VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (pirmā palāta)

2016. gada 18. oktobrī*

Eiropas Savienības preču zīme — Eiropas Savienības vārdiskas preču zīmes "BRAUWELT" reģistrācijas pieteikums — Absolūti atteikuma pamati — Aprakstošs raksturs — Atšķirtspējas neesamība — Regulas (EK) Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkts — Izmantošanas rezultātā iegūta atšķirtspēja — Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkts — Tiesības tikt uzklausītam — Pienākums norādīt pamatojumu — Regulas Nr. 207/2009 75. pants

Lieta T-56/15

***Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG*** , Nirnberga (Vācija), ko pārstāv *M. Höfler*, advokāts,

prasītāja,

pret

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

atbildētājs,

par prasību par *EUIPO* Apelācijas ceturtās padomes 2014. gada 4. decembra lēmumu lietā R 1121/2014-4 attiecībā uz vārdiska apzīmējuma "BRAUWELT" reģistrāciju kā Eiropas Savienības preču zīmi.

VISPĀRĒJĀ TIESA (pirmā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs H. Kanninens [*H. Kanninen*], tiesneši I. Pelikānova [*I. Pelikánová*] (referente) un E. Butidžidžs [*E. Buttigieg*],

sekretārs E. Kulons [*E. Coulon*],

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2015. gada 2. februārī,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2015. gada 21. aprīlī,

ņemot vērā replikas rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2015. gada 6. jūlijā,

ņemot vērā, ka puses trīs nedēļu laikā pēc paziņojuma par tiesvedības rakstveida daļas pabeigšanu nav iesniegušas pieteikumu par tiesas sēdes noturēšanu, un piemērojot Vispārējās tiesas Reglamenta 106. panta 3. punktu, pieņēmusi lēmumu lemt par prasību bez tiesvedības mutvārdu daļas,

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – vācu.

## Spriedums

### Tiesvedības priekšvēsture

1 2013. gada 2. augustā *Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG* iesniedza Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (*EUIPO*) Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu saskaņā ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.).

2 Reģistrācijai pieteiktā Eiropas Savienības preču zīme ir vārdisks apzīmējums “BRAUWELT”.

3 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 9., 16., 32., 35., 38., 41., 42. un 43. 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:

— 9. klase: “datorprogrammas un programmatūra, tostarp lietojumprogrammas (lejupielādējamas lietotnes); datu nesēji (ierakstīti vai neierakstīti)”;

— 16. klase: “brošūras; žurnāli; katalogi; grāmatas, arī skrejlapu sēriju veidā”;

— 32. klase: “alus; apiņu ekstrakts alus ražošanai”;

— 35. klase: “gadatirgu un izstāžu organizēšana alus, dzērienu un pārtikas ražošanas jomā saimnieciskās darbības un reklāmas nolūkā; dokumentācijas saimnieciskās darbības vajadzībām pakalpojumi; kontaktu mārketings; informācijas, proti, mārketinga un izplatīšanas informācijas, apkopošana un publiskošana internetā; gadatirgu organizēšana un vadīšana, arī elektroniskā veidā”;

— 38. klase: “Piekļuves informācijai internetā nodrošināšana; piekļuves datorprogrammām un lietotnēm (lietotājprogrammām) internetā nodrošināšana; interneta portālu nodošana trešo personu rīcībā; piekļuves informācijai internetā nodrošināšana; ziņu internetā apkopošana, nodrošināšana un pārraidīšana; piekļuves datu bāzēm nodrošināšana; piekļuves programmatūrai, datiem, attēliem, audio un/vai video informācijai internetā nodrošināšana; elektronisko ziņojumu dēļa pakalpojumi”;

— 41. klase: “Semināru un darbsemināru organizēšana un vadīšana, arī elektroniskā veidā; sporta un kultūras aktivitātes; mūzikas, kultūras, tūrisma un citu atpūtas pasākumu organizēšana un vadīšana; informācija izklaides un atpūtas pasākumu jomā; mācības; izklaide; iespiedpakalpojumi, tostarp elektronisko grāmatu un žurnālu publicēšana tiešsaistē, kā arī tekstu redakcija un iespiešana; piedāvājumi tiešsaistē, tostarp saistībā ar informāciju pārtikas un dzērienu jomā (izglītošana par uzturu)”;

— 42. klase: “Programmatūru koncepcija un attīstība, tostarp lietotājprogrammas; platformu izveide internetā; elektroniskās tirdzniecības platformas izveide internetā”;

— 43. klase: “Ēdināšanas pakalpojumi”.

4 Ar 2014. gada 14. marta lēmumu pārbaudītājs noraidīja preču zīmes reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz visām konkrētajām precēm un pakalpojumiem, pamatojoties uz to, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme esot aprakstoša Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē un tai neesot atšķirtspējas šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

5 2014. gada 24. aprīlī prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pantu, iesniedza par pārbaudītāja lēmumu apelācijas sūdzību *EUIPO*.

6 Ar 2014. gada 4. decembra lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) *EUIPO* Apelācijas ceturtā padome apelācijas sūdzību noraidīja. Pirmkārt, tā uzskatīja, ka, tā kā reģistrācijai pieteiktā preču zīme sastāv no vārdiem vācu valodā, konkrēto sabiedrības daļu veidojot Vācijas un Austrijas gala patērētāji un profesionāļi. Otrkārt, tā konstatēja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme nozīmējot “alus ražošanas pasauli” vai “[alus] brūvēšanas pasauli” un Vācijas patērētājam raksturojot pārdošanas vietni vai plašu preču un pakalpojumu saistībā ar alus brūvēšanu piedāvājumu. Treškārt, tā uzskatīja, ka atkarībā no konkrētajām precēm un pakalpojumiem reģistrācijai pieteiktā preču zīme apzīmējot to priekšmetu vai tematisko ievirzi, pārdošanas vai [pakalpojumu] sniegšanas vietu. Tā uzskatīja, ka visas ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces un pakalpojumi varot veidot plašu informācijas un pakalpojumu saistībā ar alus ražošanas vai brūvēšanas tēmu piedāvājuma daļu. Apelācijas padome no tā secināja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme attiecībā uz konkrēto preču un pakalpojumu veidu vai paredzēto nolūku esot aprakstoša Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē. Ceturtkārt, Apelācijas padome uzskatīja, ka, ciktāl reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir aprakstoša, tai nepiemītot atšķirtspēja Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Piektkārt, Apelācijas padome norādīja, ka prasītājas iesniegtie pierādījumi esot nepietiekami, lai pierādītu reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē.

## Lietas dalībnieku prasījumi

7 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— atcelt apstrīdēto lēmumu;

— grozīt apstrīdēto lēmumu tādējādi, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme tiek reģistrēta attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem;

— pakārtoti grozīt apstrīdēto lēmumu tādējādi, ka reģistrācijai pieteikto preču zīmi reģistrē attiecībā uz “specializētajiem žurnāliem alus ražošanas jomā”;

— piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

8 *EUIPO* prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— prasību noraidīt;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

## Juridiskais pamatojums

### 1. *Par otrā un trešā prasījuma pieņemamību*

9 *EUIPO* apgalvo, ka prasības pieteikuma otrais un trešais prasījums esot nepieņemami, ciktāl tie ir vērsti uz to, lai Vispārējā tiesa attiecībā uz *EUIPO* izdotu rīkojumu.

10 Prasītāja apstrīd *EUIPO* argumentus, paskaidrojot, pirmkārt, ka otrais prasījums esot uzskatāms par pieņemamu prasījumu grozīt lēmumu un, otrkārt, ka trešais prasījums nozīmējot nosacītu ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu saraksta ierobežošanu.

11 Vispirms ir jānorāda, ka neatkarīgi no tā, ka trešais prasījums balstās uz nosacītu ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu saraksta ierobežošanu, tas tāpat kā otrais prasījums ir prasījums grozīt tiesību aktu ar mērķi panākt, lai Vispārējā tiesa reģistrē minēto preču zīmi.

12 Šajā ziņā Vispārējai tiesai, protams, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 65. panta 3. punktu ir kompetence grozīt Apelācijas padomes lēmumu. Šajos apstākļos šīs grozīšanas pilnvaras ir vērstas uz to, lai Vispārējā tiesa pieņemtu nolēmumu, kurš Apelācijas padomei ir bijis jāpieņem saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 tiesību normām, kas nozīmē, ka prasījuma grozīt lēmumu pieņemamība ir jāizvērtē, ņemot vērā minētajai Apelācijas padomei piešķirtās pilnvaras (rīkojums, 2009. gada 30. jūnijs, *Securvita* /ITSB (“Natur-Aktien-Index”), T-285/08, EU:T:2009:230, 14. un 15. punkts).

13 Lai gan Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācija izriet no konstatējuma, ka ir izpildīti visi Regulas Nr. 207/2009 45. pantā paredzētie nosacījumi, *EUIPO* instances, kas ir kompetentas Savienības preču zīmju reģistrācijas jautājumā, šajā ziņā nepieņem formālu lēmumu, kuru var pārsūdzēt. Līdz ar to Apelācijas padome, kas saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 64. panta 1. punktu var pildīt instances, kura ir pieņēmusi apstrīdēto lēmumu, pilnvaras vai nodot lietu atkārtotai izskatīšanai minētajā instancē, nav kompetenta izskatīt prasījumu, kura mērķis ir panākt, lai tā reģistrē Savienības preču zīmi. Līdz ar to Vispārējai tiesai ne tik nav jāizskata prasījums grozīt lēmumu, kura mērķis ir panākt, lai Vispārējā tiesa šajā ziņā grozītu Apelācijas padomes lēmumu (šajā ziņā skat. rīkojumu, 2009. gada 30. jūnijs, “ Natur-Aktien-Index”, T-285/08, EU:T:2009:230, 16.–23. punkts).

