Judikatūras krājums

ĢENERĀLADVOKĀTA PAOLO MENGOCI [PAOLO MENGOZZI]
SECINĀJUMI,
sniegti 2017. gada 31. maijā[1]

Apvienotās lietas no C-673/15 P līdz C-676/15 P

The Tea Board
pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (*EUIPO*)

Apelācijas sūdzība – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts – Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju īpašnieka iebildumi – 66. panta 2. punkts – Kolektīvās preču zīmes, ko veido ģeogrāfiskās izcelsmes norāde – Funkcija – Konflikts ar individuālas preču zīmes pieteikumu – Sajaukšanas iespēja – Jēdziens – Preču vai pakalpojumu līdzība – Vērtēšanas kritēriji – 8. panta 5. punkts – Vārdiska un grafiska preču zīme, kas ietver vārdisku elementu "darjeeling" – Agrāka kolektīvā preču zīme, ko veido ģeogrāfiskās izcelsmes norāde "Darjeeling""

1. Savās apelācijas sūdzībās *The Tea Board* lūdz Tiesai daļēji atcelt Eiropas Savienības Vispārējās tiesas 2015. gada 2. oktobra spriedumus *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* ("Darjeeling") (T-624/13, EU:T:2015:743), *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* ("Darjeeling collection de lingerie") (T-625/13, nav publicēts, EU:T:2015:742), *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* ("DARJEELING collection de lingerie") (T-626/13, nav publicēts, EU:T:2015:741) un *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* ("Darjeeling") (T-627/13, nav publicēts, EU:T:2015:740) (turpmāk tekstā kopā – "pārsūdzētie spriedumi"), ar kuriem Vispārējā tiesa ir daļēji noraidījusi tās prasības atcelt Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) Apelācijas otrās padomes 2013. gada 11. un 17. septembra lēmumus lietās R 1387/2012-2, R 1501/2012-2, R 1502/2012-2 un R 1504/2012-2 (turpmāk tekstā – "apstrīdētie lēmumi") saistībā ar iebildumu procedūrām starp *The Tea Board* un *Delta Lingerie*. Uz šiem spriedumiem attiecas arī četras pretapelācijas sūdzības, kuras ir iesniegusi *Delta Lingerie*.

I. Atbilstošās tiesību normas

2. Saskaņā ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulas (EK) Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi[2] 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu nereģistrē "preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības".

1 Oriģinālvaloda – franču.

2 OV 2009, L 78, 1. lpp.

3. Šīs regulas 66. pantā "[Eiropas Savienības] kolektīvās preču zīmes" ir paredzēts:

"1. [Eiropas Savienības] kolektīvā preču zīme ir [Eiropas Savienības] preču zīme, kuru tā raksturo, kad iesniedz pieteikumu par to, un kas spēj nošķirt tās apvienības locekļu, kas ir šīs preču zīmes īpašnieki, preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. Uz [Eiropas Savienības] kolektīvām preču zīmēm var pieteikties izgatavotāju, ražotāju, pakalpojumu sniedzēju, tirgotāju vai patērētāju apvienības, kurām atbilstoši tiesību aktiem, kas tās reglamentē, savā vārdā ir visu veidu tiesības un pienākumi, spēja slēgt līgumus vai veikt citas juridiskas darbības un iesniegt prasību tiesā, un būt par šādas prasības subjektu, kā arī juridiskas personas, uz ko attiecas publiskās tiesības.

2. Atkāpjoties no 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, [Eiropas Savienības] kolektīvās preču zīmes 1. punkta nozīmē var būt apzīmējumi vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot kā norādes par preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi. Kopīga preču zīme nedod tiesības tās īpašniekam aizliegt trešajām personām šos apzīmējumus vai norādes izmantot tirdznieciskos darījumos ar nosacījumu, ka trešās personas rūpnieciskos vai komercdarījumos tās izmanto godīgi; šo preču zīmi jo īpaši nevar izmantot pret trešo personu, kam ir tiesības izmantot ģeogrāfisku nosaukumu.

3. Šīs regulas noteikumus piemēro [Eiropas Savienības] kopīgām preču zīmēm, ja vien 67. līdz 74. pants nenosaka citādi."

II. Tiesvedības priekšvēsture un apstrīdētie lēmumi

4. No pārsūdzētajiem spriedumiem izrietošās priekšvēstures kopsavilkums ir šāds.

5. 2010. gada 22. oktobrī *Delta Lingerie* saskaņā ar Regulu Nr. 207/2009 ITSB iesniedza Kopienas preču zīmju reģistrācijas pieteikumu.

6. Preču zīmes, kuru reģistrācija tika pieteikta, ir:

– tālāk attēlotais grafiskais apzīmējums, kas ietver vārdisku elementu "darjeeling", kurš rakstīts ar baltām rakstzīmēm un ietverts gaiši zaļas krāsas taisnstūrī:



– tālāk attēlotais grafiskais apzīmējums, kas ietver vārdisku elementu "darjeeling collection de lingerie", kurš rakstīts ar baltām rakstzīmēm un ietverts gaiši zaļas krāsas taisnstūrī:



– tālāk attēlotais grafiskais apzīmējums, kas ietver vārdisku elementu "darjeeling collection de lingerie", kas rakstīts ar melnām rakstzīmēm uz balta fona:



– tālāk attēlotais grafiskais apzīmējums, kas ietver vārdisku elementu "darjeeling", kas rakstīts ar melnām rakstzīmēm uz balta fona:



7. Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 25., 35. un 38. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām [3].

