Teismo praktikos rinkinys

BENDROJO TEISMO (aštuntoji kolegija) SPRENDIMAS

2016 m. vasario 24 d.*

„Bendrijos prekių ženklas — Erdvinio Bendrijos prekių ženklo paraiška — Aiškių kontūrų butelio be griovelių forma — Absoliutus atmetimo pagrindas — Skiriamojo požymio nebuvimas — Reglamento (EB) Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktas — Dėl naudojimo įgyto skiriamojo požymio nebuvimas — Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalis“

Byloje T-411/14

The Coca-Cola Company, įsteigta Atlantoje, Džordžijoje (JAV), atstovaujama solisitorių D. Stone ir A. Dykes, baristerio S. Malynicz,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovaujamą P. Geroulakos ir A. Folliard-Monguiral,

atsakovę,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2014 m. kovo 27 d. VRDT antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 540/2013-2), susijusio su paraiška įregistruoti erdvinį žymenį, kurį sudaro aiškių kontūrų butelio be griovelių forma, kaip Bendrijos prekių ženklą,

BENDRASIS TEISMAS (aštuntoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas D. Gratsias, teisėjai M. Kancheva ir C. Wetter (pranešėjas),

posėdžio sekretorius: I. Dragan, administratorius,

susipažinęs su ieškiniu, pateiktu Bendrojo Teismo kanceliarijai 2014 m. birželio 10 d.,

susipažinęs su atsakymu į ieškinį, pateiktu Bendrojo Teismo kanceliarijai 2014 m. spalio 22 d.,

įvykus 2015 m. rugsėjo 16 d. posėdžiui,

priima šį

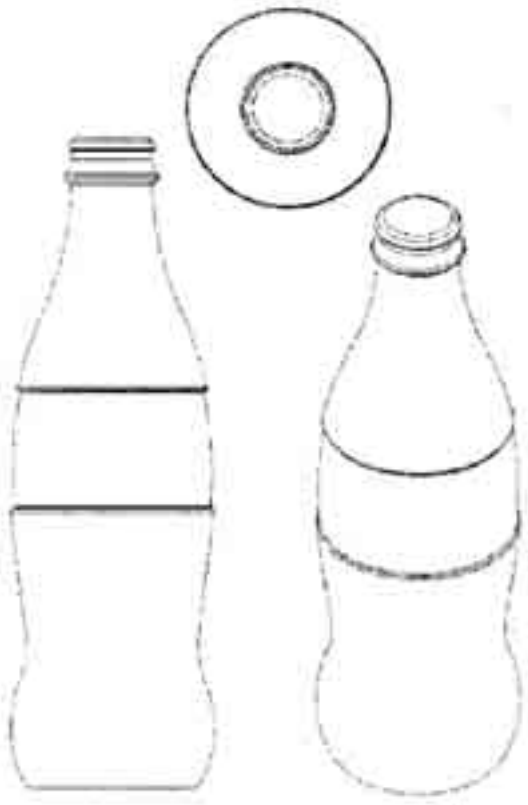
* Proceso kalba: anglų.

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

1 2011 m. gruodžio 29 d. ieškovė *The Coca-Cola Company* pagal 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 78, p. 1) pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) paraišką įregistruoti Bendrijos prekių ženklą.

2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra erdvinis žymuo, jis atrodo taip:



3 Prekės, kurioms prašoma registracijos, priklauso peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 6, 21 ir 32 klasėms ir pagal kiekvieną iš jų atitinka šį aprašymą:

— 6 klasė: „Ne brangieji metalai ir jų lydiniai; metalinės statybinės medžiagos; smulkūs geležies dirbiniai ir smulkios metalinės detalės; metalų gaminiai, nepriskirti prie kitų klasių; dėžutės“;

— 21 klasė: „Namų apyvokos arba virtuvės reikmenys ir indai; neapdirbtas arba iš dalies apdirbtas stiklas (išskyrus statybinį); stiklo ir porceliano gaminiai, nepriskirti prie kitų klasių; stikliniai ir plastikiniai buteliai“;

— 32 klasė: „Alus; mineralinis ir gazuotas vanduo ir kiti nealkoholiniai gėrimai; vaisių gėrimai ir vaisių sultys; sirupai ir kiti gėrimų gaminimo mišiniai“.

4 2012 m. sausio 23 d. ekspertas informavo ieškovę apie tai, kad, remiantis Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktu, registracijos paraiška turi būti atmesta dėl dalies nurodytų prekių, t. y. dėl šių prekių:

— 6 klasė: „Metalų gaminiai, nepriskirti prie kitų klasių; konservų dėžutės“;

— 21 klasė: „Namų apyvokos arba virtuvės reikmenys ir indai; neapdirbtas arba iš dalies apdirbtas stiklas (išskyrus statybinį); stiklo ir porceliano gaminiai, nepriskirti prie kitų klasių; stikliniai ir plastikiniai buteliai“;

— 32 klasė: „Alus; mineralinis ir gazuotas vanduo ir kiti nealkoholiniai gėrimai; vaisių gėrimai ir vaisių sultys; sirupai ir kiti gėrimų gaminimo mišiniai“.

5 2012 m. kovo 23 d. ieškovė pranešė VRDT, kad palieka registracijos paraišką dėl visų susijusių prekių, ir tvirtino, jog prašomas įregistruoti žymuo įgijo skiriamąjį požymį pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį. 2012 m. spalio 19 d., t .y. po to, kai ieškovei buvo pratęstas terminas visiems dokumentams, skirtiems jos teiginiams pagrįsti, parengti ir pateikti, ieškovė išdėstė savo argumentus dėl pradinės eksperto pozicijos.

6 2013 m. sausio 23 d. ekspertas atmetė registracijos paraišką. Išnagrinėjęs ieškovės pateikus argumentus ir įrodymus jis nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamojo požymio, būdingo nurodytoms prekėms. Nusprendęs, kad Bendrijos prekių ženklo paraiškai taikytini Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkte įtvirtinti absoliutūs atmetimo pagrindai, ekspertas atmetė ieškovės paraišką ir pagal to paties reglamento 7 straipsnio 3 dalį.

7 2013 m. kovo 20 d. ieškovė pateikė VRDT apeliaciją dėl eksperto sprendimo.

8 2014 m. kovo 27 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) Antroji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją ir nurodė, kad, kalbant apie nagrinėjamas prekes, prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamojo požymio pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą ir 3 dalį.

9 Apeliacinė taryba nusprendė, kad nagrinėjamos prekės yra kasdienio vartojimo ir daugiausiai skirtos plačiajai visuomenei. Atsižvelgusi į tai, kad nagrinėjamos prekės apibūdinamos kaip masinės gamybos prekės, Apeliacinė taryba nusprendė, jog vidutinis susijusių prekių vartotojas nėra pakankamai pastabus, ir „tikėtina, jog jis tik netobulai prisimena prekių ženklu žymimas prekes“.

10 Dėl skiriamojo požymio nurodytina, kad Apeliacinė taryba pirmiausiai aprašė prašomą įregistruoti prekių ženklą. Paskui ji palygino vaizdus, esančius pranešime, kuriame pateikti atmetimo pagrindai (jais rėmėsi ekspertas) ir padarė išvadą, jog šis teisingai manė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi jokių skiriamųjų požymių, būdingų nagrinėjamoms prekėms.