14 Ņemot vērā iepriekš minēto, otrais un trešais prasījums ir jānoraida kā nepieņemami.

2. *Par pierādījumiem, kas pirmo reizi iesniegti Vispārējā tiesā*

15 *EUIPO* apstrīd prasības pieteikuma no K.24. līdz K.30. un K.33. pielikumu pieņemamību, jo tie pirmo reizi esot iesniegti Vispārējā tiesā un neesot tikuši pievienoti *EUIPO* lietas materiāliem.

16 Šajā ziņā saskaņā ar pastāvīgo judikatūru prasības izskatīšana Vispārējā tiesā ir vērsta uz to, lai pārbaudītu *EUIPO* Apelācijas padomju lēmumu tiesiskumu Regulas Nr. 207/2009 65. panta izpratnē, tāpēc Vispārējai tiesai nav atkārtoti jāpārbauda faktiskie apstākļi, pamatojoties uz dokumentiem, kuri pirmo reizi ir iesniegti Vispārējā tiesā. Tādējādi ir jānoraida prasības pieteikuma no K.24. līdz K.30. un K.33. pielikums, nevērtējot to pierādījuma spēku (šajā ziņā skat. spriedumu, 2005. gada 24. novembris, *Sadas*/ITSB – *LTJ Diffusion* (“ARTHUR ET FELICIE”), T-346/04, EU:T:2005:420, 19. punkts un tajā minētā judikatūra).

3. *Par lietas būtību*

17 Pamatojot savu prasību, prasītāja izvirza trīs pamatus attiecīgi, pirmkārt, Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, lasot to kopsakarā ar minētās regulas 75. pantu, pārkāpumu, otrkārt, Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu un, treškārt, Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta, lasot to kopsakarā ar minētās regulas 75. pantu, pārkāpumu.

*Par pirmo pamatu – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, lasot to kopsakarā ar minētās regulas 75. pantu, pārkāpumu*

18 Prasītāja Apelācijas padomei pārmet, ka tā neesot izpildījusi pienākumu norādīt pamatojumu, kļūdaini konstatējusi reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu attiecībā uz visām konkrētajām precēm un pakalpojumiem un pārkāpusi tās tiesības tikt uzklausītai.

Par pienākuma norādīt pamatojumu pārkāpumu

19 Prasītāja norāda, ka Apelācijas padome esot pārkāpusi pienākumu norādīt pamatojumu, neizvērtējot, vai apstrīdētā preču zīme ir aprakstoša attiecībā uz katru preci un pakalpojumu, kas norādīts reģistrācijas pieteikumā, un vispārīgi atsaucoties uz visām katrā klasē ietilpstošajām precēm.

20 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentu pamatotību.

21 Saskaņā ar judikatūru, ja preču zīmes reģistrācija tiek lūgta attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem, Apelācijas padomei ir jāpārbauda *in concreto*, vai uz attiecīgo preču zīmi nav attiecināms neviens no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punktā minētajiem reģistrācijas atteikuma pamatiem, ņemot vērā katru no šīm precēm vai pakalpojumiem, un tā var izdarīt atšķirīgus secinājumus atkarībā no izvērtējamajām precēm un pakalpojumiem. Tādējādi Apelācijas padomei gadījumā, ja tā atsaka preču zīmes reģistrāciju, savā lēmumā ir jānorāda secinājumi, kurus tā ir izdarījusi attiecībā uz katru no reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm un pakalpojumiem, neatkarīgi no veida, kā šis pieteikums ir formulēts (skat. spriedumu, 2009. gada 2. aprīlis, *Zuffa*/ITSB (“ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP”), T-118/06, EU:T:2009:100, 27. punkts un tajā minētā judikatūra).

22 Tomēr, kad viens un tas pats atteikuma pamats tiek izvirzīts attiecībā uz vienu preču vai pakalpojumu kategoriju, Apelācijas padome var norādīt tikai vispārīgu pamatojumu attiecībā uz visām konkrētajām precēm un pakalpojumiem, ja vien visi faktiskie un tiesiskie apsvērumi, kas veido attiecīgā lēmuma pamatojumu, pirmkārt, pietiekoši tieši paskaidro Apelācijas padomes argumentāciju saistībā ar katru šajā kategorijā ietilpstošu preci un pakalpojumu un, otrkārt, var tikt piemēroti bez atšķirības katrai no attiecīgajām precēm un pakalpojumiem. Tikai ar to, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ietilpst tajā pašā klasē Nicas nolīguma nozīmē, šajā ziņā nav pietiekoši (šajā ziņā skat. spriedumu, 2009. gada 2. aprīlis, “ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP”, T-118/06, EU:T:2009:100, 27. un 28. punkts un tajos minētā judikatūra).

23 Proti, apstrīdētā lēmuma 16. punktā Apelācijas padome ir atsaukusies uz “datorprogrammām”, kas ietver “programmatūru”, un “datu nesējiem”, kas ietilpst 9. klasē, kā arī “brošūrām”, “žurnāliem”, “katalogiem” un “grāmatām”, kas ietilpst 16. klasē. Apstrīdētā lēmuma 17. punktā vērtējums tika veikts par “aliem” un “apiņu ekstraktiem”, kas ietilpst 32. klasē, kā arī “ēdināšanas pakalpojumiem”, kas ietilpst 43. klasē. Apstrīdētā lēmuma 18. punktā Apelācijas padome pakalpojumus, kas ietilpst 35. klasē, ir sagrupējusi divās kategorijās, no kurām pirmā attiecas uz mārketinga jomu un otrā – uz gadatirgu organizēšanu. Apstrīdētā lēmuma 19. punktā pamatojums attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 38. un 42. klasē, ir strukturēts saistībā ar trīs apakškategorijām: vispirms attiecībā uz portālu izveidi, turpinot – attiecībā uz piekļuves informācijai, datorprogrammām, datu bāzēm nodrošināšanu un visbeidzot – attiecīgajiem programmēšanas pakalpojumiem. Galu galā Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 20. punktā nošķīra četras pakalpojumu, kas ietilpst 41. klasē, apakškategorijas attiecībā uz pamatmācībām un tālākmācībām, sporta un kultūras aktivitātēm, izklaidi un iespiedpakalpojumiem.

24 Izvērtējot reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu pa preču un pakalpojumu kategorijām, kuru piemērotību prasītāja neapstrīd, Apelācijas padome ir rīkojusies saderīgi ar iepriekš 21. un 22. punktā atgādinātajām tiesību normām.

25 Līdz ar to šis iebildums ir jānoraida.

Par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem

26 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome esot nepamatoti uzskatījusi, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir konkrētās preces un pakalpojumus apraksto Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē.

27 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentu pamatotību.

28 Atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam nereģistrē preču zīmes, ko veido tikai apzīmējumi vai norādes, kas tirdzniecībā var būt, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības.

29 Atbilstoši judikatūrai Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts nepieļauj situāciju, kad tajā minētie apzīmējumi vai norādes varētu tikt rezervēti tikai vienam uzņēmumam tādēļ, ka tie reģistrēti kā preču zīmes. Šīs normas mērķis tādējādi ir īsteno vispārējās intereses, kas prasa, lai ikviens var brīvi izmantot tādus apzīmējumus vai norādes (spriedums, 2003. gada 23. oktobris, ITSB/*Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 31. punkts).

30 Turklāt apzīmējumi vai norādes, kas komercdarbībā var būt, lai norādītu uz reģistrācijai pieteiktās preces vai pakalpojuma īpašībām, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu ir uzskatāmi par tādiem, kas nespēj pildīt preču zīmes pamata funkciju, proti, identificēt preces vai pakalpojuma komerciālo izcelsmi, lai tādējādi ļautu patērētājam, kurš iegādājas ar preču zīmi apzīmēto preci vai pakalpojumu, vēlākas iegādes gadījumā izdarīt tādu pašu izvēli, ja pieredze izrādās pozitīva, vai izdarīt citu izvēli, ja tā izrādās negatīva (spriedums, 2003. gada 23. oktobris, ITSB/*Wrigley*, C-191/01 P, EU:C:2003:579, 30. punkts).

31 Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētie apzīmējumi un norādes ir tādi, kuri, no mērķauditorijas viedokļa parasti izmantojot, var būt, lai, tieši vai minot kādu no to būtiskajām īpašībām, norādītu uz preci vai pakalpojumu, attiecībā uz kuru ir pieteikta reģistrācija (spriedums, 2001. gada 20. septembris, *Procter & Gamble*/ITSB, C-383/99 P, EU:C:2001:461, 39. punkts).

32 No tā izriet, ka, lai uz apzīmējumu būtu attiecināms Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais aizliegums, tam ir jābūt pietiekami tieši un konkrēti saistītam ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, lai ļautu konkrētajai sabiedrības daļai uzreiz un bez jebkādām pārdomām uztvert attiecīgo preču un pakalpojumu vai kādas no to īpašībām aprakstu (spriedums, 2007. gada 14. jūnijs, *Europig*/ITSB (“EUROPIG”), T-207/06, EU:T:2007:179, 27. punkts).

33 Turklāt, lai preču zīmi, ko veido neoloģisms vai vārds, kas sastāv no elementu kombinācijas, varētu uzskatīt par aprakstošu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, nepietiek ar iespējami aprakstoša rakstura konstatēšanu attiecībā uz katru no tās elementiem. Šāds raksturs ir jākonstatē arī attiecībā uz neoloģismu vai pašu vārdu (spriedums, 2005. gada 12. janvāris, *Wieland-Werke*/ITSB (“SnTEM”, “SnPUR”, “SnMIX”), T-367/02 līdz T-369/02, EU:T:2005:3, 31. punkts; skat. arī pēc analoģijas spriedumus, 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 96. punkts, un 2004. gada 12. februāris, *Campina Melkunie*, C-265/00, EU:C:2004:87, 37. punkts).