8. 2011. gada 7. janvārī Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetenā] Nr. 4/2011.

3 Šīs preces un pakalpojumi atbilst šādam aprakstam. 25. klase: "sieviešu apakšveļa, kā arī dienas un nakts apakšveļas izstrādājumi, it īpaši elastīgās korsetes, triko, kleitas ar cieši piegulošu augšdaļu, korsetes ar zeķturiem, krūšturi, apakšbikses, īsās apakšbikses, stringbiksītes, krūšturi, šortiņi, bokseršorti, zeķtura elastīgās prievītes, prievītes, taisnas sieviešu blūzes, īsi naktskrekli, zeķbikses, pusgarās zeķes, peldkostīmi; apģērbi, trikotāžas izstrādājumi, apakšveļa, bezpiedurkņu krekli, T-krekli, korsetes, korsāžas, naktskrekli, boa, blūzes, kombinezoni, svīteri, triko, pidžamas, vīriešu naktskrekli, bikses, iekštelpu bikses, šalles, halāti, peldmēteļi, peldkostīmi, peldbikses, apakšsvārki, galvas lakati"; 35. klase: "sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecība; padomi uzņēmējdarbībā attiecībā uz mazumtirdzniecības punktu, mazumtirdzniecības centrāļu un reklāmas izveidi un ekspluatēšanu; tirdzniecības veicināšana (trešo personu interesēs), reklāma, komercdarījumu vadīšana, komerciāla administrēšana, tiešsaistes reklāma datortīklā, reklāmas materiāla izplatīšana (informācijas lapiņas, prospekti, bezmaksas laikraksti, paraugi), avīžu abonēšanas pakalpojumi trešo personu interesēs; darījumu informācijas sniegšana un izpēte; pasākumu, izstāžu rīkošana komerciālos vai reklāmas nolūkos, reklāmas vadība, reklāmas laukumu noma, radio un televīzijas reklāma, veicināšana ar reklāmu"; 38. klase: "telesakari, paziņojumu un attēlu pārraide ar datoru palīdzību, interaktīvās teleapraides pakalpojumi saistībā ar preču prezentāciju, sakari (pārraide), izmantojot datorterminālus, sakari atvērtā vai slēgtā globālajā tīmeklī".

9. 2011. gada 7. aprīlī prasītāja *The Tea Board*, uzņēmums, kas dibināts ar Indijas 1953. gada Likumu Nr. 29 par tēju un kura uzdevums ir pārvaldīt tējas ražošanu, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 41. pantu, iesniedza iebildumus pret pieteikto preču zīmju reģistrāciju attiecībā uz iepriekš 7. punktā minētajām precēm un pakalpojumiem.

10. Iebildumi tika balstīti uz šādām agrākajām preču zīmēm:

– agrāku Eiropas Savienības kolektīvo vārdisko preču zīmi "DARJEELING", kas pieteikta 2005. gada 7. martā un reģistrēta 2006. gada 31. martā ar numuru 4325718;

– agrāku Eiropas Savienības kolektīvo grafisko preču zīmi, kas pieteikta 2009. gada 10. novembrī un reģistrēta 2010. gada 23. aprīlī ar numuru 8674327, un ir attēlota šādi:



11. Abas Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes aptver preces, kas ietilpst 30. klasē un atbilst šādam aprakstam: "tēja".

12. Iebildumu argumentēšanai norādītais pamatojums ir Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. un 5. punktā iekļautais pamatojums.

13. No pārsūdzētajiem spriedumiem izriet, ka *The Tea Board* Apelācijas padomē ir iesniegusi pierādījumus, kas apliecina, ka vārdiskais elements "darjeeling", proti, vārdiskais elements, kurš ir kopīgs konfliktējošajiem apzīmējumiem, ir tāda aizsargāta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde attiecībā uz tēju, kas reģistrēta, pieņemot Komisijas 2011. gada 20. oktobra Īstenošanas regulu (ES) Nr. 1050/2011 par nosaukuma ierakstīšanu Aizsargāto cilmes vietas nosaukumu un aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu reģistrā (Darjeeling (AĢIN))[4], atbilstoši pieteikumam, kas saņemts 2007. gada 12. novembrī. Šī īstenošanas regula ir pieņemta, pamatojoties uz Padomes 2006. gada 20. marta Regulu (EK) Nr. 510/2006 par lauksaimniecības preču un pārtikas preču ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību[5], kas tagad ir aizstāta ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2012. gada 21. novembra Regulu (ES) Nr. 1151/2012 par lauksaimniecības preču un pārtikas preču kvalitātes shēmām[6].

14. Ar četriem lēmumiem, kas pieņemti 2012. gada 31. maijā, 11. jūnijā un 10. jūlijā, Iebildumu nodaļa iebildumus noraidīja. 2012. gada 27. jūlijā un 10. augustā *The Tea Board* par šiem lēmumiem iesniedza apelācijas sūdzības ITSB.