11 Apeliacinė taryba manė, kad nagrinėjamo indo požymių visuma nesuteikia prašomam įregistruoti prekių ženklui skiriamojo požymio, nes jie bendri susijusių prekių, priskirtų prie 6 ir 21 klasių, formoms ir susijusių prekių, priskirtų prie 32 klasės, pakuotei. Taigi ji patvirtino eksperto išvadą, kad nagrinėjama forma iš esmės nesiskiria nuo nagrinėjamų prekių ir jų pakuotės bazinių formų.

12 Atsižvelgdama į ieškovės argumentą, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas turėtų būti laikomas „aiškių kontūrų buteliu be griovelių“, kurį atitinkama visuomenė susietų su jos garsiu embleminiu buteliu (toliau – aiškių kontūrų butelis su grioveliais), nes ši visuomenė prašomą įregistruoti prekių ženklą laikytų pastarojo patobulintu variantu, Apeliacinė taryba palygino šiuos du butelius.

13 Iš esmės Apeliacinė taryba pripažino, kad abu buteliai turi panašumų, ir nusprendė, kad jų kuriami bendri įspūdžiai skiriasi. Šiuo klausimu ji ypatingą dėmesį skyrė grioveliams, kurie yra dėmesį pritraukiantis aiškių kontūrų butelio su grioveliais elementas. Taigi Apeliacinė taryba atmetė

argumentą, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas turėtų būti vertinamas kaip aiškių kontūrų butelio su grioveliais patobulinimas. Ji manė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas turi būti vertinamas atsižvelgiant į tai, kaip šį žymenį suvokia atitinkama visuomenė, ir nedarant prielaidos, kad minėta visuomenė nustatytų tiesioginį šio žymens ir aiškių kontūrų butelio su grioveliais ryšį, dėl kurio ieškovė atpažįstama visame pasaulyje.

14 Atsižvelgdama į šiuos argumentus Apeliacinė taryba nusprendė, kai vertino prašomo įregistruoti prekių ženklo požymius, kad šis prekių ženklas nepakankamai nukrypsta nuo atitinkamo sektoriaus normų ir įpročių, kad atitinkama visuomenė galėtų tiesiogiai nustatyti prekių komercinę kilmę. Todėl, Apeliacinės tarybos nuomone, prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamųjų požymių pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą.

15 Dėl Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalies Apeliacinė taryba nusprendė, kad ieškovė neįrodė, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo.

16 Apeliacinė taryba išreiškė rimtų abejonių dėl ieškovės pateiktų tyrimų patikimumo, visų pirma dėl jų šaltinio, nes juos atliko ne nurodyta rinkos tyrimus atliekanti įmonė, bet buvęs minėtos įmonės direktorius, tapęs nepriklausomu rinkos tyrimų konsultantu. Be to, Apeliacinė taryba manė, kad tyrimuose yra tendencingų klausimų ir kad procentinės dalys nėra tiksliai apskaičiuotos (jos nuomone, sudėjus tam tikras procentines dalis suma viršija 100%). Be šių abejonių, Apeliacinės tarybos nuomone, tyrimai buvo atlikti mažiau nei pusėje Europos Sąjungos valstybių narių. Be to, ji pažymėjo, kad tyrimai buvo atlikti po paraiškos įregistruoti prekių ženklą pateikimo.

17 Dėl ieškovės nurodytos apyvartos ir pardavimo apimčių Apeliacinė taryba nusprendė, kad net jeigu būtų atsižvelgta į ieškovės dukterinės bendrovės Prancūzijoje patarėjo rinkodaros klausimais priesaika patvirtintą deklaraciją, pasidarytų aišku, kad jos susijusios su visa ieškovės veikla, o ne tik su prašomu įregistruoti prekių ženklu.

18 Dėl reklaminės medžiagos Apeliacinė taryba nusprendė, kad beveik visa ji susijusi ne su prašomu įregistruoti prekių ženklu, o su kitais ieškovės buteliais arba dėžutėmis, konkrečiai – su jos garsiuoju aiškių kontūrų buteliu su grioveliais.

19 Apeliacinė taryba tai pat atmetė ieškovės argumentą, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį po to, kai buvo naudotas kaip kito prekių ženklo dalis. Ji patikslino, kad šis atvejis skiriasi nuo bylų, kuriomis šiuo klausimu rėmėsi ieškovė. Apeliacinė taryba pridūrė, kad atitinkamo vartotojo suvokimas nebūtinai toks pats formų ir žodinių elementų atveju.

20 Atsižvelgdama į prašomo įregistruoti žymens požymius, nagrinėjamų prekių pobūdį ir įrodymuose pateiktą rinkodaros strategiją Apeliacinė taryba manė, kad nėra nesvarbi aplinkybė, jog šiuo atveju aiškių kontūrų butelis be griovelių galėjo būti parduodamas su etikete. Šiuo klausimu ji pripažino, kad į vieną prekių ženklą orientuota reklamos strategija negalėjo sutrukdyti įgyti skiriamojo požymio, tačiau priminė, jog pateikti įrodymai parodo, kaip susijusios prekės buvo parduodamos atitinkamai visuomenei pažymėtos prašomu įregistruoti prekių ženklu. Apeliacinės tarybos nuomone, į šiuos su rinkodaros strategija susijusius paaiškinimus negalima neatsižvelgti vertinant, kaip ši visuomenė suvokia prašomą įregistruoti prekių ženklą.

21 Pripažinusi, kad ieškovė labai daug investavo į reklamą ir kad nurodyta apyvarta yra labai didelė, Apeliacinė taryba nusprendė, jog, kalbant apie tai, kaip atitinkama visuomenė realiai suvokia prašomą įregistruoti prekių ženklą, įrodymai, kaip visuma, yra nepakankami ir nelabai įtikinami.

22 Dėl susijusių prekių, kitų nei nealkoholiniai gėrimai, Apeliacinė taryba nurodė, jog beveik nėra įrodymų apie skiriamojo požymio įgijimą dėl naudojimo. Šiuo klausimu ji pažymėjo, kad nebuvo pateikta jokių įrodymų, susijusių su „stiklinių ir plastikinių butelių“, taip pat „virtuvės reikmenų“ pirkimu.

23 Be to, Apeliacinė taryba nusprendė, kad dokumentuose, susijusiuose su ieškovės nealkoholinių gėrimų istorija, yra aiškių kontūrų butelio su grioveliais nuotraukų, ir atrodo, kad daugelyje iš jų yra nuotraukų ne iš Europos Sąjungos (konkrečiai iš JAV) arba nežinomų vietų, arba ne Sąjungoje arba nežinomose vietose rašytų tekstų, todėl šie dokumentai negali įrodyti Sąjungoje įgyto prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamojo požymio.

Šalių reikalavimai

24 Ieškovė Bendrojo Teismo prašo:

— panaikinti ginčijamą sprendimą,

— priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

25 VRDT Bendrojo Teismo prašo:

— atmesti visą ieškinį,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

26 Ieškovė savo ieškinį grindžia dviem pagrindais. Pirmasis pagrindas susijęs su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu, o antrasis – su minėto reglamento 7 straipsnio 3 dalies pažeidimu.