34 Preču zīme, ko veido neoloģisms vai vārds, kurš sastāv no elementiem, no kuriem katrs apraksta preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem pieteikta reģistrācija, īpašības, arī pati ir aprakstoša attiecībā uz šo preču vai pakalpojumu īpašībām Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, izņemot, ja starp neoloģismu vai vārdu un vienkāršu elementu kopumu, kas to veido, pastāv uztverama nobīde. Lai tas tā būtu, ir nepieciešams, lai kombinācijas neparastā rakstura dēļ saistībā ar minētajām precēm vai pakalpojumiem neoloģisms vai vārds radītu pietiekami attālinātu iespaidu no tā, kuru rada

vienkārša šo neoloģismu vai vārdu veidojošo elementu nozīmju kombinācija tādējādi, ka neoloģisms vai vārds pārsniedz minēto elementu kopumu. Šajā ziņā konkrētā vārda analīze, ņemot vērā attiecīgos leksikas un gramatikas likumus, arī ir piemērota (spriedums, 2005. gada 12. janvāris, “SnTEM”, “SnPUR”, “SnMIX”, T-367/02 līdz T-369/02, EU:T:2005:3, 32. punkts; skat. arī pēc analoģijas spriedumus, 2004. gada 12. februāris, *Koninklijke KPN Nederland*, C-363/99, EU:C:2004:86, 104. punkts, un 2004. gada 12. februāris, *Campina Melkunie*, C-265/00, EU:C:2004:87, 43. punkts).

35 Šajā ziņā prasītāja neapstrīd Apelācijas padomes konstatējumus, saskaņā ar kuriem, pirmkārt, ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi apzīmētās preces un pakalpojumi ir paredzēti gala patērētājiem, kā arī profesionāļiem un, otrkārt, ir jāņem vērā vācu valodā runājošā Vācijas un Austrijas sabiedrības daļa, jo reģistrācijai pieteiktā preču zīme sastāv no vārdiem vācu valodā. Tā kā šie konstatējumi nav kļūdaini, tie ir jāņem vērā.

36 Savukārt prasītāja apstrīd Apelācijas padomes vērtējumus attiecībā uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes nozīmi un tās aprakstošo raksturu. Tā turklāt apgalvo, ka Apelācijas padomei esot bijis jāņem vērā agrākās vārdiska apzīmējuma “Brauwelt”, kura īpašniece tā ir, reģistrācijas un citas reģistrācijas un lēmumus attiecībā uz identiskiem vai analogiem apzīmējumiem.

– Par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes nozīmi

37 Pirmām kārtām attiecībā uz elementu “brau” prasītāja apgalvo, ka pretēji tam, kas norādīts pārbaudītāja lēmumā, tiešsaistes vārdnīca *Duden* neļaujot secināt, ka šis elements būtu vārdu veidošanas elements; minētais elements neesot arī pats par sevi iekļauts citos uzziņu krājumos. Tāpat meklēšanas rezultāti interneta meklētājprogrammās vācu valodā attiecoties vienīgi uz vārdu “bräu”, uz uzvārdu *Brau* vai arī uz elementa “brau” izmantošanu kā preču zīmi vai uzņēmuma nosaukumu.

38 Katrā ziņā, prasītājas ieskatā, pieņemot, ka elements “brau” faktiski ir uzskatāms par vārdu veidošanas elementu, tas kā tāds esot neizteiksmīgs un bez konkrētas nozīmes, un interpretācija, saskaņā ar kuru tas norādot uz alus brūvēšanu vispārīgi, esot pārmērīgi plaša.

39 Šajā ziņā apstrīdētā lēmuma 13. punktā Apelācijas padome uzskatīja, ka elements “brau” esot uzskatāms par vārdu veidošanas elementu, kurš verbālās asociācijās norāda uz alus brūvēšanu. Lai pamatotu šo konstatējumu, tā atsaucās uz vairākiem salikteņu piemēriem, kuri ietver elementu “brau” un kuri norādīti to preču sarakstā, kas aptvertas ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, prasītājas tajā iesniegtajiem pierādījumiem un tiešsaistes vārdnīcu *Duden*.

40 Šie piemēri patiešām ļauj uzskatīt, ka tad, kad konkrētā sabiedrības daļa sastapsies ar elementu “brau”, kas izmantots saliktenī, tā to sapratīs kā atsauci uz alus brūvēšanu, kas nozīmē, ka Apelācijas padomes secinājums ir pareizs.

41 Prasītājas argumenti neatspēko šo secinājumu. Pirmkārt, proti, lai gan prasītāja norāda, ka elements “brau” pats par sevi nav norādīts uzziņu krājumos, pretēji tam, ko esot konstatējis pārbaudītājs, tomēr tā neapstrīd Apelācijas padomes izvirzīto salikteņu esamību un interpretāciju. Turklāt tās iesniegtie elementi, kas attiecas uz meklējumu rezultātiem interneta meklētājprogrammās vācu valodā, drīzāk attiecas uz elementa “brau” atsevišķu izmantošanu, nevis tā izmantošanu saliktenī, kā, piemēram, šajā lietā aplūkotajā vārdā “brauwelt”.

42 Otrkārt, pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, Apelācijas padomes izvirzītajai elementa “brau” interpretācijai ir konkrēts semantisks saturs, jo alus brūvēšana ir noteikta cilvēku darbības joma.

43 Ņemot vērā iepriekš minēto, ir jāapstiprina Apelācijas padomes vērtējums attiecībā uz elementa “brau” nozīmi.

44 Otrām kārtām prasītāja apgalvo, ka elements “welt” neesot tirdzniecības vietas sinonīms. Tāpat pretēji tam, ko apgalvo pārbaudītājs, minētais elements “welt” neapzīmējot alus brūvēšanas vietu, jo *Brauwelt* nav apdzīvota vieta.

45 Šajā ziņā Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 14. punktā uzskatīja, ka vārdisks elements “welt” burtiski apzīmējot sfēru vai sevī noslēgtu loku un ka tas bieži tiekot izmantots, lai apzīmētu tirdzniecības vietas, kurām ir plašs preču un pakalpojumu noteiktā jomā sortiments vai plašs piedāvājums, līdzīgi tam atbilstošajam vārdam angļu valodā “world”.

46 Pirmkārt, lai gan Apelācijas padome savu konstatējumu, saskaņā ar kuru vārds “welt” tiekot plaši izmantots, lai apzīmētu tirdzniecības vietu, ir pamatojusi ar atsaucēm uz Vispārējās tiesas nolēmumiem un *EUIPO* lēmumiem, prasītāja savu pretējo apgalvojumu nav pamatojusi ne ar vienu argumentu vai konkrētu pierādījumu.

47 Otrkārt, ciktāl prasītāja apgalvo, ka konkrētā sabiedrības daļa elementu “welt” nesapratīšot kā tādu, kas apzīmē alus brūvēšanas vietu, tās argumentam nav nozīmes, jo Apelācijas padome šajā ziņā nav ievērojusi pārbaudītāja izdarīto konstatējumu.

48 Šajos apstākļos ir jāapstiprina Apelācijas padomes vērtējums saistībā ar elementa “welt” nozīmi.

49 Trešām kārtām attiecībā uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vispārējo nozīmi prasītāja atsaucas uz Apelācijas padomes šajā ziņā veiktās pārbaudes nepietiekamību. Tā šajā ziņā vēlreiz norāda savu argumentāciju saistībā ar to, ka elementam “brau” pašam par sevi nepiemītot konkrēts semantisks saturs, kas nozīmējot, ka tam noteikti vācu valodā jābūt izmantotam kopā ar citu elementu, kas precizētu tā nozīmi. Ciktāl elementam “welt” arī neesot konkrētās nozīmes alus brūvēšanas kontekstā, izteiciens “brauwelt” esot pilnīgi nenoteikts, neparasts un oriģināls vārds. Proti, Apelācijas padomes apgalvotās nozīmes esot ļoti nenoteiktas.

50 Šajā ziņā apstrīdētā lēmuma 15. punktā Apelācijas padome norādīja, ka izteiciens “brauwelt”, kopumā vērtējot, nozīmējot “alus ražošanas pasauli” vai “alus brūvēšanas pasauli” un norādot uz tirdzniecības vietu vai plašu ar alus brūvēšanu saistītu preču un pakalpojumu piedāvājumu.

51 Tādējādi pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, Apelācijas padome ir izvērtējusi reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vispārējo nozīmi. Turklāt tās vērtējumā nav pieļauta kļūda vērtējumā un to nav atspēkojuši prasītājas argumenti.

52 Proti, ir jānorāda, ka reģistrācijai pieteikto preču zīmi veido divu elementu, no kuriem katram ir konkrēts semantisks saturs, vienkārša kombinācija, kas atbilst vācu valodas sintakses un gramatikas likumiem, un norādes uz izteicienu “brauwelt” neesamībai uzziņu krājumos šajā ziņā nav nozīmes (šajā ziņā skat. pēc analoģijas spriedumu, 2000. gada 12. janvāris, *DKV*/ITSB (“COMPANYLINE”), T-19/99, EU:T:2000:4, 26. punkts).

53 Turklāt šo divu elementu kombinācija nepārsniedz to pausto norāžu kopumu un veido neoloģismu, kuram ir noteikta vispārēja nozīme, kas vērsta uz plašu tirdzniecības piedāvājumu saistībā ar alus brūvēšanas jomu.

54 Šajos apstākļos ir jāapstiprina Apelācijas padomes izvirzītā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vispārējā nozīme.

– Par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes saikni ar konkrētajām precēm un pakalpojumiem

55 Prasītāja apgalvo, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme nav konkrētās preces un pakalpojumus apraksto ša.