15. Ar apstrīdētajiem lēmumiem ITSB Apelācijas otrā padome noraidīja prasības un apstiprināja Iebildumu nodaļas lēmumus. It īpaši tā secināja, ka, ņemot vērā, ka starp precēm un pakalpojumiem, kas apzīmēti ar konfliktējošajiem apzīmējumiem, nav līdzības, nepastāv sajaukšanas iespēja saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu. Tāpat tā noraidīja apgalvojumu, ka būtu pārkāpts minētās regulas 8. panta 5. punkts, jo ar *The Tea Board* iesniegtajiem pierādījumiem neesot pietiekami, lai konstatētu, ka ir izpildīti šā panta piemērošanas nosacījumi.

III. Pārsūdzētie spriedumi

16. *The Tea Board* Vispārējā tiesā iesniedza četras prasības atcelt četrus apstrīdētos lēmumus.

4 OV 2011, L 276, 5. lpp.

5 OV 2006, L 93, 12. lpp.

6 OV 2012, L 343, 1. lpp.

17. Pamatojot savas prasības, tā izvirzīja divus pamatus. Pirmajā pamatā tā apgalvoja, ka Apelācijas padome ir kļūdaini noraidījusi to, ka pastāv sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta izpratnē, jo ir uzskatījusi, ka preces un pakalpojumi, uz kuriem attiecas konfliktējošie apzīmējumi, ir pilnīgi atšķirīgi. Šī pamata ietvaros *The Tea Board* Apelācijas padomei īpaši pārmeta, ka tā nav ņēmusi vērā aizsardzības apjomu, kāds ir piešķirts kolektīvajām preču zīmēm, uz kurām attiecas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts un kuru pamata funkcija ir nodrošināt, ka attiecīgo preču vai pakalpojumu izcelsmes vieta ir uzņēmums, kurš atrodas norādītajā ģeogrāfiskās izcelsmes zonā, – un šajā gadījumā ir veikusi tādu pašu vērtējumu, kādu tā piemērotu, vērtējot sajaukšanas iespējas pastāvēšanu starp divām individuālām preču zīmēm. Savā otrajā pamatā, kas saistīts ar minētās regulas 8. panta 5. punkta pārkāpumu, *The Tea Board* apgalvoja, ka Apelācijas padome ir kļūdaini uzskatījusi, ka šajā gadījumā neesot bijuši izpildīti šīs tiesību normas piemērošanas kritēriji.

18. Attiecībā uz pirmo pamatu Vispārējā tiesa uzskatīja, ka tas nav pamatots. Būtībā Vispārējā tiesa uzskatīja, ka, tā kā neviena tiesību norma, kas izriet no Regulas Nr. 207/2009 nodaļas, kura attiecas uz Eiropas Savienības kolektīvajām preču zīmēm, neļauj secināt, ka Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju, tostarp to, kuras veido norāde, kas var liecināt par attiecīgo preču un pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, pamata funkcija atšķirtos no Eiropas Savienības individuālo preču zīmju pamata funkcijas, ir uzskatāms, ka šī funkcija, tāpat kā Eiropas Savienības individuālajām preču zīmēm, ir nošķirt apzīmētās preces vai pakalpojumus atkarībā no konkrēta uzņēmuma, no kura tie ir cēlušies, nevis atkarībā no to ģeogrāfiskās izcelsmes. Noraidot dažādos *The Tea Board* izvirzītos pretējos argumentus, Vispārējā tiesa secināja, ka, tā kā iebildumu procesa ietvaros konfliktējošie apzīmējumi ir, no vienas puses, kolektīvas preču zīmes un, no otras puses, individuālas preču zīmes, attiecīgo preču un pakalpojumu salīdzināšana ir jāveic, ņemot vērā tādus pašus kritērijus, kādi ir piemērojami, vērtējot preču un pakalpojumu, uz kuriem attiecas divas individuālas preču zīmes, līdzību vai identiskumu. Piemērojot šos kritērijus, Vispārējā tiesa uzskatīja, ka ir jāapstiprina Apelācijas padomes secinājums, saskaņā ar kuru starp precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas preču zīmju pieteikumi, un preci, uz kuru attiecas agrākās preču zīmes, nepastāv nekāda saikne un vienīgi iespējamība, ka konkrētā sabiedrības daļa varētu uzskatīt, ka šīm precēm un pakalpojumiem ir vienāda ģeogrāfiskā izcelsme, nav pietiekama, lai pierādītu to līdzību vai to identiskumu, ar mērķi piemērot Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu. Visbeidzot, Vispārējā tiesa uzskatīja, ka pat tad, ja runa ir par kolektīvās preču zīmes un individuālās zīmes sajaukšanas iespēju, konfliktējošo apzīmējumu līdzība nevar kompensēt līdzības starp precēm vai pakalpojumiem, kas aptverti ar šiem apzīmējumiem, neesamību.