Dėl pirmojo (ieškinio) pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu

27 Ieškovė kaltina Apeliacinę tarybą tuo, kad ši neatsižvelgė, kaip reikalaujama pagal Bendrojo Teismo praktiką, į sektoriaus normas ir įpročius. Šiuo klausimu ji tvirtina, kad jeigu nagrinėjamų prekių rinka yra konkurencinga ir apima daug ūkio subjektų, tai gali kai kuriuos iš šių ūkio subjektų gerokai paskatinti sukurti tokią savo prekių pakuotę, kad ji skirtųsi nuo kitų ūkio subjektų prekių, ir pritrauktų vartotojo dėmesį taip, kad šis galėtų įsiminti šią ypatingą formą per vėlesnį pirkimą.

28 Ieškovės nuomone, taip yra gėrimų sektoriuje. Ji tvirtina, kad, nors tiesa, jog buteliai gali būti paprasčiausiai funkcionalūs dėl ilgos cilindro formos dalies ir kaklelio, daug jų formų sukuriama tam, kad pritrauktų vartotojo dėmesį ir atskirtų konkretaus ūkio subjekto prekes. Taigi, ieškovės nuomone, vartotojai pripratę prie to, kad formos, kurios skiriasi nuo įprastos butelio formos, būtų registruojamos kaip prekių ženklai. Taip yra šioje byloje.

29 Apeliacinė taryba suklydo ir todėl, kad visapusiškai neįvertino prašomo įregistruoti prekių ženklo ir to, kaip jo skirtingi elementai yra suderinti, kad palygintų jį su rinkoje įprastomis formomis.

30 Be to, ieškovė tvirtina, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas, pirma, skiriasi nuo pavyzdžių, eksperto rastų internete, kurie, be kita ko, susiję tik su Airija, ir, antra, patraukia vartotojo dėmesį ir šis jį gali įsiminti.

31 Be to, ieškovė tvirtina, kad ginčijamo sprendimo 35 punkte Apeliacinė taryba padarė tą pačią klaidą, kuri buvo konstatuota 2011 m. spalio 20 d. Sprendime *Freixenet / VRDT* (C-344/10 P ir C-345/10 P, Rink., EU:C:2011:680, 49 punktas). Iš tikrųjų Apeliacinė taryba klaidingai manė: kadangi prekė

platinama taip pat pažymėta skiriamuoju žodiniu prekių ženklu, šiuo atveju etikete, jos forma neišvengiamai dėl to praranda bet kokį skiriamąjį požymį. Tai leidžia manyti, kad jokia forma negali būti skiriamoji, nes rinkoje nėra jokios formos, kuri būtų be žodinio ar kitokios rūšies prekių ženklo.

32 VRDT ginčija ieškovės argumentus.

33 Pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą neregistruojami jokio skiriamojo požymio neturintys prekių ženklai.

34 Iš nusistovėjusios teismo praktikos matyti, kad prekių ženklo skiriamasis požymis, kaip jis suprantamas pagal šią nuostatą, reiškia, kad šis prekių ženklas leidžia identifikuoti prekę ar paslaugą, kurią prašoma registruoti, kaip pagamintą ar suteiktą konkrečios įmonės ir taip atskirti šią prekę nuo kitų įmonių prekių (žr. 2011 m. spalio 20 d. Sprendimo *Freixenet / VRDT*, C-344/10 P ir C-345/31 P, Rink., EU:C:2011:680, 42 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką).

35 Šis skiriamasis požymis turi būti vertinamas, pirma, atsižvelgiant į prekes ar paslaugas, kurias prašoma registruoti, ir, antra, į tai, kaip jį suvokia atitinkama visuomenė, kurią sudaro šių prekių ar paslaugų vartotojai (žr. šio sprendimo 31 punkte minėto Sprendimo *Freixenet / VRDT*, EU:C:2011:680, 43 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką).

36 Taip pat pagal nusistovėjusią teismo praktiką erdvinių prekių ženklų, sudarytų iš pačios prekės vaizdo, skiriamojo požymio vertinimo kriterijai nesiskiria nuo tų, kurie taikomi kitoms prekių ženklų kategorijoms (žr. šio sprendimo 31 punkte minėto Sprendimo *Freixenet / VRDT*, EU:C:2011:680, 45 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką).

37 Tačiau taikant šiuos kriterijus reikia atsižvelgti į tai, kad vidutinis vartotojas nebūtinai taip pat suvoks pačios prekės išvaizdą turintį erdvinį prekių ženklą ir žodinį ar vaizdinį prekių ženklą, sudarytą iš žymens, nepriklausomo nuo juo žymimų prekių išvaizdos. Iš tikrųjų vidutiniai vartotojai nėra pratę preziumuoti prekių kilmės remdamiesi jų ar pakuotės forma, nesant jokių grafinių ar teksto elementų, todėl nustatyti tokio erdvinio prekių ženklo skiriamąjį požymį gali būti sunkiau negu žodinio ar vaizdinio prekių ženklo atveju (žr. šio sprendimo 31 punkte minėto *Sprendimo Freixenet /VRDT*, EU:C:2011:680, 46 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką).

38 Konkrečiai tariant, kadangi prekiaujant skystu gaminiu jo supilstymas į tarą neišvengiamas, vidutinis vartotojas jai pirmiausia suteikia paprastą taros funkciją. Erdvinis prekių ženklas, kurį sudaro tokia tara, yra išskirtinis tik jeigu leidžia vidutiniam tokios prekės vartotojui, kuris yra pakankamai informuotas, protingai pastabus ir nuovokus, neanalizuojant arba nelyginant ir nebūnant itin atidžiam atskirti tokią prekę nuo kitų įmonių prekių (2004 m. vasario 12 d. Sprendimo *Henkel*, C-218/01, Rink., EU:C:2004:88, 53 punktas ir 2004 m. balandžio 29 d. Sprendimo *Eurocermex / VRDT* (Alaus butelio forma), T-399/02, Rink., EU:T:2004:120, 24 punktas).

39 Tokiomis aplinkybėmis tik prekių ženklas, kuris labai skiriasi nuo sektoriaus normų ar įpročių, todėl atlieka savo esminę kilmės nuorodos funkciją, turi skiriamųjų požymių pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą (žr. šio sprendimo 31 punkte minėto Sprendimo *Freixenet / VRDT*, EU:C:2011:680, 47 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką).

40 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia patikrinti, ar prašomas įregistruoti prekių ženklas labai skiriasi nuo atitinkamo sektoriaus normų arba įpročių.

41 Pirmiausia reikia nurodyti, kad neginčijama, jog, kaip teisingai konstatavo Apeliacinė taryba, prašomu įregistruoti prekių ženklu žymimos prekės yra plačiajai visuomenei skirtos kasdienio vartojimo prekės. Taip pat manytina, o tai neginčijama, kaip iš esmės nurodė Apeliacinė taryba, kad, atsižvelgiant į tai, jog nagrinėjamos prekės skirtos kasdieniam vartojimui, atitinkamos visuomenės pastabumo lygis turi būti laikomas vidutiniu.

42 Šiuo klausimu, kaip matyti iš ieškovės pateikto aprašymo, prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro plokščias pagrindas, kuriam būdingas išlinkimas į išorę, siekiant suteikti išgaubtą vaizdą, kūgiška dalis, kuri susiaurėja į vidų ir išsiplečia į išorę iki pirmosios horizontalios linijos, kad būtų išgauta trapecijos forma, išsiskirianti centrinė dalis, kuri yra šiek tiek įsprausta ir atrodo plokščia, nors šonuose matyti lengvas išlinkimas, kad būtų išgautas glotnus profilis, ir viršutinė, į viršų siaurėjanti ir į piltuvėlį panaši dalis, kuri šiek tiek išgaubta prie kaklelio.