56 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentu pamatotību.

57 Sākotnēji prasītāja norāda, ka elements “brau” nenorādot ne preci, ne pakalpojumu, ne arī preču vai pakalpojumu raksturiezīmes. Savukārt elements “welt” savā “tirdzniecības vietas” vai “preču piedāvājuma” nozīmē nevarot raksturot konkrētās preces un pakalpojumus, kas tostarp neesot tirdzniecības pakalpojumi, kuri ietilpst 35. klasē, un tā tas ir vēl jo vairāk, jo elements “brau” neļaujot identificēt konkrēto preci un pakalpojumu, kas tikšot piedāvāts. Šajos apstākļos, prasītājas ieskatā, reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir pārāk neskaidra, lai varētu pastāvēt pietiekami tieša vai konkrēta saikne, ko prasa Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts.

58 Šī sākotnējā argumentācija nevar tikt atbalstīta. Proti, kā izriet no iepriekš 37.–54. punktā izdarītā vērtējuma, reģistrācijai pieteiktā preču zīme, aplūkojot vispārīgi, norāda uz tirdzniecības vietu vai plašu ar alus brūvēšanu saistītu preču un pakalpojumu piedāvājumu. Līdz ar to, kā būtībā apstrīdētā lēmuma 15. un 21. punktā konstatēja Apelācijas padome, visaptveroši raugoties, reģistrācijai pieteiktā preču zīme var paust norādi uz tematisku preces vai pakalpojuma priekšmetu, to veidu, kā arī preču pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas vietu.

59 Attiecībā uz to, vai šādas norādes patiešām ir ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces un pakalpojumus aprakstošas, prasītāja norāda virkni argumentu.

60 Tādējādi pirmām kārtām tā norāda, ka “alus brūvēšanas pasaule” kā tematisks preču, kas ietilpst 9. un 16. klasē, priekšmets pretēji tam, ko apgalvo Apelācijas padome, nepastāvot. Tā piebilst, ka uz datiem un datu nesējiem, kas ietilpst 9. klasē, kā arī plašākā nozīmē – precēm, kas ietilpst 16. klasē, parasti netiekot norādīts, atsaucoties uz to saturu.

61 Šajā ziņā Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 16. punktā uzskatīja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme apzīmējot, pirmkārt, “datorprogrammu” un datu nesēju, kas ietilpst 9. klasē, un, otrkārt, “brošūru”, “žurnālu”, “katalogu” un “grāmatu”, kas ietilpst 16. klasē, tematisku priekšmetu, proti, alus brūvēšanas pasauli.

62 Šis vērtējums ir pareizs, ņemot vērā, ka pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, preču un pakalpojumu, kas ietilpst 9. un 16. klasē, priekšmets var būt brūvēšanas darbība. It īpaši pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, pirmkārt, ja reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir novietota uz “datu nesējiem”, tā tūlītēji informē attiecīgo sabiedrības daļu par šo preču būtiskām raksturiezīmēm, proti, to tematisko priekšmetu (skat. pēc analoģijas spriedumu, 2008. gada 17. septembris, *Prana Haus*/ITSB (“PRANAHAUS”), T-226/07, nav publicēts, EU:T:2008:381, 33. punkts). Otrkārt, bieži grāmatas, kataloga vai brošūras nosaukumā, kā arī žurnālu nosaukumā ir atsauce uz minēto publikāciju tematisko saturu, un gan patērētāji, gan profesionāļi parasti izvēlas lasīt publikācijas galvenokārt to satura vai to priekšmeta dēļ (skat. šajā ziņā spriedumu, 2015. gada 23. septembris, *Reed Exhibitions*/ITSB (“INFOSECURITY”), T-633/13, nav publicēts, EU:T:2015:674, 54. punkts).

63 Otrām kārtām attiecībā uz precēm, kas ietilpst 32. klasē, un pakalpojumiem, kas ietilpst 43. klasē, prasītāja norāda, ka pretēji tam, ko apgalvo pārbaudītājs, reģistrācijai pieteikto preču zīmi atbilstoši praksei alus ražošanas jomā attiecībā uz marķējumu nevarot uztvert kā tādu, kas apzīmē alus brūvēšanas vietu.

64 Šajā ziņā apstrīdētā lēmuma 17. punktā Apelācijas padome uzskatīja, ka reģistrācijai pieteikto preču zīmi konkrētā sabiedrības daļa uztverot kā tādu, kas norāda uz preču pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas vietu, kurā piedāvā alu un apiņu ekstraktu, kas ietilpst 32. klasē, vai ēdināšanas pakalpojumus, kas ietilpst 43. klasē.

65 Šajā vērtējumā nav pieļauta kļūda. Turklāt tas nebalstās uz interpretāciju, saskaņā ar kuru reģistrācijai pieteiktā preču zīme apzīmē alus brūvēšanas vietu, tāpēc iepriekš 63. punktā izklāstītajam argumentam nav nozīmes.

66 Trešām kārtām attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 35. klasē, prasītāja norāda, ka Apelācijas padome, pirmkārt, atzīstot, ka nav ierasti tās apzīmēt atkarībā no to tematiskā nolūka, un, otrkārt, tomēr apgalvojot, ka konkrētā sabiedrības daļa reģistrācijai pieteikto preču zīmi uztvers kā norādi uz organizētā gadatirgus vai izstādes tēmu. Tā uzskata, ka faktiski specializēto gadatirgu preču zīmes bieži esot netieši norādošas un vāji atšķirtspējīgas, tomēr vienlaikus tās neesot aprakstošas.

67 Šajā ziņā Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 18. punktā uzskatīja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme norādot uz konkrēto pakalpojumu tēmu, proti, to, ka gadatirgi un izstādes attiecas uz alus brūvēšanas jomu, un to, ka mārketinga pakalpojumi ir specifiski paredzēti alus darītājiem. Tā piebilda, ka, pat ja nebūtu ierasts konkrētos pakalpojumus apzīmēt atkarībā no to tematiskā priekšmeta, konkrētā sabiedrības daļa, kad tā saskaras ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, varot šo atsauci uztvert tieši.

68 Pirmkārt, šie konstatējumi nav savstarpēji nesaderīgi pretēji tam, ko ļauj saprast prasītāja. Proti, kā izriet no šī sprieduma 67. punkta, Apelācijas padome nav kategoriski konstatējusi, ka ir neparasti apzīmēt pakalpojumus, kas ietilpst 35. klasē, atkarībā no to tematiskā priekšmeta, bet vienīgi ir pieļāvusi šādu iespēju un turpinājumā precizējusi, ka tai nebūtu ietekmes uz konkrētās sabiedrības daļas uztveri.

69 Otrkārt, Apelācijas padomes vērtējums ir pareizs. Proti, lai gan, protams, ir iespējams, ka preču zīmes, kas apzīmē specializētus gadatirgus un izstādes bieži ir mājienus saturošas, bet vienlaikus nav aprakstošas, tā tas nav reģistrācijai pieteiktās preču zīmes gadījumā, kas konkrēto sabiedrības daļu tieši informē par to, ka gadatirgus vai izstāde attiecas uz alus brūvēšanas jomu. Attiecībā uz mārketinga pakalpojumiem prasītāja neapstrīd konstatējumu, kurā nav pieļauta kļūda un saskaņā ar kuru tie var specifiski attiekties uz alus darītavām, kā rezultātā konkrētā sabiedrības daļa var reģistrācijai pieteikto preču zīmi interpretēt kā tādu, kas attiecas uz to priekšmetu.

70 Ceturtām kārtām attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 38. un 42. klasē, prasītāja norāda, ka tie esot tehniska rakstura, tāpēc reģistrācijai pieteiktā preču zīme attiecībā uz tiem neesot aprakstoša, bet tieši pretēji – samērā oriģināla. Tā piebilst, ka Apelācijas padome esot sajaukusi interneta portāla nosaukumu ar tehnisko pakalpojumu – kuri aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi un kurus piedāvā trešajām personām, lai šāds portāls varētu funkcionēt, – nosaukumiem.

71 Šajā ziņā Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 19. punktā norādīja, ka pakalpojumi, kas ietilpst 38. un 42. klasē, veido trīs grupas attiecībā uz portālu izveidi un piekļuves informācijai, datorprogrammām un datu bāzēm, kā arī atbilstošo programmēšanas pakalpojumu nodrošināšanu. Tā uzskatīja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme norādot to, ka konkrētie pakalpojumi ir paredzēti portāliem, kuru priekšmets ir alus brūvēšanas priekšmets vai attiecas uz informācijas piekļuvi šajā jomā.

72 Šis vērtējums ir pareizs, jo reģistrācijai pieteikto preču zīmi konkrētā sabiedrības daļa patiešām var uztvert kā tādu, kas apzīmē portālu tēmu vai informāciju saistībā ar konkrētajiem pakalpojumiem. Turklāt saskaņā ar Apelācijas padomes argumentāciju nešķiet, ka tā būtu savā vērtējumā sajaukusi tehniskos pakalpojumus, kas nepieciešami interneta portāla darbībai, kura priekšmets ir alus brūvēšana, ar paša šī portāla nosaukumu.

73 Piektām kārtām attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 41. klasē, prasītāja apstrīd reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu attiecībā uz “sporta aktivitātēm” un “mūzikas atpūtas organizēšanu un vadīšanu”.

74 Attiecībā uz “sporta aktivitātēm” Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 20. punktā pamatoti konstatēja, ka alus būvēšana Vācijā un Austrijā ir tradīcija, tai piemīt kultūras nozīme un saistībā ar to tur notiek daudzi svētki ar sporta elementiem, kā, piemēram, alus mucu velšanas sacīkstes.