19. Attiecībā uz otro pamatu Vispārējā tiesa vispirms norādīja, ka starp lietas dalībniekiem nav strīda par to, ka konfliktējošās preču zīmes fonētiski ir identiskas un vizuāli ir ļoti līdzīgas. Pēc tam tā konstatēja, ka Apelācijas padome nav pieņēmusi galīgo lēmumu ne par agrāko preču zīmju reputācijas pastāvēšanu, ne par saiknes starp konfliktējošajiem apzīmējumiem pastāvēšanu no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa, bet tā, veicot savu analīzi, ir balstījusies uz diviem hipotētiskiem pieņēmumiem, pirmkārt, ka esot pierādīta īpaši augstas intensitātes agrāko preču zīmju reputācija un, otrkārt, ka esot iespējams, ka konkrētā sabiedrības daļa varētu veidot saikni starp konfliktējošajiem apzīmējumiem. Attiecībā uz riskiem, kas minēti Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā, Vispārējā tiesa uzskatīja, ka Apelācijas padome pamatoti ir secinājusi, ka nepastāv risks nodarīt kaitējumu agrāku preču zīmju atšķirtspējai, un ka tā ir izslēgusi risku, ka reģistrācijai pieteikto preču zīmju izmantošana varētu apdraudēt agrāko preču zīmju reputāciju. Savukārt attiecībā uz risku, ka ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm varētu tikt netaisnīgi gūts labumus no agrāku preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas, Vispārējā tiesa uzskatīja, ka, tā kā apstrīdētie lēmumi balstās uz hipotētisku pieņēmumu par agrāku preču zīmju izcilo reputāciju, pozitīvās īpašības, uz kurām norāda vārdiskais elements "darjeeling", kas ir kopīgs konfliktējošajiem apzīmējumiem, varētu tikt pārnestas uz noteiktām precēm un pakalpojumiem, uz kuriem attiecas reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, un tādējādi palielināt pēdējo minēto pievilcīgumu. Tāpēc tā secināja, ka ir daļēji jāatceļ apstrīdētie

lēmumi, ciktāl Apelācijas padome ir noraidījusi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanu, attiecībā uz visām 25. klasē ietilpstošajām precēm un 35. klasē ietilpstošajiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem, uz kuriem attiecas reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, izslēdzot iespēju, ka pastāv risks gūt labumu, bez pietiekama iemesla izmantojot šīs preču zīmes.

IV. Apelācijas sūdzības

A. Tiesvedība

20. Ar 2015. gada 14. decembra prasības pieteikumiem *The Tea Board* pret pārsūdzētajiem spriedumiem iesniedza četras apelācijas sūdzības. Saskaņā ar Tiesas priekšsēdētāja 2016. gada 12. februāra lēmumu šīs lietas ir apvienotas gan rakstveida un mutvārdu procesa nolūkos, gan sprieduma taisīšanai.

21. Ar atsevišķu 2016. gada 11. aprīļa dokumentu *Delta Lingerie*, persona, kas iestājusies lietā pirmajā instancē, iesniedza pretapelācijas sūdzību par pārsūdzētajiem spriedumiem. *The Tea Board*, Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (*EUIPO*) un *Delta Lingerie* savus mutvārdu paskaidrojumus sniedza 2017. gada 25. janvāra tiesas sēdē.

B. Lietas dalībnieku prasījumi pamata apelācijas sūdzībā

22. *The Tea Board* katrā lietā lūdz Tiesai daļēji atcelt pārsūdzēto spriedumu, ciktāl Vispārējā tiesa ir noraidījusi prasības attiecībā uz ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm aptvertajiem 35. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, izņemot "sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumiem", un attiecībā uz 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, ja ir nepieciešams, nodot lietu atpakaļ izskatīšanai Vispārējā tiesā un piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

23. *EUIPO* un *Delta Lingerie* katrā lietā lūdz Tiesu noraidīt apelācijas sūdzību un piespriest *The Tea Board* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

C. Lietas dalībnieku prasījumi pretapelācijas sūdzībā

24. *Delta Lingerie* katrā lietā lūdz Tiesu daļēji atcelt pārsūdzētos spriedumus, ciktāl Vispārējā tiesa ir atcēlusi apstrīdētos lēmumus attiecībā uz ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm aptvertajām un 25. klasē ietilpstošajām precēm un attiecībā uz ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm aptvertajiem un 35. klasē ietilpstošajiem "sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumiem", ja ir nepieciešams, nodot lietu atpakaļ izskatīšanai Vispārējā tiesā un piespriest *The Tea Board* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

25. *EUIPO* un *The Tea Board* katrā lietā lūdz Tiesu noraidīt pretapelācijas sūdzību un piespriest *Delta Lingerie* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

V. Analīze

A. Pamata apelācijas sūdzības

26. Pamatojot katru no savām apelācijas sūdzībām, *The Tea Board* izvirza divus pamatus – pirmo saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu un otro saistībā ar tās pašas regulas 8. panta 5. punkta pārkāpumu.

1. Par pirmo pamatu saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu

27. Katras no *The Tea Board* iesniegtajām apelācijas sūdzībām pirmajam pamatam ir trīs daļas. Pirmā daļa ir saistīta ar kļūdaini noteiktu kolektīvo preču zīmju, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, pamata funkciju. Otrā daļa ir saistīta ar kļūdu attiecībā uz kritērijiem, kas jāpiemēro, lai novērtētu preču un pakalpojumu līdzību gadījumā, ja rodas konflikts starp šādu kolektīvo preču zīmi un apzīmējumu, saistībā ar kuru ir iesniegts individuālas preču zīmes reģistrācijas pieteikums. Visbeidzot, trešajā daļā *The Tea Board* apgalvo, ka Vispārējā tiesa ir kļūdaini noteikusi sajaukšanas iespējas būtību gadījumā, ja pastāv šāds konflikts.