43 Iš to matyti, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas yra keliais požymiais pasižymintis sudėtinis žymuo.

44 Todėl, vertinant prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamąjį požymį, reikia atsižvelgti į jo visumą. Vis dėlto tai nėra nesuderinama su vienas po kito atliekamu skirtingų jį sudarančių elementų nagrinėjimu (2003 m. kovo 5 d. Sprendimai *Unilever / VRDT* (Kiaušinio formos tabletė) (T-194/01, Rink., EU:T:2003:53, 54 punktas ir šio sprendimo 39 punkte minėto Sprendimo *Alaus butelio forma*, EU:T:2004:120, 25 punktas).

45 Visų pirma dėl apatinės prašomo įregistruoti prekių ženklo dalies manytina, kad ši butelio dalis neturi savybių, dėl kurių jį būtų galima atskirti nuo kitų rinkoje esančių butelių. Akivaizdu, kad butelių apatinės dalys gali būti labai įvairių formų. Tačiau iš tokių variantų vidutinis vartotojas paprastai negali spęsti apie susijusių prekių komercinę kilmę.

46 Dėl centrinės prašomo įregistruoti prekių ženklo dalies pažymėtina, kad ji taip pat nėra išskirtinė, palyginti su tuo, kas egzistuoja rinkoje. Kaip teisingai nurodė Apeliacinė taryba, ši prašomo įregistruoti prekių ženklo dalis įprastomis rinkos sąlygomis skirta etiketei, kurioje nurodytas prekių ženklas, vartotojams skirta informacija apie sudėtį, butelio talpą ir gamintojo bei platintojo pavadinimai. Tai, kad ši dalis yra šiek tiek išlenkta, nereiškia, kad ji suteikia prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamąjį požymį, leidžiantį vartotojams spręsti apie jo komercinę kilmę.

47 Galiausiai dėl viršutinės prašomo įregistruoti prekių ženklo dalies, kurią sudaro prie kaklelio šiek tiek išgaubtas piltuvėlis, pažymėtina, jog akivaizdu, kad rinkoje egzistuojančių butelių požymiai daugiau ar mažiau panašūs į prašomo įregistruoti prekių ženklo. Iš tikrųjų viršutinė butelio dalis paprastai būna piltuvėlio formos ir turi kaklelį. Iš to matyti, kad net jeigu pripažintume, jog šiam elementui būdingas tam tikras originalumas, jis neturėtų būti laikomas labai besiskiriančiu nuo sektoriaus normų ir įpročių.

48 Taigi prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro derinys elementų, kurių kiekvienas gali būti bendrai naudojami prekiaujant registracijos paraiškoje nurodytomis prekėmis ir neturi skiriamojo požymio, būdingo šioms prekėms (šiuo klausimu ir pagal analogiją žr. šio sprendimo 38 punkte minėto Sprendimo *Alaus butelio forma*, EU:T:2004:120, 30 punktą).

49 Iš teismo praktikos matyti, kad aplinkybė, jog sudėtinį prekių ženklą sudaro tik elementai, kurie neturi skiriamojo požymio, būdingo nagrinėjamoms prekėms, paprastai leidžia daryti išvadą, jog šis prekių ženklas, vertinamas kaip visuma, neturi skiriamojo požymio. Tokia išvada gali būti paneigta tik tuo atveju, kai tokie konkretūs požymiai, kaip skirtingų elementų suderinimo būdas, parodo, jog sudėtinis prekių ženklas yra daugiau nei jį sudarančių elementų suma (šiuo klausimu žr. šio sprendimo 39 punkte minėto Sprendimo *Alaus butelio forma*, EU:T:2004:120, 31 punktą).

50 Šiuo atveju manytina, kad tokių požymių nėra. Iš tikrųjų prašomam įregistruoti prekių ženklui būdinga tai, kad jo forma turi išgaubtą siluetą. Tačiau ši forma nėra daugiau nei elementų, sudarančių prašomą įregistruoti prekių ženklą, suma; tai yra toks butelis kaip daugelis egzistuojančių rinkoje. Tokia forma gali būti bendrai naudojama prekiaujant registracijos paraiškoje nurodytomis prekėmis. Iš to matyti, kad šio sudėtinio prekių ženklo elementų suderinimo būdas nesuteikia jam skiriamojo požymio (šiuo klausimu žr. šio sprendimo 39 punkte minėto Sprendimo *Alaus butelio forma*, EU:T:2004:120, 32 punktą).

51 Taigi prašomas įregistruoti prekių ženklas yra tik vienas iš nagrinėjamų prekių formos ir pakuotės variantų, dėl kurio vidutinis vartotojas negalėtų atskirti nagrinėjamų prekių nuo kitų įmonių prekių (šiuo klausimu žr. 2008 m. gruodžio 17 d. Sprendimo *Somm / VRDT* (Pavėsinė), T-351/07, EU:T:2008:591, 27 punktą ir 2009 m. rugsėjo 16 d. Sprendimo *Alber / VRDT* (Rankena), T-391/07, EU:T:2009:336, 60 punktą).

52 Todėl Apeliacinė taryba nesuklydo, kai nusprendė, kad vidutinis Sąjungos vartotojas prašomą įregistruoti prekių ženklą, kaip visumą, laikys prekių, kurioms prašoma įregistruoti minėtą prekių ženklą, formos ir pakuotės variantu.

53 Šios išvados nepaneigia argumentas, kad Apeliacinė taryba visapusiškai neįvertino prašomo įregistruoti prekių ženklo. Iš ginčijamo sprendimo 27 punkto matyti, kad Apeliacinė taryba įvertino prašomą įregistruoti prekių ženklą atsižvelgdama į ieškovės „indo požymių visumą“. Be to, ginčijamo sprendimo 35 punkte Apeliacinė taryba nurodė, kad „bendra [ieškovės] nurodytų požymių apžvalga nelemia bendro įspūdžio, kuris suteiktų prašomam įregistruoti žymeniui skiriamąjį požymį“.

54 Dėl argumento, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į tai, jog atitinkamam sektoriui būdinga didelė konkurencija ir kad įprasta, jog tokios rinkos dalyviai siekia, kad jų prekių pakuotės išsiskirtų, manytina, jog vien dėl šių aplinkybių prašomas įregistruoti prekių ženklas neįgyja skiriamojo požymio. Be to, visapusiškai vertindama prašomą įregistruoti prekių ženklą Apeliacinė taryba atsižvelgė į rinkos sąlygas. Iš ginčijamo sprendimo 28 punkto matyti, kad Apeliacinė taryba manė, jog tai, kad kuriant butelius kūrėjo laisvės mastas nėra labai didelis, minimaliai pakeisti butelių formų variantai negali būti registruojami kaip prekių ženklai, nes visuomenė jų nelaikys kilmės nuoroda.