75 Protams, ir taisnība, kā būtībā norāda prasītāja, ka konkrētās aktivitātes nav plaši izplatītas sporta disciplīnas un ka tās ietver būtisku izklaides elementu. Tomēr, pirmkārt, sporta aktivitātes jēdziens nekādā ziņā nav nesaderīgs ar izklaides jēdzienu. Otrkārt, konkrētās aktivitātes ir sacensību aktivitātes, kuras prasa fizisku piepūli no dalībniekiem, kas nozīmē, ka Apelācijas padome nav pieļāvusi kļūdu vērtējumā, tās kvalificējot par “sporta aktivitātēm”.

76 Attiecībā uz “mūzikas atpūtas organizēšanas un vadīšanu” pretēji tam, ko norāda prasītāja, kas nepamato savu apgalvojumu ar konkrētiem argumentiem, Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 20. punktā ir pamatoti secinājusi, ka konkrētajiem pasākumiem varētu būt saikne ar alus brūvēšanas pasauli, kā rezultātā reģistrācijai pieteikto preču zīmi konkrētā sabiedrības daļa var interpretēt kā norādi uz šo raksturīpašību.

– Par agrāku reģistrāciju un lēmumu ņemšanu vērā

77 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome neesot ņēmusi vērā agrākas vārdiska apzīmējuma “Brauwelt”, kura īpašniece tā ir, reģistrācijas. Tā uzsver, ka, ciktāl šīs reģistrācijas trešajām personām liedz izmantot minēto apzīmējumu, pieejamības prasība, kas pamato Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzēto absolūto atteikuma pamatu, šajā lietā neesot piemērojama.

78 Prasītāja turklāt norāda, ka no Apelācijas otrās padomes 2005. gada 22. novembra lēmuma lietā R 137/2005-2 izrietot, ka apzīmējums “Brauwelt” nav tos pakalpojumus aprakstošs, kuri ietilpst 35., 41. un 42. klasē un kuri ir identiski vai analogi šajā lietā aplūkotajiem.

79 Visbeidzot – prasītāja atsaucas uz daudzām reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei identiskām vai analogām apzīmējumu reģistrācijām, uz kurām tā esot atsaukusies Apelācijas padomē.

80 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentu pamatotību.

81 Saskaņā ar judikatūru, ņemot vērā vienlīdzīgas attieksmes un labas pārvaldības principus, *EUIPO*, izskatot Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, ir jāņem vērā lēmumi, kas jau pieņemti par līdzīgiem pieteikumiem, un īpaši uzmanīgi jāizvirza jautājums par to, vai ir jāizlemj tādā pašā veidā (šajā ziņā skat. spriedumu, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol*/ITSB, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 73. un 74. punkts).

82 Ņemot vērā iepriekš minēto, vienlīdzīgas attieksmes un labas pārvaldības principiem ir jāsaskaņojas ar tiesiskuma ievērošanu. Tādējādi persona, kas lūdz reģistrēt apzīmējumu kā Eiropas Savienības preču zīmi, nevar sev par labu atsaukties uz iespējamu prettiesisku rīcību, kas pieļauta agrāk, lai panāktu identisku lēmumu. Turklāt tiesiskās noteiktības un tieši labas pārvaldības iemeslu dēļ visu reģistrācijas pieteikumu pārbaudei jābūt striktai un pilnīgai, lai nepieļautu preču zīmju neatbilstošu reģistrāciju. Šai izskatīšanai ir jānotiek katrā konkrētajā gadījumā. Proti, apzīmējuma kā preču zīmes reģistrācija ir atkarīga no specifiskiem kritērijiem, kas piemērojami izskatāmās lietas faktiskajos apstākļos un paredzēti, lai pārbaudītu, vai uz attiecīgo apzīmējumu neattiecas atteikuma pamats (šajā ziņā skat. spriedumu, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol*/ITSB, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 75.–77. punkts).

83 Šajos apstākļos, ņemot vērā to, ka no iepriekš 28.–76. punktā veiktā vērtējuma izriet, ka Apelācijas padome ir pamatoti secinājusi, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir visu konkrēto preču un pakalpojumu aprakstoša Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, prasītāja nevar lietderīgi atsaukties uz agrākajām reģistrācijām un lēmumiem, uz kurām tā norāda.

84 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, ir jānoraida iebildums saistībā ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aprakstošā rakstura neesamību saistībā ar visām konkrētajām precēm un pakalpojumiem.

Par prasītājas tiesību tikt uzklausītai pārkāpumu

85 Prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome esot pārkāpusi tās tiesības tikt uzklausītai, jo tā pirmo reizi apstrīdētajā lēmumā ir norādījusi, pirmkārt, to, ka “brau” ir vārdu veidošanas elements, un, otrkārt, to, ka mucu velšanas sacīkstes ir ar alus brūvēšanas pasauli saistītas sporta aktivitātes piemērs.

86 Saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 75. panta otro teikumu, kurā saistībā ar preču zīmju tiesībām ir paredzēts tiesību uz aizstāvību aizsardzības princips un tostarp tiesības tikt uzklausītam, *EUIPO* lēmumi var tikt balstīti tikai uz pamatiem, attiecībā uz kuriem lietas dalībnieki varēja paust nostāju.

87 Lai gan šajā lietā attiecībā uz prasītājas pirmo argumentu pārbaudītājs nav tieši norādījis uz to, ka “brau” ir vārdiskas konstrukcijas elements, tomēr viņš uzskatīja, ka konkrētā sabiedrības daļa minētā elementa nozīmi sapratīšot, jo tā zinot vārdus un izteicienus, kas to ietver. Tādējādi pārbaudītājs patiešām ir atsaucies uz elementa “brau” kā vārdu veidošanas elementa funkciju un prasītāja varēja saprast šo argumentu, jo tā Apelācijas padomē apstrīdēja gan tā pamatotību, gan piemērotību.

88 Attiecībā uz otro argumentu, protams, ir taisnība, ka pārbaudītājs nav savā lēmumā atsaucies uz mucu velšanas sacīkstēm. Tomēr, kā norāda *EUIPO*, tas, ka Apelācijas padome atsaucas uz šīm sacīkstēm, ir tikai piemērs, lai ilustrētu vispārēju konstatējumu, saskaņā ar kuru reģistrācijai pieteikto preču zīmi var saprast kā tādu, kas norāda uz to, ka “sporta aktivitātēm”, kas ietilpst 41. klasē, ir saistība ar alus brūvēšanu, un līdz ar to tā ir šos pēdējos minētos pakalpojumus aprakstoša Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē. Ciktāl šis pēdējais minētais konstatējums izrietēja no pārbaudītāja lēmuma, nav jāuzskata, ka apstrīdētais lēmums šajā ziņā ir balstīts uz pamatu, attiecībā uz kuru prasītāja nav varējusi paust nostāju.

89 Šajos apstākļos ir jānoraida iebildums par prasītājas tiesību tikt uzklausītai pārkāpumu.

90 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, pirmais pamats ir jānoraida.

*Par otro pamatu – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu*

91 Prasītāja Apelācijas padomei pārmet, ka tā esot secinājusi reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas neesamību no tās aprakstošā rakstura, neveicot atsevišķu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas pārbaudi un nepamatojot šīs tiesību normas piemērošanu attiecībā uz dažādām precēm uz pakalpojumiem, kas aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, tos aplūkojot atsevišķi.

92 Pietiek atgādināt, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru vārdiskai preču zīmei, kura ir preces vai pakalpojuma īpašības aprakstoša Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, ņemot vērā šo faktu, noteikti nepiemīt atšķirtspēja attiecībā uz tām pašām precēm un pakalpojumiem šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē (skat. spriedumus, 2004. gada 8. jūlijs, *TELEPHARMACY SOLUTIONS*, T-289/02, EU:T:2004:227, 24. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2013. gada 1. februāris, *Ferrari*/ITSB (“PERLE”), T-104/11, nav publicēts, EU:T:2013:51, 32. punkts un tajā minētā judikatūra).

93 Tā kā Apelācijas padome pamatoti secināja, ka preču zīme “BRAUWELT” ir konkrētās preces un pakalpojumus aprakstoša Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, tā, pamatojoties uz šo judikatūru, no tā varēja secināt, ka reģistrācija arī bija jāatsaka, pamatojoties uz šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, šajā ziņā nenorādot pamatojumu.

94 Tādējādi otrais pamats ir jānoraida kā nepamatots.

*Par trešo pamatu – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta, lasot to kopsakarā ar minētās regulas 75. pantu, pārkāpumu*

95 Pirmkārt, prasītāja apgalvo, ka Apelācijas padome esot pārkāpusi tās tiesības tikt uzklausītai, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 75. pantā, jo tai nebija iespējas paust nostāju par Apelācijas padomes konstatētajām nepilnībām attiecībā uz pierādījumiem, kas tika iesniegti, lai pierādītu atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē.

96 Otrkārt, Apelācijas padome neesot juridiski pietiekami pamatojusi atteikumu piemērot Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktu attiecībā uz specializētajiem žurnāliem, semināriem, informācijas pakalpojumiem, tehniskajiem pakalpojumiem un citām precēm un pakalpojumiem, kas nav minēti apstrīdētajā lēmumā.

97 Treškārt, Apelācija padome esot pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktu, uzskatot, ka atšķirtspējas iegūšana attiecībā uz specializētajiem žurnāliem, izstāžu katalogiem, gadatirgu organizēšanu un alu nav pierādīta.

98 Turklāt šajā kontekstā prasītāja – gadījumā, ja tās galvenais prasījums netiktu apmierināts – pakārtoti norāda, ka tā lūdz reģistrēt reģistrācijai pieteikto preču zīmi, pamatojoties uz atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā attiecībā uz “specializētajiem žurnāliem alus brūvēšanas jomā”, un ka tā atsauc preču zīmes [reģistrācijas] pieteikumu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem apzīmējums “Brauwelt” nevar tikt aizsargāts.