28. Vispirms es izskatīšu pirmo no iepriekš uzskaitītajām daļām, pēc tam, loģiskā secībā, trešo – par sajaukšanas iespējas būtību un, visbeidzot, otro.

a) Par pirmā pamata pirmo daļu – kļūdainu kolektīvo preču zīmju, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, pamata funkcijas noteikšanu

29. Apelācijas sūdzības pirmā pamata pirmajā daļā *The Tea Board* apgalvo, ka Vispārējā tiesa, secinot, ka kolektīvās preču zīmes pamata funkcija Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta izpratnē, proti, norāde, kas kalpo, lai apzīmētu attiecīgo preču ģeogrāfisko izcelsmi, neatšķiroties no kolektīvās preču zīmes pamata funkcijas šīs regulas 66. panta 1. punkta izpratnē un ka tādējādi abos gadījumos preču zīmju funkcija esot būt par komerciālās izcelsmes norādi, ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā un/vai sagrozījusi izskatāmās lietas faktus.

30. *The Tea Board*, pamatojot šo daļu, izvirza četrus argumentus.

31. Pirmkārt, tā balstās uz konstatējumu, ka Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā ir ietverts izņēmums attiecībā pret absolūtu atteikuma pamatu, kas minēts šīs pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā, tomēr nepaskaidrojot, kā šāds konstatējums varētu pamatot tās apgalvojumu, ka kolektīvo preču zīmju pamata funkcija, kas minēta pirmajā no šīm tiesību normām, atšķiras no citu kolektīvo preču zīmju pamata funkcijas.

32. Lai gan pirmais arguments ir nebūtisks, tomēr, lai labāk varētu noteikt šīs regulas 66. panta 2. punktā paredzētā izņēmuma atbilstību, ir rūpīgāk jāpēta saistība starp abām iepriekš minētajām Regulas Nr. 207/2009 tiesību normām.

33. Šajā ziņā es atgādinu, kā ir precizējusi Tiesa, ka katrs Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punktā uzskaitītais atteikuma pamats ir neatkarīgs no citiem [7] un ka vispārējās intereses, kas jāņem vērā, vērtējot katru no atteikuma pamatiem, var atspoguļot un tām pat ir jāatspoguļo dažādi apsvērumi atkarībā no attiecīgā atteikuma pamata [8].

7 Skat. it īpaši spriedumu, 2004. gada 21. oktobris, ITSB/*Erpo Möbelwerk* (C-64/02 P, EU:C:2004:645, 39. punkts).

8 Skat. it īpaši spriedumu, 2004. gada 29. aprīlis, *Henkel*/ITSB (C-456/01 P un C-457/01 P, EU:C:2004:258, 45. un 46. punkts).

34. Paužot viedokli par Pirmās direktīvas 89/104/EEK 3. panta 1. punkta c) apakšpunktu [9], kura saturs, ciktāl mūs tas interesē, ir tāds pats kā Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam, Tiesa ir precizējusi, ka šai tiesību normai "ir vispārēju interešu mērķis, atbilstoši kuram visiem jābūt iespējai brīvi izmantot norādes vai apzīmējumus, kas apraksta reģistrācijai pieteikto preču vai pakalpojumu īpašības, tostarp kā kolektīvas preču zīmes vai kombinētas vai grafiskas preču zīmes", neļaujot "šādus apzīmējumus vai norādes rezervēt vienam uzņēmumam, jo tās ir reģistrētas kā preču zīmes" [10]. 1999. gada 4. maija spriedumā *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 26. punkts), it īpaši attiecībā uz apzīmējumiem vai norādēm, kas varētu tikt lietoti, lai apzīmētu preču, par kuru preču zīmes reģistrēšanu ir iesniegts pieteikums, ģeogrāfisko izcelsmi, īpaši ģeogrāfiskiem nosaukumiem, Tiesa ir precizējusi, ka "pastāv vispārēja interese saglabāt to pieejamību, jo tās ne tikai var norādīt uz attiecīgo preču kategoriju kvalitāti un citām īpašībām, bet arī daudzveidīgi ietekmēt to, kam patērētāji dod priekšroku, piemēram, asociējot noteiktas preces ar vietu, kura tiem varētu izraisīt pozitīvas sajūtas".

35. Tātad Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā ietvertajam absolūtajam atteikuma pamatam galvenokārt ir "pretmonopola" mērķis, it īpaši, ja tas attiecas uz norādēm, kas varētu tikt lietotas, lai apzīmētu attiecīgo preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, un kuras attiecīgā sabiedrības daļa uztver kā tādas, kas apzīmē to izcelsmi [11].

36. No šāda mērķa var secināt, ka atkāpes no šīs tiesību normas un no absolūtā atteikuma pamata, kas tajā minēts, kā noteikts Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, pastāvēšanas iemesls ir saistīts ar attiecīgo kolektīvo preču zīmju būtību, kas izslēdz iespēju, ka viens uzņēmums varētu monopolizēt apzīmējumu un norāžu, kas veido šīs preču zīmes, izmantošanu pretēji vispārējām interesēm brīvi izmantot šādus apzīmējumus un norādes [12].