55 Galiausiai dėl ieškovės kritikos, susijusios su ginčijamo sprendimo 35 punkte Apeliacinės tarybos pateikta pertekline nuoroda į tai, kad galutinis naudotojas paprastai dėmesį labiau kreipia į prekės etiketę arba pakuotę ir ant jos nurodytą pavadinimą, paveikslėlį arba grafinį dizainą, o ne į pakuotės koncepciją, kaip tokią, pažymėtina, kad bet kuriuo atveju ji nepaneigia Apeliacinės tarybos vertinimų pagrįstumo (šiuo klausimu žr. 2013 m. balandžio 30 d. Sprendimo *Boehringer Ingelheim International / VRDT (RELY-ABLE)*, T-640/11, EU:T:2013:225, 27 punktą ir jame cituojamą teismo praktiką). Vertindama prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamąjį požymį pagal Reglamento Nr. 207/2007 7 straipsnio 1 dalies b punktą Apeliacinė taryba tikrino prašomą įregistruoti prekių ženklą atsižvelgdama į visus jo svarbius požymius ir, teisiniu požiūriu, savo išvadą pakankamai pagrindė prašomu įregistruoti prekių ženklu, t. y. vien aiškių kontūrų butelio forma (šiuo klausimu žr. 2014 m. liepos 16 d. Sprendimo *Langguth Erben / VRDT* (Alkoholinio gėrimo butelio forma), T-66/13, EU:T:2014:681, 66 ir 67 punktus).

56 Todėl pirmąjį pagrindą reikia atmesti kaip nepagrįstą.

Dėl antrojo (ieškinio) pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalies pažeidimu

57 Ieškovė tvirtina, kad bet kuriuo atveju prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo. Ji mano, kad įrodė minėto prekių ženklo skiriamojo požymio įgijimą pateikdama VRDT instancijoms daug svarbių įrodymų.

58 Per administracinę procedūrą ieškovė VRDT pateikė, be kita ko, šiuos įrodymus:

— prašomo įregistruoti prekių ženklo naudojimo istoriją, įskaitant kontekstą ir pagrindus, kuriais remiantis šis prekių ženklas buvo naudojamas Sąjungoje,

— duomenis, pagrįstus tyrimais, taip pat pačius tyrimus, atliktus dešimtyje Sąjungos valstybių narių, kad būtų įrodyta, jog daugelis apklaustų asmenų susieja prašomą įregistruoti prekių ženklą su ieškove ir Coca-Cola gėrimais,

— įrodymų – įmonės rinkos tyrimų atlikimo kodeksą, kad pagrįstų, jog minėti duomenys buvo pateikti remiantis tinkamai atliktais ir nepriklausomais tyrimais, susijusiais su maždaug 5 000 asmenų, kurie yra atitinkamos visuomenės atstovai iš dešimties valstybių narių,

— pardavimo duomenis kartu su lentele, kurioje nurodytas pardavimo pasiskirstymas Sąjungos valstybėse narėse, ir *Coca-Cola* (Europa) patarėjo rinkodaros klausimais priesaika patvirtintą deklaraciją, kad įrodytų, jog ieškovė 2009–2011 m. Sąjungoje pardavė daug aiškių kontūrų butelių su ir be griovelių,

— lenteles, kuriose nurodomos investicijos reklamai ir pranešimams nuo 2009 iki 2011 m., kad įrodytų, jog ieškovės gėrimais *Coca-Cola*, *Coca-Cola Light* ir *Coca-Cola Zero* buvo prekiauta visoje Sąjungoje,

— nuotraukas, straipsnius ir ištraukas iš interneto svetainių, kad įrodytų, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas buvo naudojamas komerciniuose pranešimuose, publikacijose internete, *Pop Art*, trečiųjų asmenų publikacijose ir kitose žiniasklaidos priemonėse.

59 Pirma, ieškovė iš esmės tvirtina, kad Apeliacinės tarybos abejonės dėl tyrimų šaltinio, patikimumo ir nepriklausomumo yra nepagrįstos. Be to, ji priekaištauja Apeliacinei tarybai dėl to, kad ši klaidingai nepateikė teisingo tyrimų aiškinimo remdamasi ten pateiktais paaiškinimais. Atsižvelgdama į šias klaidas ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba nesuprato jai pateiktų duomenų ir to, kaip tyrimai buvo atlikti, nepaisant minėtuose tyrimuose pateiktų paaiškinimų ir motyvų, kurie buvo išdėstyti VRDT.

60 Antra, ieškovė iš esmės mano, kad Apeliacinė taryba padarė teisės klaidą tiek, kiek nepripažino, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl to, kad buvo naudojamas kaip registruoto prekių ženklo dalis arba kartu su juo. Ji tvirtina, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas intensyviai naudojamas kaip jos aiškių kontūrų butelio su grioveliais formos dalis. Šiuo klausimu ji remiasi 2005 m. liepos 7 d. Sprendimu *Nestlé* (C-353/03, Rink., EU:C:2005:432), kuriame Teisingumo Teismas nusprendė, jog Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalyje nurodytas prekių ženklo skiriamasis požymis gali atsirasti tiek dėl jo elemento naudojimo kaip įregistruoto prekių ženklo dalies, tiek dėl atskiro prekių ženklo naudojimo kartu su registruotu prekių ženklu.

61 Ieškovės nuomone, negali būti pagrįstai ginčijama, kad aiškių kontūrų butelis su grioveliais intensyviai naudojamas. Daug metų buvo parduodama labai daug aiškių kontūrų butelių su arba be griovelių. Be to, aiškių kontūrų butelis su arba be griovelių buvo labai reklamuojamas.

62 Ieškovės nuomone, įvairūs argumentai rodo, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas skiriamąjį požymį įgijo kaip aiškių kontūrų butelio su grioveliais dalis. Pirma, aiškiai matyti, kad prašomą įregistruoti prekių ženklą (t. y. prašomą įregistruoti prekių ženklą, vertinamą atskirai) sudaranti forma yra dvimatė. Įrodymuose matyti šoninis dvimatis prašomo įregistruoti prekių ženklo, kuris buvo vaizduojamas prekybos vietose esančiuose stenduose, reklamoje arba ant tokių prekių kaip buteliai arba dėžutės, vaizdas. Jokia Sąjungos prekių ženklų teisės nuostata netrukdo tam, kad erdviniai prekių ženklai skiriamąjį požymį įgytų dėl dvimačių prekių ženklų naudojimo.

63 Antra, jau buvo specialiai išleistų butelių, kurie sugalvoti taip, kad griovelių nebūtų matyti, ir jie sudarė aiškių kontūrų butelio be griovelių įspūdį. Šios prekės buvo dvimatės ir trimatės. Ieškovė pripažino, kad šie buteliai buvo sukurti specialioms progoms, tačiau tvirtina, kad jų buvo daug ir jie buteliai buvo labai reklamuojami.

64 Trečia, ieškovė nurodo, kaip prašomą įregistruoti prekių ženklą tretieji asmenys naudojo įvairiomis kultūrinės išraiškos formomis. Ji nurodo, kad jeigu visuomenė nelaikytų prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamuoju bendrovės *Coca-Cola* ženklu, kiltų klausimas dėl tam tikrų kūrėjų darbų tikslo, nes jų kūriniuose, ieškovės nuomone, akivaizdžiai nurodomas *Coca-Cola* butelis.

