoje. Dar minėtina apyvarta, didelė rikos dalis, nesuskaičiuojamos iškarpos iš spaudos bei kiti įrodymai, kuriais rėmėsi Apeliacinė taryba ir kurie pakankamai įrodo tvirtą įstojusios į bylą šalies prekių ženklo poziciją Jungtinės Karalystės rinkoje.

137 Visų šių įrodymų pakanka, nesant būtinybės prašyti prekybos ir pramonės rūmų ar kitų profesinių asociacijų nuomonės arba nesant būtinybės remtis visuomenės nuomonių apklausomis, kaip nurodo ieškovė, įrodyti, kad bent didelė atitinkamos visuomenės dalis Jungtinėje Karalystėje iš prekių ženklo atitinkamas prekes ar paslaugas skirtų kaip pagamintas ar suteiktas įstojusios į bylą šalies įmonės. Jie įrodo įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimo Jungtinėje Karalystėje dažnumą, trukmę ir didelį geografinį paplitimą.

138 Dėl Airijos ginčijamo sprendimo 27 punkte Apeliacinė taryba konstatavo, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas šioje valstybėje buvo naudojamas kaip prekių ženklas darbuotojų įdarbinimo srityje daugiau nei 25 metus ir kad 1993 m. įstojusios į bylą šalies

įmonės apyvarta siekė jau daugiau nei 897 000 svarų sterlingų (GBP), o 1995 m. viršijo milijoną GBP. Be to, Apeliacinė taryba konstatavo, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklas buvo reklamuojamas laikraščiuose ir telefonų knygose. Apeliacinės tarybos nuomone, negalima atmesti aplinkybės, jog buvo labai tikėtina, kad žinia apie įstojusios į bylą šalies prekių ženklo gerą vardą iš dalies pasklis ir Airijoje.

139 Susipažinęs su bylos medžiaga Pirmosios instancijos teismas mano, kad ilgai trunkantis prekių ženklo naudojimas Airijoje ir apyvarta bei įrodymai, susiję su reklama laikraščiuose ir telefonų knygose, iš tikrųjų leidžia daryti išvadą, jog Apeliacinė taryba nepadarė vertinimo klaidos konstatavusi, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį Airijoje. Reikia pridurti, jog, atsižvelgiant į bylos aplinkybes, negalima priekaištauti Apeliacinei tarybai dėl to, kad ji neatsižvelgė į visus įrodymus, išvardytus šio sprendimo 108 punkte nurodyto sprendimo *Windsurfing Chiemsee* 51 punkte.

140 Kalbant apie Vokietiją ir Austriją, reikia manyti, jog Apeliacinė taryba teisingai manė, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo šiose dviejose valstybėse. Iš tikrųjų, viena vertus, Apeliacinė taryba teisingai pripažino, jog didelis įstojusios į bylą šalies biurų skaičius Vokietijoje, jos apyvarta šioje valstybėse, įmonių klienčių, įskaitant tarptautines, skaičius, dažnas įstojusios į bylą šalies prekių ženklo pasirodymas skirtinguose laikraščiuose, nors ir nacionaliniuose, pateikti skirtingi reklaminiai skelbimai, taip pat rinkodaros išlaidų apimtis bei įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimo geografinis paplitimas leidžia konstatuoti, kad minėtas prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo Vokietijoje.

141 Kita vertus, kalbant apie Austriją, įrodymų, kuriais rėmėsi Apeliacinė taryba, visuma taip pat rodo įstojusios į bylą šalies prekių ženklo naudojimo dažnumą, šio naudojimo trukmę, jo geografiškai besikeičiantį pobūdį bei pasirodymo reklamoje dažnumą bei

reguliarumą ir, todėl leidžia manyti, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį Austrijoje, jeigu ir šioje valstybėje jis turi būti laikomas apibūdinamuoju.

142 Reikia manyti, kad šiame sprendime pateiktų tvirtinimų, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo keturiose nurodytose valstybėse, negali paneigti ieškovės argumentai, susiję su tuo, kad nebuvo įrodytas 9, 16, 41 ir 42 klasėms priskiriamų prekių ir paslaugų, kurioms skirtas įstojusios į bylą šalies prekių ženklas, dėl naudojimo įgytas skiriamasis požymis.

143 Iš tikrųjų kalbant apie įstojusios į bylą šalies 9, 16, 41 ir 42 klasėms priskiriamų kitų prekių ir paslaugų prekių ženklo dėl naudojimo įgytą skiriamąjį požymį, ginčijamo sprendimo 34 punkte Apeliacinė taryba visų pirma nurodė, kad daug šių prekių ir paslaugų įstojusi į bylą šalis naudojo laikinų darbuotojų samdos kontekste ir kad suinteresuotieji vartotojai, kadangi žodis „manpower“ turi antrą reikšmę kalbant apie laikino įdarbinimo paslaugas, manys, jog, pavyzdžiui, taip vadinama knyga arba konferencija nurodo įstojusią į bylą šalį ir jos teikiamas paslaugas.