37. Pretēji tam, ko apgalvo *The Tea Board*, ne no šī pastāvēšanas iemesla, ne plašākā nozīmē no saistības starp Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktu un tās pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu nevar tikt secināts neviens arguments par labu apgalvojumam, saskaņā ar kuru kolektīvo preču zīmju, kuras ir uzskatāmas par ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, pamata funkcija atšķiroties no citu kolektīvo preču zīmju pamata funkcijas.

38. Otrkārt, *The Tea Board* apgalvo, ka kolektīvās preču zīmes, kas aizsargā ģeogrāfiskās izcelsmes norādi, pamata funkcija esot nodrošināt preču un/vai pakalpojumu, uz kuriem tā attiecas, ģeogrāfisko izcelsmi, nevis komerciālo izcelsmi. Šāda preču zīme varētu tikt izmantota, tikai lai nodrošinātu preču vai pakalpojumu, kas tiek pārdoti vai piedāvāti ar kolektīvo preču zīmi, "kolektīvo izcelsmi", proti, ka šo preču vai šo pakalpojumu izcelsme ir no uzņēmuma, kas atrodas attiecīgajā ģeogrāfiskajā reģionā, tomēr nenorādot, no kura konkrētā uzņēmuma tie ir cēlušies.

9 Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmā direktīva, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.).

10 Skat. spriedumus, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 25. punkts); 2003. gada 8. aprīlis, *Linde* u.c. (no C-53/01 līdz C-55/01, EU:C:2003:206, 73. punkts), kā arī 2012. gada 15. marts, *Strigl* un *Securvita* (C-90/11 un C-91/11, EU:C:2012:147, 31. punkts). Attiecībā uz Padomes 1993. gada 20. decembra Regulas (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.), kura pastāvēja pirms Regulas Nr. 207/2009, 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu skat. 2011. gada 10. marta spriedumu *Agencja Wydawnicza Technopol*/ITSB (C-51/10 P, EU:C:2011:139, 37. punkts).

11 Šis mērķis atšķiras no tā, kāds ir Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētajam atteikuma pamatam, ar kuru no reģistrācijas ir paredzēts izslēgt apzīmējumus, kuriem nav atšķirtspējas un kuri tādēļ nevarētu pildīt preču zīmes pamata funkciju norādīt uz apzīmētās preces vai pakalpojuma komerciālo izcelsmi, tādējādi atteikuma absolūtā pamata pamatā esošās vispārējās intereses jaucot, izmantojot Tiesas izmantoto apzīmējumu, ar minēto preču zīmes pamata funkciju. Šajā ziņā skat. spriedumus, 2004. gada 16. septembris, *SAT.1*/ITSB (C-329/02 P, EU:C:2004:532, 27. punkts), un 2005. gada 15. septembris, *BioID*/ITSB (C-37/03 P, EU:C:2005:547, 60. punkts). Savukārt pretējā nozīmē skat. spriedumu, 2001. gada 20. septembris, *Procter & Gamble*/ITSB (C-383/99 P, EU:C:2001:461, 37. punkts), kurš saistībā ar šo aspektu ir palicis savrups.

12 Šajā ziņā arī tika pasludināts Tiesas 1999. gada 4. maija spriedums *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 27. punkts), kur tā ir uzsvērusi, ka vispārējas intereses, kas ir Pirmās direktīvas 89/104 3. panta 1. punkta c) apakšpunkta pamatā, "pierādot iespēja, kas minēta direktīvas 15. panta 2. punktā, dalībvalstīm, atkāpjoties no 3. panta 1. punkta c) apakšpunkta, paredzēt, ka apzīmējumi vai norādes, kas varētu kalpot kā tādas, kas apzīmē preču ģeogrāfisko izcelsmi, varētu būt uzskatāmas par kolektīvām preču zīmēm". Skat. arī spriedumu, 2016. gada 20. jūlijs, *Internet Consulting/EUIPO – Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige* ("SUEDTIROL") (T-11/15, EU:T:2016:422, 55. punkts).

39. Šo argumentu vismaz daļēji, manuprāt, ir radījusi neskaidrība par atšķirtspējas funkciju, kāda ir individuālai preču zīmei un kolektīvai preču zīmei. Šī funkcija katrā no gadījumiem īstenojas atšķirīgi. Tādējādi individuālai preču zīmei ir jābūt tādai, kas ļauj nošķirt kāda konkrēta uzņēmuma preces vai pakalpojumus, savukārt kolektīvas preču zīmes mērķis ir nošķirt preces vai pakalpojumus, kurus nodrošina apvienības, kura ir tās īpašniece, locekļi. Citiem vārdiem sakot, kolektīva preču zīme nekad neļauj identificēt individuāla uzņēmuma preces vai pakalpojumus, bet nošķir tos atkarībā no to kolektīvās izcelsmes. Tas skaidri izriet no paša Regulas Nr. 207/2009 66. panta 1. punkta formulējuma.

40. Tomēr *The Tea Board* apgalvo, ka kolektīva preču zīme Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta izpratnē pēc savas būtības nespēj izpildīt pat šādu atšķirtspējas funkciju. Pamatojot savu nostāju, tā, no vienas puses, atsaucas uz minētās regulas 67. panta 2. punktu, kurā ir paredzēts, ka tādas preču zīmes, ko veido ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, izmantošanas noteikumiem, kas sniegti atbilstoši šā panta 1. punktam [13], ir jāļauj ikvienai personai, kuras preču vai pakalpojumu izcelsme ir no attiecīgās ģeogrāfiskās zonas, kļūt par apvienības, kuras īpašumā ir preču zīme, locekli, un, no otras puses, uz 2011. gada 29. marta sprieduma *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189) 147. punktu.