65 VRDT ginčija ieškovės argumentus.

66 Pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį jo 7 straipsnio 1 dalies b–d punktuose nurodytais absoliučiais atmetimo pagrindais nedraudžiama registruoti prekių ženklo, jeigu dėl naudojimo jis įgijo skiriamąjį požymį, būdingą toms prekėms ar paslaugoms, kurias prašoma registruoti. Iš tikrųjų Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalyje nurodytu atveju tai, kad aptariamą prekių ženklą sudarantį žymenį atitinkama visuomenė realiai suvokia kaip prekės ar paslaugos komercinės kilmės nuorodą, yra prekių ženklo paraišką pateikusio asmens ekonominių pastangų rezultatas. Ši aplinkybė pateisina tai, kad būtų atmesti su bendruoju interesu susiję argumentai; jais grindžiami to paties straipsnio 1 dalies b–d punktai, pagal kuriuos reikalaujama, kad šiose nuostatose nurodyti prekių ženklai galėtų būti laisvai naudojami siekiant, kad konkurencinis pranašumas nebūtų nepagrįstai suteiktas vienam ūkio subjektui (2010 m. balandžio 21 d. Sprendimo *Schunk / VRDT* (Mandarino dalies vaizdas), T-7/09, EU:T:2010:153, 38 punktas ir 2013 m. kovo 22 d. Sprendimo *Bottega Veneta International / VRDT* (Rankinės forma), T-409/10, EU:T:2013:148, 74 punktas).

67 Iš teismo praktikos matyti, jog tam, kad būtų leista registruoti prekių ženklą pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį, šio prekių ženklo dėl naudojimo įgytas skiriamasis požymis turi būti įrodytas toje Sąjungos dalyje, kurioje jis jo neturėjo pagal minėto reglamento 7 straipsnio 1 dalies b–d punktus. Be kita ko, dėl naudojimo skiriamasis požymis turi būti įgytas iki registracijos paraiškos pateikimo (šio sprendimo 67 punkte minėto Sprendimo *Mandarino dalies vaizdas*, EU:T:2010:153, 40 punktas ir šio sprendimo 67 punkte minėto Sprendimo *Rankinės forma*, EU:T:2013:148, 76 punktas).

68 Be to, dėl nežodinių prekių ženklų, kaip antai nagrinėjamų šioje byloje, reikia preziumuoti, kad jų skiriamojo požymio vertinimas yra toks pats visoje Sąjungoje, nebent egzistuotų konkrečių priešingų nuorodų. Kadangi šiuo atveju išnagrinėjus pirmąjį pagrindą ir iš bylos medžiagos nematyti, kad taip yra, reikia manyti, jog Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkte nurodytas absoliutus atmetimo pagrindas galioja, kiek tai susiję su prašomu įregistruoti prekių ženklu, visoje Sąjungoje. Taigi tam, kad šis prekių ženklas galėtų būti registruojamas pagal to paties reglamento 7 straipsnio 3 dalį, skiriamąjį požymį dėl naudojimo jis turi būti įgijęs visoje Europoje (žr. 2007 m. rugsėjo 12 d. Sprendimo *Glaverbel / VRDT* (Stiklinio paviršiaus tekstūra), T-141/06, EU:T:2007:273, 36 punktas ir jame nurodyta teismo praktika).

69 Iš teismo praktikos taip pat matyti, kad prekių ženklo skiriamasis požymis dėl naudojimo įgyjamas su sąlyga, kad bent didelė atitinkamos visuomenės dalis pagal prekių ženklą atitinkamas prekes ar paslaugas atskiria kaip pagamintas ar suteiktas konkrečios įmonės. Vis dėlto aplinkybės, kuriomis sąlyga, susijusi su skiriamojo požymio įgijimu dėl naudojimo, gali būti laikoma įvykdyta, neturi būti nustatomos remiantis tik tokiais bendro pobūdžio ir abstrakčiais duomenimis kaip tam tikros procentinės dalys (šio sprendimo 67 punkte minėto Sprendimo *Mandarino dalies vaizdas*, EU:T:2010:153, 39 punktas ir šio sprendimo 67 punkte minėto Sprendimo *Rankinės forma*, EU:T:2013:148, 75 punktas).

70 Konkrečiu atveju vertinant dėl naudojimo įgytą prekių ženklo skiriamąjį požymį reikia atsižvelgti į tokius veiksnius: prekių ženklo užimama rinkos dalis, jo naudojimo intensyvumas, geografinis paplitimas ir trukmė, įmonės investicijų, skirtų jam reklamuoti, dydis, tai, kokia suinteresuotosios visuomenės dalis pagal prekių ženklą prekes ar paslaugas atskiria kaip pagamintas ar suteiktas konkrečios įmonės, prekybos ir pramonės rūmų ar kitų profesinių asociacijų pareiškimai. Jeigu remdamiesi tokia informacija suinteresuotieji asmenys ar bent jau didelė jų dalis pagal prekių ženklą atskiria prekę kaip pagamintą konkrečios įmonės, turi būti laikoma, kad įvykdyta Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalyje įtvirtinta prekių ženklo registracijos sąlyga (šio sprendimo 66 punkte minėto Sprendimo *Mandarino dalies vaizdas*, EU:T:2010:153, 41 punktas ir šio sprendimo 66 punkte minėto Sprendimo *Rankinės forma*, EU:T:2013:148, 77 punktas).

71 Pagal teismo praktiką prekių ženklo skiriamasis požymis, įskaitant įgytąjį dėl naudojimo, turi būti vertinamas prekių ar paslaugų, kurioms prekių ženklą prašoma įregistruoti, atžvilgiu ir atsižvelgiant į preziumuojamą vidutinio pakankamai informuoto ir protingai pastabaus bei nuovokaus ginčijamų prekių ir paslaugų kategorijos vartotojo suvokimą (šio sprendimo 66 punkte minėto Sprendimo *Mandarino dalies vaizdas*, EU:T:2010:153, 42 punktas ir šio sprendimo 66 punkte minėto Sprendimo *Rankinės forma*, EU:T:2013:148, 78 punktas).

72 Galiausiai iš teismo praktikos matyti, jog tai, kad skiriamasis požymis buvo įgytas dėl naudojimo, neturėtų būti įrodinėjama pateikiant tik informaciją apie pardavimo apimtis ir reklaminę medžiagą. Be to, vien aplinkybės, kad žymuo buvo naudojamas Sąjungos teritorijoje jau tam tikrą laikotarpį, nepakanka siekiant įrodyti, jog visuomenė, kuriai skirtos nagrinėjamos prekės, jį suvokia kaip komercinės kilmės nuorodą (žr. šiuo klausimu šio sprendimo 68 punkte minėto Sprendimo *Stiklinio paviršiaus tekstūra*, EU:T:2007:273, 41 ir 42 punktus).

73 Atsižvelgiant į šiuos paaiškinimus reikia patikrinti, ar šiuo atveju Apeliacinė taryba suklydo, kai nusprendė, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas neįgijo skiriamojo požymio dėl to, kad buvo naudojamas, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalį.

74 Reikia nurodyti, kad Apeliacinės tarybos abejonės dėl tyrimų patikimumo yra nepagrįstos. Iš tikrųjų iš bylos medžiagos matyti, kad apklausti asmenys matė tik vieno iš nagrinėjamų butelių, o ne abiejų nuotrauką, kaip manė Apeliacinė taryba. Be to, Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, kad su procentinėmis dalimis susiję skaičiai yra netikslūs. Nepagrįstomis laikytinos ir Apeliacinės tarybos išreikštos abejonės dėl asmens, atsakingo už tyrimų atlikimą. Šių išvadų, be kita ko, VRDT neginčijo.