99 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentu pamatotību.

100 Pirms šo trīs prasītājas izvirzīto iebildumu izskatīšanas vispirms ir jāpārbauda strīda priekšmets attiecībā uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta piemērošanu, ņemot vērā procesu Apelācijas padomē un prasītājas paziņojumus, kas kopsavilkuma veidā norādīti iepriekš 98. punktā.

Par strīda priekšmetu

101 Vispirms attiecībā uz apgalvoto prasījuma saistībā ar atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā apjomu un līdz ar to trešā pamata priekšmetu ir jānorāda, ka rakstveida paziņojuma, kurā izklāstīts apelācijas sūdzības Apelācijas padomē pamatojums, V daļas ievada punktā prasītāja ir kopsavilkuma veidā atsaukusies uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes pašas par sevi iegūto atšķirtspēju.

102 Šajos apstākļos turpinājumā prasītāja minēto atšķirtspēju ir tieši apgalvojusi vienīgi attiecībā uz specializētajiem žurnāliem, informācijas pakalpojumiem, semināriem un grāmatām. Turklāt tā apgalvoja reģistrācijai pieteiktās preču zīmes “plašu izmantošanu” attiecībā uz izstāžu katalogiem, gadatirgu un izstāžu organizēšanas pakalpojumiem, alu un interneta vietņu pārvaldīšanu alus brūvēšanas jomā. Lai gan tā norādīja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme pēc šīs izmantošanas ir kļuvusi atpazīstama, tā nav skaidri kvalificējusi tiesiskās sekas, kuras būtu jāsecina no šādas atpazīšanas.

103 Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 7. punktā norādīja, ka izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja esot tikusi apgalvota attiecībā uz specializētajiem žurnāliem, informācijas pakalpojumiem, semināriem un grāmatām. Turklāt, lai gan nav tieša apgalvojuma, tā arī izvērtēja atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā attiecībā uz izstāžu katalogiem, gadatirgu un izstāžu organizēšanas pakalpojumiem un alu.

104 Šajos apstākļos ir vienīgi jāpārbauda saistībā ar trešo pamatu prasītājas formulētie iebildumi attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas atbilst iepriekš 103. punktā norādītajām kategorijām. Proti, Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta piemērošana attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem nav tieši vai netieši apgalvota izmantošanas rezultātā iegūta atšķirtspēja, neietilpa procesa Apelācijas padomē priekšmetā un līdz ar to apstrīdētā lēmuma priekšmetā.

105 It īpaši, pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, strīda priekšmets attiecībā uz trešo pamatu neietver tehniskos pakalpojumus telekomunikāciju un informātikas jomā, kas ietilpst 38. un 42. klasē. Proti, pirmkārt, attiecībā uz šiem pakalpojumiem nav tieši apgalvots, ka tie izmantošanas rezultātā ir ieguvuši atšķirtspēju. Otrkārt, argumenti un pierādījumi, kurus prasītāja ir iesniegusi Apelācijas padomē, neļauj konstatēt netiešu apgalvojumu, tostarp ņemot vērā, ka vienīgais elements, kas jebkādā mērā attiecas uz telekomunikācijām un informātiku, proti, prasītājas interneta vietņu pārvaldīšanu, iekļaujas informācijas pakalpojumu, nevis tehnisko pakalpojumu nodrošināšanas kontekstā.

106 Otrām kārtām no procesuālā raksta, kurā ir norādīti Apelācijas padomē iesniegtās apelācijas sūdzības pamati, izriet, ka prasītāja ir apgalvojusi un vēlējusies pierādīt izmantošanas rezultātā iegūtu atšķirtspēju drīzāk attiecībā uz “specializēto žurnālu” apakškategoriju, nevis attiecībā uz plašāku žurnālu kategoriju, kas norādīta ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu sarakstā.

107 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktu šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktā paredzētie absolūtie atteikuma pamati neliedz reģistrēt preču zīmi, ja tā attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, saistībā ar kuriem ir pieteikta reģistrācija, ieguvusi atšķirtspēju.

108 Līdz ar to principā atšķirtspējas iegūšana izmantošanas rezultātā ir jāpierāda attiecībā uz visu preču vai pakalpojumu kategoriju, kurai piemērojams konkrētais atteikuma pamats un kāda tā norādīta ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu sarakstā, nevis attiecībā uz kādu apakškategoriju.

109 Šis noteikums neskar to, ka saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 43. panta 1. punktu preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs jebkurā brīdī var atsaukt savu Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu vai ierobežot tajā norādīto preču vai pakalpojumu sarakstu.

110 Lai gan šajā lietā prasītāja ir tieši apgalvojusi izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju attiecībā uz “specializēto žurnālu” apakškategoriju, no lietas materiāliem, tostarp no procesuālā raksta, kurā ir norādīts Apelācijas padomē iesniegtās apelācijas sūdzības pamatojums, neizriet, ka tā tajā pašā laikā un tādā pašā veidā būtu ierobežojusi “žurnālu” kategoriju, kas ietilpst ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu sarakstā.

111 Līdz ar to Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 27. punktā ir pamatoti uzskatījusi, ka izmantošanas rezultātā iegūtā atšķirtspēja ir jāpierāda attiecībā uz “žurnālu” kategoriju.

112 Treškārt, attiecībā uz “žurnālu” un “specializēto žurnālu alus brūvēšanas jomā” kategoriju [saraksta] pakārtotu ierobežošanu un preču zīmes reģistrācijas pieteikuma attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem apzīmējums “Brauwelt” nevar tikt aizsargāts, nosacītu atsaukšanu, ko prasītāja ir formulējusi Vispārējā tiesā, ir jānorāda, ka, ņemot vērā to formulējumu, šie paziņojumi iekļaujas trešajā prasījumā. Tā kā šis prasījums ir nepieņemams iepriekš 11.–14. punktā izklāstīto iemeslu dēļ, konkrētajiem prasījumiem nav priekšmeta.

113 Katrā ziņā, pieņemot, ka “žurnālu” kategorijas [saraksta] ierobežošana iekļaujas pirmajā prasījumā, ir jāatgādina, ka [saraksta] ierobežošanu Regulas Nr. 207/2009 43. panta 1. punkta izpratnē, kas veikta pēc apstrīdētā lēmuma pieņemšanas, Vispārējā tiesa var ņemt vērā, kad reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs strikti ierobežojas ar to, ka sašaurina strīda priekšmetu, atsaucot noteiktas preču vai pakalpojumu kategorijas no preču un pakalpojumu, kas norādīti preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, saraksta. Savukārt, kad šī [saraksta] ierobežošana izraisa strīda priekšmeta grozīšanu, ciktāl no tā izriet

jaunu elementu ieviešana, kuri nav tikuši nodoti pārbaudei Apelācijas padomē apstrīdētā lēmuma pieņemšanas mērķiem, tā principā nevar tikt ņemta vērā Vispārējā tiesā. Tā tas tostarp ir, kad preču un pakalpojumu [saraksta] ierobežošanu veido konkretizēšana, kas var ietekmēt mērķa sabiedrības daļas noteikšanu un līdz ar to grozīt faktisko ietvaru, kas ticis norādīts Apelācijas padomē (šajā ziņā skat. spriedumu, 2008. gada 27. februāris, *Citigroup*/ITSB – *Link Interchange Network* (“WORLDLINK”), T-325/04, nav publicēts, EU:T:2008:51, 26. un 27. punkts).

114 Konkrētajā gadījumā prasītājas izdarīto [saraksta] ierobežošanu veido “žurnālu” kategorijas konkretizēšana, to papildinot ar precizējumu “specializētie [žurnāli] alus brūvēšanas jomā”. Šī konkretizēšana ietekmē konkrētās sabiedrības daļas definīciju, jo tā tiecas no šīs pēdējās minētās sabiedrības daļas izslēgt plašu sabiedrību un līdz ar to groza faktiskos apstākļus Apelācijas padomē. Tātad Vispārējā tiesa to nevar ņemt vērā.

115 Attiecībā uz preču zīmes reģistrācijas pieteikuma nosacītu atsaukšanu attiecībā uz pārējām preču un pakalpojumu kategorijām šī prasījuma piemērojamība ir atkarīga no prasības pamatotības pārbaudes rezultāta, kā dēļ tai nevar būt ietekme uz Vispārējā tiesā iesniegtā strīda apjomu. Tātad Vispārējā tiesa to tāpat nevar ņemt vērā.

Par prasītājas tiesību tikt uzklausītai pārkāpumu

116 Prasītāja apgalvo, ka, ciktāl uz izmantošanas rezultātā iegūtu atšķirtspēju Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē pirmo reizi var atsaukties Apelācijas padomē, procesuālajai stadijai, kurā tā apgalvo, ka uz to attiecoties šajā pēdējā minētajā tiesību normā paredzētās priekšrocības, attiecībā uz prasītāju nevar būt kaitējoša iedarbība. Tādējādi prasītāja uzskata, ka Apelācijas padomei esot bijusi tā jāuzklausa par iesniegto pierādījumu iespējamo nepietiekamību vai jānodod lieta atpakaļ pārbaudītājam, lai tas pirmajā instancē pieņemtu lēmumu par šiem pēdējiem minētajiem pierādījumiem. Uzreiz pieņemot lēmumu par Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta piemērošanu, Apelācijas padome tātad esot pārkāpusi prasītājas tiesības tikt uzklausītai, kas paredzētas šīs pašas regulas 75. pantā, un tai esot likusi zaudēt instanci.

117 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentu pamatotību.