41. Es atzīstu, ka nesaprotu, kā Regulas Nr. 207/2009 67. panta 2. punkts varētu pierādīt kolektīvo preču zīmju iespējamo nepiemērotību tikt uzskatītām par ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, kas atšķirtu preces un pakalpojumus, ko nodrošina organizācijas, kurai pieder šī preču zīme, dalībnieki, no tiem, kam nav tāda pati kolektīvā izcelsme. Patiesībā šī tiesību norma ir paredzēta, lai nodrošinātu, ka ikviens uzņēmums, kuram ir tiesības attiecīgo ģeogrāfiskās izcelsmes norādi izmantot saistībā ar precēm vai pakalpojumiem, uz kuriem attiecas kolektīvā preču zīme, var iegūt tiesības lietot šo preču zīmi, pievienojoties apvienībai, kurai tā pieder, un tādējādi izvairīties no minētās norādes (kad to izmanto kā preču zīmi) monopolizācijas par labu slēgtai uzņēmumu grupai.

42. Attiecībā uz *The Tea Board* atsauci uz 147. punktu 2011. gada 29. marta spriedumā *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189) es norādu, ka minētajā punktā Tiesa ir paudusi viedokli par aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes (saskaņā ar valsts un starptautiskajām tiesību normām), nevis kolektīvās preču zīmes, kuru veido ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, pamata funkciju. Proti, kā šajos secinājumos būs paskaidrots turpmāk, šo divu apzīmējumu funkcija, kā arī aizsardzības apjoms atšķiras. Turklāt tas izriet no tā paša 2011. gada 29. marta sprieduma *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189), kur Tiesa ir precizējusi, ka apzīmējumam, kas minēts Regulas Nr. 207/2009 8. panta 4. punktā, lai to izvirzītu pret Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, obligāti ir jābūt izmantotam "kā preču zīmei" un tātad ir jānorāda uz attiecīgo preču komerciālo izcelsmi un ka šāda apzīmējuma kā ģeogrāfiskās izcelsmes norādes izmantošana, proti, lai nodrošinātu šo preču ģeogrāfisko izcelsmi, neesot atļauta [14].

43. Raugoties vispārīgāk, pret *The Tea Board* apgalvojumu liecina gan Regulas Nr. 207/2009 66. panta 1. punkta formulējums un tā sasaiste ar tā paša panta 2. punktu, gan Eiropas Savienības preču zīmju sistēma kopumā.

44. Pirmkārt, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 66. panta 1. punktu Eiropas Savienības kolektīvas preču zīmes var būt vienīgi apzīmējumi, "kas ļauj atšķirt tās apvienības locekļu, kuri ir šīs preču zīmes īpašnieki, preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem". Savukārt šī panta 2. punktā ir paredzēts, ka apzīmējumi vai norādes, kuras var tikt izmantotas, lai norādītu preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, atkāpjoties no tās pašas regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, var kļūt par kolektīvām preču zīmēm "1. panta izpratnē". Tādējādi kolektīvās preču zīmes, kas

13 Regulas Nr. 207/2009 67. panta 1. punktā ir paredzēts, ka kolektīvas preču zīmes pieteikuma iesniedzējam ir jāiesniedz preču zīmes izmantošanas nosacījumi, kuros jānorāda "personas, kurām ir atļauts lietot preču zīmi, pievienošanās apvienībai nosacījumi, kā arī, ciktāl tādi pastāv, preču zīmes izmantošanas nosacījumi, ieskaitot sankcijas".

14 Skat. 147.–150. punktu 2011. gada 29. marta spriedumā *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189).

paredzētas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, ir tikai Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju kategorija, kā ir definēts šā panta 1. punktā. Ja piekristu *The Tea Board* apgalvojumam, tas nozīmētu neņemt vērā saikni, ko Savienības likumdevējs ir paredzējis izveidot starp apzīmējumiem, kas paredzēti abās iepriekš minētajās tiesību normās.

45. Otrkārt, saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 66. panta 3. punktu šīs regulas tiesību normas, izņemot gadījumus, kad ir noteikts citādi, ir piemērojamas Eiropas Savienības kolektīvajām preču zīmēm [15]. Saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 4. pantu apzīmējums var būt Eiropas Savienības preču zīme vienīgi ar nosacījumu, ka "[tas] ir atšķiram[s] starp dažādu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem". Šī atšķirtspējas funkcija ir jāsaprot kā tāda, kas attiecas uz ar preču zīmi aptverto preču un pakalpojumu komerciālo izcelsmi. Atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai preču zīmes pamata funkcija ir "patērētājam vai gala lietotājam garantēt marķētā preces vai pakalpojuma izcelsmes identitāti, ļaujot tam nepārprotami atšķirt šīs preces vai pakalpojumus no tiem, kam ir cita izcelsme" [16]. Nevienā no Regulas Nr. 207/2009 tiesību normām, kas attiecas uz kolektīvajām preču zīmēm, nav apšaubīta šī izcelsmes funkcija, kas, pēc Tiesas domām, veido preču zīmei piešķirtās aizsardzības mērķi [17]. Tieši otrādi – Regulas Nr. 207/2009 66. panta 1. punktā ir apstiprināts, ka kolektīvās preču zīmes pilda to pašu funkciju, precizējot, ka attiecībā uz šiem apzīmējumiem šīs funkcijas mērķis ir ļaut sasaistīt apzīmētās preces vai pakalpojumus ar apvienību, kas ir preču zīmes īpašniece.