75 Tačiau iš ginčijamo sprendimo matyti, jog Apeliacinė taryba, nepaisant to, kad klaidingai konstatavo šio sprendimo 16 punkte aprašytus tyrimų trūkumus, šių anketų neatmetė kaip įrodymų ir juos išnagrinėjo siekdama nustatyti, ar jie patvirtina, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl naudojimo dešimtyje valstybių narių, kuriose buvo atlikti tyrimai. Iš tikrųjų iš ginčijamo sprendimo 51 ir 52 punktų matyti, jog Apeliacinė taryba nusprendė, kad tyrimai apėmė mažiau nei pusę valstybių narių, ir kad ji juos vertino kartu su kitais ieškovės pateiktais įrodymais. Iš to matyti, kad Apeliacinės tarybos klaidos dėl tyrimų patikimumo negali daryti įtakos ginčijamo sprendimo teisėtumui.

76 Toliau reikia nurodyti, kad, kaip tvirtina ieškovė, tam tikrais atvejais erdvinis prekių ženklas gali įgyti skiriamąjį požymį dėl naudojimo net jeigu jis naudojamas kartu su žodiniu arba vaizdiniu prekių ženklu. Pakanka, kad dėl tokio naudojimo suinteresuotieji asmenys prekes ar paslaugas, ženklinamas tik prašomu įregistruoti prekių ženklu, iš tikrųjų suvoktų kaip tam tikros įmonės prekes ar paslaugas (šio sprendimo 60 punkte minėto Sprendimo *Nestlé*, EU:C:2005:432, 30 punktas). Šiuo klausimu Bendrasis Teismas nurodo, kad, kitaip nei prekių ženklas, nagrinėjamas byloje, kurioje buvo priimtas šio sprendimo 60 punkte minėtas Sprendimas *Nestlé* (EU:C:2005:432), prašomas įregistruoti prekių ženklas nėra aiškiai atskiriamas nuo prekių ženklo, kurio dalimi jis yra laikomas. Šiuo atveju iš ieškovės pateiktų įrodymų ir konkrečiai reklaminės medžiagos nėra akivaizdu, ar joje esantis butelis yra aiškių kontūrų butelio su grioveliais vaizdas, ar tai yra prašomas įregistruoti prekių ženklas. Tas pats pasakytina apie įrodymus, kuriuose vaizduojami aiškių kontūrų buteliai be griovelių. Iš tikrųjų prašomas įregistruoti prekių ženklas naudojamas ne kartu su prekių ženklu, kurio dalimi jis yra laikomas; jis absorbuoja arba, atvirkščiai, jis absorbuojamas minėto prekių ženklo, nes ir prašomo įregistruoti prekių ženklo, ir prekių ženklo, kurio dalimi jis laikomas, siluetai vienas kitą uždengia. Šiomis aplinkybėmis svarbu patikrinti, ar įrodymai patvirtina, kad, atitinkamos visuomenės požiūriu, prašomas įregistruoti prekių ženklas gali būti pripažintas nagrinėjamų prekių komercinės kilmės nuoroda.

77 Dėl teritorijos, kurioje naudojimas turi būti įrodytas, primintina, kad pagal Reglamento Nr. 207/2009 1 straipsnio 2 dalį Bendrijos prekių ženklas turi vieningą statusą, o tai reiškia, kad jis turi vienodą galią visoje Sąjungoje. Iš vieningo Bendrijos prekių ženklo statuso išplaukia, jog tam, kad

žymenį būtų leista įregistruoti, reikia, kad jis turėtų skiriamąjį požymį visoje Sąjungoje. Taigi pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą, siejamą su to paties straipsnio 2 dalimi, prekių ženklas neregistruojamas, jeigu neturi skiriamojo požymio dalyje Sąjungos, o šio straipsnio 2 dalyje nurodytą Sąjungos dalį tam tikrais atvejais gali sudaryti viena valstybė narė (žr. šiuo klausimu 2006 m. birželio 22 d. Sprendimo *Storck / VRDT*, C-25/05 P, Rink., EU:C:2006:422, 81–83 punktus ir 2010 m. rugsėjo 29 d. Sprendimo *CNH Global / VRDT* (Raudonos, juodos ir pilkos spalvų traktoriaus vaizdas), T-378/07, Rink., EU:T:2010:413, 45 punktą ir ten nurodytą teismo praktiką).

78 Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 3 dalis, pagal kurią leidžiama registruoti žymenis, dėl naudojimo įgijusius skiriamąjį požymį, turi būti aiškinama atsižvelgiant į šį reikalavimą. Remiantis šio sprendimo 66 punkte minėta teismo praktika, būtina nustatyti, kad dėl naudojimo skiriamasis požymis įgytas visoje teritorijoje, kurioje prekių ženklas tokio požymio neturėjo. Vis dėlto būtų nepagrįsta reikalauti skiriamojo požymio įgijimą dėl naudojimo, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 66–68 punktuose minėtą teismo praktiką, įrodyti kiekvienoje valstybėje narėje atskirai (šiuo klausimu žr. 2012 m. gegužės 24 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli / VRDT*, C-98/11 P, Rink., EU:C:2012:307, 62 punktą).

79 Todėl, reikia patikrinti, ar, remiantis šio sprendimo 66–68 punktuose minėta teismo praktika, ieškovė galėjo įrodyti, kad dar prieš pateikiant registracijos paraišką nagrinėjamas žymuo dėl naudojimo buvo įgijęs skiriamąjį požymį didelės atitinkamos visuomenės dalies požiūriu visoje Sąjungoje. Šiuo tikslu ieškovė turėjo progos pateikti VRDT įvairių įrodymų, visų pirma nurodytų šio sprendimo 58 punkte.

80 Pirma, dėl ieškovės nurodytų tyrimų manytina, kad ginčijamo sprendimo 51 punkte Apeliacinė taryba teisingai konstatavo, jog jais neįrodoma, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį didelės atitinkamos visuomenės dalies požiūriu visoje Sąjungoje. Iš tikrųjų tyrimai buvo atlikti dešimtyje Sąjungos valstybių narių, t. y. Danijoje, Vokietijoje, Estijoje, Graikijoje, Ispanijoje, Prancūzijoje, Italijoje, Lenkijoje, Portugalijoje, Jungtinėje Karalystėje, nors registracijos paraiškos pateikimo dieną Europos Sąjungą sudarė 27 valstybės narės. Nagrinėjamuose tyrimuose daroma išvada, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dešimtyje valstybių narių, kuriose tyrimai buvo atlikti, nes gautas atpažinimo procentas yra nuo 48 % (Lenkija) iki 79 % (Ispanija), tačiau juose nepatvirtinama, kad taip yra ir 17 kitų valstybių narių. Iš tikrųjų šių tyrimų rezultatas negali būti pritaikytas kitoms 17 valstybių narių, kuriose tyrimai nebuvo atlikti. Šiuo klausimu reikia nurodyti, kiek tai susiję konkrečiai su valstybėmis, kurios Sąjungos narėmis tapo po 2004 m., kad tyrimuose nėra beveik jokios informacijos apie atitinkamos visuomenės suvokimą šiose valstybėse narėse. Net jeigu tyrimai buvo atlikti Lenkijoje ir Estijoje, išvadų apie šias dvi valstybes nares negalima taikyti kitoms valstybėms narėms, kurios Sąjungos narėmis tapo po 2004 metų. Be kita ko, ieškovė neįrodė, kad valstybių narių, kuriose tyrimai buvo atlikti, rinkos yra panašios į kitų valstybių narių rinkas ir kad šių tyrimų rezultatai galėtų būti joms taikomi; Bendrajam Teismui nepriklauso daryti atitinkamų prielaidų.