118 Pirmkārt, attiecībā uz jautājumu par to, vai Apelācijas padomei bija jānodod lieta atpakaļ pārbaudītājam, protams, ir taisnība, ka neviena Regulas Nr. 207/2009 tiesību norma neliedz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē pirmo reizi apgalvot Apelācijas padomē, reaģējot uz pārbaudītāja lēmumu, saskaņā ar kuru uz konkrēto preču zīmi attiecas viens no šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktā paredzētajiem absolūtajiem atteikuma pamatiem.

119 Šajos apstākļos atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 64. panta 1. punktam pēc apelācijas sūdzības pamatotības izvērtēšanas Apelācijas padomei ir jālemj par apelācijas sūdzību un, to darot, tā var izmantot jebkuras pilnvaras, kas ir tai instancei, kura pieņēmusi apstrīdēto lēmumu. No šīs tiesību normas izriet, ka, tā kā ir iesniegta apelācijas sūdzība par pārbaudītāja lēmumu atteikt reģistrāciju, Apelācijas padome var veikt jaunu un pilnīgu reģistrācijas pieteikuma izvērtēšanu pēc būtības gan attiecībā uz tiesību jautājumiem, gan faktiem (spriedums, 2013. gada 3. jūlijs, *Airbus*/ITSB (“NEO”), T-236/12, EU:T:2013:343, 21. punkts). Līdz ar to Apelācijas padome tostarp ir kompetenta pieņemt lēmumu par apgalvoto reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē.

120 Apelācijas padomei nevar tikt atņemtas šīs pilnvaras tādēļ vien, ka preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzēja ir izvēlējusies pirmo reizi apelācijas procesa ietvaros apgalvot izmantošanas rezultātā iegūtu atšķirtspēju. Proti, konkrētajā gadījumā instances zaudēšanu, uz ko šajā lietā atsaucas prasītāja, ir izraisījusi vienīgi paša preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzēja rīcība, nevis kādas *EUIPO* instances pieļauts procesuālo tiesību pārkāpums.

121 Līdz ar to ir jāsecina, ka Apelācijas padomei nav jānodod lieta atpakaļ pārbaudītajam.

122 Otrkārt, attiecībā uz to, vai Apelācijas padomei bija jāuzklausa prasītāja par prasītājas iesniegto pierādījumu nepietiekamību, iepriekš 86. punktā jau ir norādīts, ka Regulas Nr. 207/2009 75. panta otrajā teikumā saistībā ar preču zīmju tiesībām ir paredzēts vispārējs tiesību uz aizstāvību aizsardzības princips, tostarp tiesības tikt uzklausītam.

123 Šajos apstākļos šīs tiesības nenosaka, ka *EUIPO* Apelācijas padomei pirms galīgās nostājas pieņemšanas attiecībā uz kādas puses iesniegto pierādījumu vērtējumu ir pienākums piedāvāt šai pusei jaunu iespēju paust savu viedokli par minētajiem pierādījumiem (skat. spriedumu, 2012. gada 19. janvāris, ITSB/*Nike International*, C53/11 P, EU:C:2012:27, 53. punkts un tajā minētā judikatūra).

124 Tādējādi Apelācijas padomei nebija jāinformē prasītāja, ka tā uzskata tās iesniegtos argumentus un pierādījumus par nepietiekamiem, ne arī tai jādod iespēja izteikt jaunus apsvērumus un iesniegt papildu pierādījumus.

125 Turklāt prasītāja šajā kontekstā nepamatoti apgalvo, ka Apelācijas padomei esot bijusi tā iepriekš jāuzklausa, ja tai bija nodoms apstrīdētajā lēmumā izvirzīt jaunu atteikuma pamatu saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punktu. Proti, šī pēdējā minētā tiesību norma, kuras piemērošanu ir jāierosina preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzējam, nav uzskatāma par absolūtu atteikuma pamatu, bet tieši pretēji – izņēmumu no šādiem minētās regulas 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktā paredzētajiem pamatiem.

126 Ņemot vērā visu iepriekš minēto, iebildums par prasītājas tiesību tikt uzklausītai pārkāpumu ir jānoraida.

Par pienākuma norādīt pamatojumu pārkāpumu

127 Pirmkārt, ņemot vērā iepriekš 101.–105. punktā konstatēto attiecībā uz apgalvoto atšķirtspējas iegūšanas izmantošanas rezultātā apmēru, nav jāpārbauda iebildums saistībā ar pienākuma norādīt pamatojumu pārkāpumu attiecībā uz pārējām precēm un pakalpojumiem, kas neietilpst iepriekš 103. punktā paredzētajās kategorijās, tostarp attiecībā uz tehniskajiem pakalpojumiem.

128 Otrkārt, pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 26.–28. punktā izvērtēja reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz specializēto žurnālu “Brauwelt”, kāda tā izrietēja no šajā ziņā iesniegtajiem pierādījumiem, tostarp minētā žurnāla pārdošanas apjomu. Līdz ar to ir jāsecina, ka Apelācijas padome nav pārkāpusi pienākumu norādīt pamatojumu attiecībā uz “žurnālu” kategoriju.

129 Treškārt, procesuālajā rakstā, kurā ir norādīts Apelācijas padomē iesniegtās apelācijas sūdzības pamatojums, prasītāja norāda, ka, ciktāl žurnāli ir paredzēti, lai nodotu informāciju dažādās jomās, atšķirtspējas iegūšana izmantošanas rezultātā attiecībā uz “žurnāliem” paplašināti attiecoties arī uz informācijas pakalpojumiem, grāmatām un semināriem. Šis prasītājas apgalvojums tika atkārtots apstrīdētā lēmuma 7. punktā norādītajā argumentācijas kopsavilkumā. Šajos apstākļos apstrīdētā lēmuma 26.–28. punktā Apelācijas padomes sniegtais pamatojums attiecībā uz “žurnālu” kategoriju ir

piemērojams netieši, bet obligāti attiecībā uz informācijas pakalpojumiem, grāmatām un semināriem, un tā tas ir vēl jo vairāk, jo apstrīdētā lēmuma 27. punktā ir atsauce ne tikai uz konkrētajām precēm, bet arī pakalpojumiem.

130 Šajā ziņā, protams, ir taisnība, ka prasītāja ir pamatojusi savu apgalvojumu par atšķirtspējas iegūšanu attiecībā uz informācijas pakalpojumiem, grāmatām un semināriem ar papildu pierādījumiem, proti, pirmkārt, ar *M. S.* ar zvērestu apliecinātu rakstisku liecību (turpmāk tekstā – “ar zvērestu apliecināta liecība”), kas tostarp attiecas uz grāmatu izdošanu un interneta vietņu, kuras veltītas alus ražošanas jomai, pārvaldīšanu, un, otrkārt, ar reklāmas bukletiem tās organizētam seminăram tajā pašā jomā (turpmāk tekstā – “buklets”).

131 Šajos apstākļos apstrīdētā lēmuma 6. punktā ir norādīta atsauce uz ar zvērestu apliecinātu liecību un bukletu kā prasītājas iesniegtajiem pierādījumiem, kas nozīmē, ka tie ir pierādījumi, kurus Apelācijas padome ir ņēmusi vērā savā vērtējumā. Šajos apstākļos ir jākonstatē, ka Apelācijas padomes apstrīdētā lēmuma 26.–28. punktā izklāstītais pamatojums attiecas arī uz pierādījumiem, kas vērsti uz to, lai pierādītu atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā attiecībā uz informācijas pakalpojumiem, grāmatām un semināriem.

132 Līdz ar to iebildums par pienākuma norādīt pamatojumu pārkāpumu ir jānoraida.

Par pierādījumiem attiecībā uz atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā

133 No Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izriet, ka šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktā norādītie absolūtie atteikuma pamati neliedz reģistrēt preču zīmi, ja tā attiecībā uz reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm vai pakalpojumiem ir ieguvusi atšķirtspēju pēc tās izmantošanas.

134 Šajā ziņā no judikatūras izriet, ka atšķirtspējas iegūšana preču zīmes izmantošanas rezultātā prasa, lai vismaz vērā ņemama konkrētās sabiedrības daļa, pateicoties preču zīmei, attiecīgās preces vai pakalpojumus identificētu kā tādus, kuru izcelsme ir konkrētais uzņēmums (skat. spriedumu, 2004. gada 29. aprīlis, *Eurocermex*/ITSB (Alus pudeles forma), T-399/02, EU:T:2004:120, 42. punkts un tajā minētā judikatūra).

135 Šajā lietā prasītāja, lai pamatotu apgalvoto atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā, Apelācijas padomē iesniedza šādus pierādījumus:

— kādas sabiedrības veiktu 200 Vācijas un Austrijas alus ražošanas nozares profesionāļu aptauju (turpmāk tekstā – “aptauja”);

— ar zvērestu apliecinātu liecību;

— rakstu no tiešsaistes enciklopēdijas “Wikipedia” par žurnālu *Brauwelt*;

— žurnāla *Brauwelt* eksemplāru;

— izvilkumus no publikācijām par izstādi “drinktec”;

— izstādes stenda attēlus;

— izstādes “drinktec” gala ziņojumu un izvilkumu no izstādes “BrauBeviale” interneta vietnes;

— reklāmas bukletu par semināru saistībā ar alus brūvēšanu;

— alus pudeļu etiķetes.

136 Apstrīdētā lēmuma 26.–29. punktā Apelācijas padome uzskatīja, ka šie pierādījumi esot nepietiekami, lai apliecinātu, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir izmantošanas rezultātā ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, par kuriem bija apgalvots, ka šāda atšķirtspēja ir iegūta.

137 Pirmkārt, lai apstrīdētu šo vērtējumu, prasītāja norāda, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme izmantošanas rezultātā esot ieguvusi atšķirtspēju attiecībā uz žurnāla eponīmu, ko apliecina aptauja, ar zvērestu apliecināta liecība, raksts no tiešsaistes enciklopēdijas “Wikipedia” un minētā žurnāla eksemplārs.