144 Pirmosios instancijos teismas mano, jog Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklo įgytas skiriamasis požymis 35 klasei priskiriamoms paslaugoms apima ir kitoms klasėms priklausančias prekes ir paslaugas, kurioms skirtas šis prekių ženklas.

145 Iš tikrųjų, kaip matyti iš ginčijamo sprendimo 12 punkto, įstojusios į bylą šalies prekių ženklas apibūdina tik kai kurias 9, 16, 41 ir 42 klasėms priskiriamas prekes ir paslaugas. Žodis „manpower“ gali būti suprantamas kaip nurodantis tik tų iš šių prekių ir paslaugų, kurios naudojamos įdarbinimo biuro paslaugų kontekste, turinį o vartotojas, susiejantis

šias 9, 16, 41 ir 42 klasių prekes ir paslaugas su įdarbinimo biuro bei laikino įdarbinimo biuro paslaugomis, gali suvokti įstojusios į bylą šalies prekių ženklą kaip šių prekių ir paslaugų kilmės nuorodą į įstojusią į bylą šalį.

146 Kalbant apie tai, kad Apeliacinė taryba kaip į lemiamą datą, į kurią reikėjo atsižvelgti vertinant dėl naudojimo įgytą skiriamąjį požymį, atsižvelgė į klaidingą datą, reikia konstatuoti, jog, priešingai nei tvirtina ieškovė, Apeliacinė taryba į prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo datą teisingai atsižvelgė kaip į svarbią datą, kuria remiantis reikia vertinti dėl naudojimo įgytą skiriamąjį požymį (ginčijamo sprendimo 22 ir 25 punktai). Taigi ji vadovavosi teismų praktika, pagal kurią konkreti data, į kurią reikia atsižvelgti analizuojant skiriamąjį požymį, dėl naudojimo įgytą po įregistravimo, yra prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo diena (šiuo klausimu žr. šio sprendimo 132 punkte minėto sprendimo *BSS* 53 punktą). Be to, Taryba gali atsižvelgti į įrodymus, kurie, nors ir pateikti vėliau nei prašymo pripažinti registraciją negaliojančia pateikimo dieną, leido daryti išvadas apie tuo momentu buvusią padėtį, ir toks atsižvelgimas nereikš, kad pateikiami prieštaringi motyvai arba padaryta teisės klaida (žr. pagal analogiją 2004 m. spalio 5 d. Teisingumo Teismo nutarties *Alcon prieš VRDT*, C-192/03 P, Rink. p. I-8993, 41 punktą).

147 Iš viso to, kas išdėstyta, matyti, jog Apeliacinė taryba nepadarė vertinimo klaidos manydama, jog įstojusios į bylą šalies prekių ženklas buvo įgijęs skiriamąjį požymį dėl naudojimo Jungtinėje Karalystėje, Airijoje, Vokietijoje ir Austrijoje. Todėl visą antrąjį ieškovės pagrindą reikia pripažinti nepagrįstu.

148 Remiantis visais nurodytais pagrindais (žr. šio sprendimo 94–96 ir 147 punktus) ieškinį reikia atmesti.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

149 Pagal Procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to reikalavo. Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti bylinėjimosi išlaidas pagal VRDT ir įstojusios į bylą šalies pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (penktoji kolegija)

nusprendžia:

1. **Pakeisti 2005 m. liepos 22 d. VRDT ketvirtosios apeliacinės tarybos sprendimą (byla R 499/2004-4), susijusį su prašymu panaikinti Bendrijos prekių ženklo MANPOWER Nr. 76059 registraciją, taip, kad minėtas prekių ženklas nėra apibūdinamasis prekių ir paslaugų, kurioms jis buvo įregistruotas, atžvilgiu Nyderlanduose, Švedijoje, Suomijoje ir Danijoje. Palikti galioti šio sprendimo rezoliucinę dalį.**

2. **Atmesti likusią *Manpower Inc.* reikalavimo, kuriuo siekiama pakeisti nurodytą Apeliacinės tarybos sprendimą, dalį.**

3. **Atmesti ieškinį.**

4. **Priteisti iš *Powerserv Personalservice GmbH* bylinėjimosi išlaidas.**

Vilaras Dehousse Šváby

Paskelbta 2008 m. spalio 15 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Kancleris Pirmininkas

E. Coulon M. Vilaras