81 Atsižvelgiant į pateiktus paaiškinimus darytina išvada, kad patys tyrimai nepakankamai įrodo, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas dėl naudojimo įgijo skiriamąjį požymį didelės atitinkamos visuomenės dalies požiūriu visoje Sąjungoje.

82 Antra, dėl investicijų reklamai ir pranešimams pasakytina, kad iš teismo praktikos matyti, jog į įmonės investicijų, skirtų prekių ženklui reklamuoti, dydį gali būti atsižvelgta nustatant, ar šis prekių ženklas galėjo įgyti skiriamąjį požymį dėl naudojimo. Tačiau šiuo atveju svarbu konstatuoti, kad pateikti atitinkami skaičiai nėra konkrečiai susiję su prašomu įregistruoti prekių ženklu. Iš tikrųjų pagal ieškovės dukterinės bendrovės Prancūzijoje patarėjo rinkodaros klausimais priesaika patvirtintą deklaraciją pateikti duomenys susiję tik su gėrimais *Coca-Cola*, *Coca-Cola Light* ir *Coca-Cola Zero*, nepaaiškinant, apie kurią tarą kalbama. Taigi iš šių duomenų neįmanoma daryti išvados, kaip prašomą įregistruoti prekių ženklą suvokia atitinkama visuomenė.

83 Trečia, dėl pardavimo apimties ir reklaminės medžiagos pirmiausia reikia pažymėti, kad jie gali būti laikomi tik antraeiliais įrodymais, kuriais prireikus būtų galima paremti tokius tiesioginius dėl naudojimo įgyto skiriamojo požymio įrodymus, kokie išplaukia iš ieškovės pateiktų tyrimų.

84 Iš tikrųjų pardavimo apimtis ir reklaminė medžiaga savaime neįrodo, kad visuomenė, kuriai skirtos nagrinėjamos prekės, prašomą įregistruoti prekių ženklą laiko komercinės kilmės nuoroda. Kalbant apie valstybes nares, kuriose jokie tyrimai nebuvo atlikti, skiriamojo požymio įgijimas dėl naudojimo iš principo neturėtų būti laikomas įrodytu nurodant tik pardavimo apimtį ir reklaminę medžiagą. Tai galioja konkrečiai ir šios bylos aplinkybėmis, paaiškėjus, jog nurodyta informacija apie pardavimo apimtį yra nepatikima.

85 Šiuo klausimu, net jeigu nekyla abejonių, jog su pardavimo apimtimi susiję skaičiai įrodo, kad ieškovė didelį kiekį butelių pardavė Sąjungoje, konstatuotina, kad šie įrodymai yra nenuoseklūs, kaip per teismo posėdį pripažino ieškovė. Pavyzdžiui, reikia nurodyti, jog pardavimo apimtis Belgijoje ir Liuksemburge, kuriuose bendras gyventojų skaičius – maždaug 12 milijonų, yra beveik tokia pati kaip Vokietijoje, nors šioje valstybėje yra maždaug 80 milijonų gyventojų. Be to, pardavimo apimtis Lietuvoje, kurioje yra maždaug 3 milijonai gyventojų, beveik dvigubai didesnė nei Lenkijoje, nors šioje valstybėje yra maždaug 38 milijonai gyventojų. Be kita ko, Latvijoje pardavimo apimtis išaugo dvigubai 2009–2010 metais. Šio nenuoseklumo, kurį per teismo posėdį patvirtino ieškovė, ji pati negali paaiškinti. Todėl manytina, kad šie įrodymai neturi įrodomosios galios.

86 Be to, iš ieškovės pateiktų duomenų, net jeigu būtų atsižvelgta į jos dukterinės bendrovės Prancūzijoje patarėjo rinkodaros klausimais priesaika patvirtintą deklaraciją, negalima daryti išvados, kad pardavimo apimtis susijusi konkrečiai su prašomu įregistruoti prekių ženklu. Iš tikrųjų minėtoje priesaika patvirtintoje deklaracijoje nurodyta, kad pardavimo apimtis susijusi su „aiškių kontūrų buteliais“, nepatikslinant, ar kalbama apie prašomą įregistruoti prekių ženklą, aiškių kontūrų butelį su grioveliais, ar apie abu. Todėl remiantis tuo negalima daryti išvados apie tai, kaip prašomą įregistruoti prekių ženklą suvokia atitinkama visuomenė.

87 Todėl ginčijamo sprendimo 57 punkte Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad minėti įrodymai yra nepakankami ir nelabai įtikinami, kalbant apie tikrąjį prašomo įregistruoti prekių ženklo suvokimą.

88 Dėl įrodymų, kuriuose yra nuotraukų, straipsnių ir ištraukų iš interneto svetainių, skirtų įrodyti, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas buvo naudojamas komerciniuose pranešimuose, publikacijose internete, *Pop Art*, trečiųjų asmenų publikacijose ir kitose informavimo priemonėse, konstatuotina, kad Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, jog beveik visi šie įrodymai nesusiję su prašomu įregistruoti prekių ženklu. Iš tikrųjų iš šių įrodymų nėra akivaizdu, ar juose esantis butelis yra aiškių kontūrų butelio su grioveliais vaizdas, ar tai yra prašomas įregistruoti prekių ženklas. Be to, dokumentuose, susijusiuose su ieškovės nealkoholinių gėrimų istorija, yra tik aiškių kontūrų butelio su grioveliais nuotraukų. Be to, reikia pritarti Apeliacinės tarybos konstatavimui, kad daugelyje šių dokumentų pateiktos nuotraukos darytos ne Sąjungoje (konkrečiai JAV) arba nežinomose vietose. Todėl šie dokumentai negali įrodyti skiriamojo požymio įgijimo Sąjungoje.

89 Be to, manytina, kad ieškovė nepateikė beveik jokių skiriamojo požymio įgijimo įrodymų dėl nagrinėjamų prekių, kurios nėra nealkoholiniai gėrimai, t. y. dėl visų kitų Nicos sutarties 32 klasės ir 6 bei 21 klasių prekių, o tai, be kita ko, per teismo posėdį patvirtino ieškovė.

90 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, nė vieno iš atskirai nagrinėtų įrodymų nepakanka įrodyti, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas įgijo skiriamąjį požymį dėl to, kad buvo naudojamas. Taip pat to neleidžia patvirtinti ir bendras visų įrodymų nagrinėjimas. Šiuo klausimu reikia priminti, kad tyrimai apima tik dalį Sąjungos ir kad kiti per administracinę procedūrą VRDT ieškovės pateikti įrodymai dėl savo netikslumo ir nenuoseklumo neleidžia kompensuoti šio trūkumo.

91 Kadangi nė vienas iš ieškovės pateiktų ieškinio pagrindų nėra pagrįstas, reikia atmesti visą ieškinį.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

92 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to reikalavo.

93 Kadangi ieškovė bylą pralaimėjo, reikia jai nurodyti padengti bylinėjimosi išlaidas pagal VRDT reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (aštuntoji kolegija),

nusprendžia:

1. Atmesti ieškinį.

2. Priteisti iš *The Coca-Cola Company* bylinėjimosi išlaidas.

Gratsias Kancheva Wetter

Paskelbta 2016 m. vasario 24 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Parašai.