138 Šajā ziņā iepriekš 111. punktā ir konstatēts, ka Apelācijas padome ir pamatoti uzskatījusi, ka izmantošanas rezultātā iegūta atšķirtspēja ir jāpierāda attiecībā uz “žurnālu” kategoriju. Ciktāl šī preču kategorija ir paredzēta gan profesionāļiem, gan plašai sabiedrībai, konkrētā sabiedrības daļa, attiecībā uz kuru bija jāiesniedz pierādījumi par atšķirtspējas iegūšanu, ietver šīs divas patērētāju grupas, kā arī Apelācijas padome to ir konstatējusi apstrīdētā lēmuma 27. punktā.

139 Kā pamatoti norādīja Apelācijas padome, ciktāl prasītājas izdotais žurnāls “Brauwelt” ir specializēts žurnāls, prasītājas iesniegtie pierādījumi apliecina tikai reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu un uztveri profesionālās sabiedrības daļas vidū, ko turklāt prasītāja neapstrīd.

140 Otrkārt, ciktāl prasītāja apgalvo, ka atšķirtspēja ir iegūta attiecībā uz informācijas pakalpojumiem, semināriem un grāmatām, pamatojoties uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz specializētajiem žurnāliem, apstrīdētā lēmuma 26.–28. punktā norādītā Apelācijas padomes argumentācija, kas ir atgādināta iepriekš 138.–139. punktā un saskaņā ar kuru šī izmantošana ir pierādīta vienīgi attiecībā uz vienu konkrētās sabiedrības daļu, arī ir piemērojama. Proti, līdzīgi žurnāliem trīs iepriekš minētās preču un pakalpojumu kategorijas var būt paredzētas gan specializētajai sabiedrības daļai, gan plašai sabiedrībai.

141 Tas pats apsvērums attiecas uz pārējiem prasītājas iesniegtajiem pierādījumiem, kuri attiecas uz trīs konkrētajām preču un pakalpojumu kategorijām. Proti, vispirms, pieņemot, ka atsauces uz interneta vietņu pārvaldīšanu, kas norādītas ar zvērestu apliecinātā liecībā, attiecas uz informācijas pakalpojumu kategoriju, tās neļauj secināt, ka konkrētās vietnes apmeklē vai tās ir zināmas būtiskai plašas sabiedrības daļai. Turpinot – no reklāmas prospektā ietvertās informācijas izriet, ka prasītājas organizētais seminārs bija paredzēts specializētai sabiedrības daļai, tostarp mazu un vidēju alus darītavu pārvaldītājiem. Visbeidzot, kā izriet no ar zvērestu apliecinātas liecības, prasītājas publicētās grāmatas ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi ir specializētas grāmatas un līdz ar to nav paredzētas plašai sabiedrībai.

142 Treškārt, attiecībā uz izstāžu katalogiem un gadatirgu un izstāžu organizācijas pakalpojumiem prasītāja apstrīd Apelācijas padomes atteikumu ņemt vērā ar zvērestu apliecinātu liecību, no kuras izriet, ka tā esot publicējusi izstāžu “BrauBeviale” un “drinktec” katalogu, izvilkumus no divām publikācijām saistībā ar izstādi “drinktec” un izstāžu stenda fotogrāfijas, lai atzītu reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanas rezultātā iegūto atšķirtspēju.

143 Šajā ziņā vispirms ir jānorāda, ka ar zvērestu apliecinātu liecību ir sniegusi persona, kuru saista profesionālas attiecības ar prasītāju, kā rezultātā tā pati par sevi neveido pietiekamu pierādījumu par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā (skat. pēc analoģijas spriedumu, 2005. gada 15. decembris, *BIC*/ITSB (Krama šķiltavu forma), T-262/04, EU:T:2005:463, 79. punkts). Tā kā pārējie prasītājas iesniegtie pierādījumi neattiecas uz izstādi “BrauBeviale”, tas, ka prasītāja, kā apgalvots, izdevusi katalogus attiecībā uz šo pēdējo minēto izstādi, nevar tikt ņemts vērā.

144 Turpinot attiecībā uz publikācijām par izstādi “drinktec” prasītāja kritizē Apelācijas padomes konstatējumu, saskaņā ar kuru piezīme “sadarbībā ar”, kas norādīta to titullapā, neļauj identificēt saikni starp to un minētās izstādes organizatoru. Pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, nevar uzskatīt, ka

konkrētā sabiedrības daļa šo piezīmi interpretēs kā tādu, kas nozīmē, ka prasītāja bija saistīta ar konkrētās izstādes organizēšanu un tās kataloga izdošanu, ņemot vērā, ka iesniegtie izvilkumi neietver norādes, kas par to liecinātu. Tieši pretēji, likumīgas norādes par publikācijām saistībā ar izstādi “drinktec 2013” skaidri norāda, ka runa ir par žurnāla “Brauwelt” speciālo papildizdevumu, ko izdevusi prasītāja saistībā ar minēto izstādi. Tādējādi no publikācijām saistībā ar izstādi “drinktec” neizriet ne tas, ka prasītāja būtu atbildīga par šīs pēdējās minētās izstādes organizēšanu, ne arī – ka tā saistībā ar šo pasākumu būtu izdevusi un izplatījusi no iepriekš minētā žurnāla neatkarīgu katalogu.

145 Visbeidzot pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, Apelācijas padome pamatoti uzskatīja, ka prasītājas iesniegti izstādes stenda attēli nepierāda reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu attiecībā uz izstādes katalogiem un gadatirgu un izstāžu organizācijas pakalpojumiem, bet labākajā gadījumā – attiecībā uz specializētajiem žurnāliem un specializēta izdevēja pakalpojumiem. Proti, konkrētais stends nenorāda nevienu elementu, kas ļautu secināt, ka tas pieder izstādes organizatoram vai ka tas paredzēts, lai izplatītu šīs pēdējās minētās izstādes katalogus. Savukārt izstādes dalībnieks ir skaidri identificēts kā “specializēts izdevējs” un stendā ir paredzēta vieta, kas veltīta “abonēšanas pakalpojumiem”.

146 Ceturtkārt, attiecībā uz alu prasītāja apstrīd Apelācijas padomes konstatējumu, saskaņā ar kuru tās iesniegtās pudeļu etiķetes norādot uz to, ka runa ir par reklāmas dāvanām un ka katrā ziņā alus pārdošanas apgrozījums neesot pierādīts. Prasītāja uzskata, ka konkrētās etiķetes pierādot, ka tā ir tirgū jau 150 gadus, kā rezultātā tai piemītot ievērojama reputācija. Tā piebilst, ka alus pārdošanas [apjoms] nav nepieciešams rādītājs izmantošanas rezultātā iegūtās atšķirtspējas pierādīšanai attiecībā uz šo preci.

147 Šajā ziņā no pašas prasītājas iesniegtās ar zvērestu apliecinātas liecības izriet, ka konkrētais alus ticis brūvēts divos posmos ar kopējo daudzumu 1350 pudeles, lai dāvinātu klientiem žurnāla “Brauwelt” 150. gadadienā. Tādējādi, kā apgalvoja Apelācijas padome, šāda reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošana izriet drīzāk no minētā žurnāla reklāmas darbības, nevis no izmantošanas saistībā ar alus pārdošanu un katrā ziņā ir nepietiekama, lai pierādītu, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme attiecībā uz minēto preci būtiskas konkrētās sabiedrības daļas vidū ir ieguvusi atšķirtspēju.

148 Ņemot vērā iepriekš izklāstīto, Apelācijas padome ir pamatoti secinājusi, ka prasītāja nav pierādījusi, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta izpratnē.

149 Līdz ar to trešais pamats, kā arī prasība kopumā ir jānoraida.

**Par tiesāšanās izdevumiem**

150 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājai spriedums ir nelabvēlīgs, tai ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar *EUIPO* prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (pirmā palāta)

nospriež:

**1) prasību noraidīt;**

**2) *Raimund Schmitt Verpachtungsgesellschaft mbH & Co. KG* atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Kanninen Pelikánová Buttigieg

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2016. gada 18. oktobrī.

[Paraksti]

# Satura rādītājs

Tiesvedības priekšvēsture . . . . . 2

Lietas dalībnieku prasījumi . . . . . 3

Juridiskais pamatojums . . . . . 3

1. Par otrā un trešā prasījuma pieņemamību . . . . . 3

2. Par pierādījumiem, kas pirmo reizi iesniegti Vispārējā tiesā . . . . . 4

3. Par lietas būtību . . . . . 4

Par pirmo pamatu – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, lasot to kopsakarā ar minētās regulas 75. pantu, pārkāpumu . . . . . 4

Par pienākuma norādīt pamatojumu pārkāpumu . . . . . 5

Par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes aprakstošo raksturu attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem . . . . . 6

– Par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes nozīmi . . . . . 7

– Par reģistrācijai pieteiktās preču zīmes saikni ar konkrētajām precēm un pakalpojumiem . . . . . 8

– Par agrāku reģistrāciju un lēmumu ņemšanu vērā

Par prasītājas tiesību tikt uzklausītai pārkāpumu . . . . . 12

Par otro pamatu – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu . . . . . 12

Par trešo pamatu – Regulas Nr. 207/2009 7. panta 3. punkta, lasot to kopsakarā ar minētās regulas 75. pantu, pārkāpumu . . . . . 13

Par strīda priekšmetu . . . . . 13

Par prasītājas tiesību tikt uzklausītai pārkāpumu . . . . . 15

Par pienākuma norādīt pamatojumu pārkāpumu . . . . . 16

Par pierādījumiem attiecībā uz atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā . . . . . 17

Par tiesāšanās izdevumiem . . . . . 19