46. Protams, kolektīvās preču zīmes var pildīt arī citas funkcijas. Tādējādi, pilnībā nepārklājoties ar sertifikācijas zīmēm [18], tās var apliecināt īpašu preču vai pakalpojumu, kurus tās apzīmē, raksturīgās īpašības vai kvalitāti [19]. Konkrētāk, kolektīvās preču zīmes, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, sniedz patērētājam norādi par preču un pakalpojumu, kurus tās apzīmē, ģeogrāfisko izcelsmi un var pildīt arī kvalitātes, kas saistītas ar teritoriju vai noteiktu vietējo ražošanas tradīciju, aprakstošu funkciju vai kopumā aprakstīt pozitīvās īpašības, kādas tiek piedēvētas ģeogrāfiskajai zonai, ar kuru tā ir saistīta [20]. Taču tas neizslēdz, ka kolektīvo preču zīmju, gan to, kas minētas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 1. punktā, gan to, kas minētas tās 66. panta 2. punktā, pamata funkcija, tāpat kā jebkurai preču zīmei, uz ko attiecas šī regula [21], būtu atšķirt tās īpašnieka preces un pakalpojumus no tiem, kuriem ir cita izcelsme. Kā esmu jau uzsvēris saistībā ar kolektīvajām preču zīmēm, šī atšķirtspējas funkcija tiek īstenota, identificējot apvienību, kas ir preču zīmes īpašniece, informējot patērētāju par šīs apvienības locekļu preču un pakalpojumu, uz kuriem attiecas preču zīme, kopējo izcelsmi.

15 Sākot no 2017. gada 1. oktobra ar Regulu 2015/2424 ir pārformulēts Regulas Nr. 207/2009 66. panta 3. punkts, būtībā negrozot tā saturu.

16 Skat. spriedumu, 1998. gada 29. septembris, *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 28. punkts).

17 Skat. it īpaši spriedumu, 1998. gada 29. septembris, *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 27. punkts).

18 Ar Regulu 2015/2424 Regulā Nr. 207/2009 ir ieviesti 74.a līdz 74.k pants, kuri stāsies spēkā 2017. gada 1. oktobrī un ar kuriem tiks reglamentētas Eiropas Savienības sertifikācijas zīmes. Šīs preču zīmes dod iespēju sertifikācijas iestādēm un organizācijām sertifikācijas sistēmas dalībniekiem atļaut preču zīmi izmantot kā apzīmējumu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kuri atbilst sertifikācijas kritērijiem. 74.a pantā ir precizēts, ka sertifikācija nevar attiekties uz attiecīgo preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi.

19 Šajā ziņā Regulas Nr. 207/2009 67. pantā ir paredzēts, ka, ja preču zīmes izmantošana ir pakļauta nosacījumiem, kas var attiekties, piemēram, uz noteiktu kvalitātes standartu ievērošanu vai noteiktas ražošanas metodes izmantošanu, tam ir jābūt norādītam preču zīmes izmantošanas noteikumos. Turklāt kolektīvās preču zīmes īpašniekam saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 73. pantu ir jāveic piemēroti pasākumi, lai novērstu preču zīmes izmantošanu tādā veidā, kas nav savienojams ar izmantošanas nosacījumiem, kuri noteikti izmantošanas noteikumos, citādi tas var zaudēt savas tiesības.

20 Šajā ziņā skat. spriedumu, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 26. punkts).

21 Taču Regulas Nr. 207/2009 74.a pantā, kas ieviests saskaņā ar Regulu 2015/2424, sertifikācijas zīmes funkcija ir aprakstīta citādi. Saskaņā ar šo tiesību normu šīm preču zīmēm ir jābūt tādām, kas "sniedz iespēju nošķirt preces vai pakalpojumus, ko zīmes īpašnieks ir sertificējis attiecībā uz materiālu, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas veidu, kvalitāti, precizitāti vai citu īpašību, izņemot ģeogrāfisko izcelsmi, no tādām precēm un pakalpojumiem, kas nav šādi sertificēti". Proti, šo preču zīmju atšķirtspējas funkcija neattiecas uz preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi, bet gan uz to sertificēšanu.

47. Treškārt un visbeidzot, *The Tea Board* apgalvo, ka Regula Nr. 207/2009 ir jāinterpretē, ņemot vērā Regulu Nr. 1151/2012 un Līgumu par intelektuālā īpašuma tiesību komercaspektiem [22]. Ar šiem diviem tiesību aktiem ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm ir atzīta funkcija identificēt preces izcelsmi no noteiktas teritorijas, ja, kā tas ir kolektīvās preču zīmes "Darjeeling" gadījumā, attiecīgās preces kvalitāte, reputācija vai cita raksturīga īpašība var tikt attiecināta galvenokārt uz šo ģeogrāfisko izcelsmi, un šīm norādēm ir piešķirta augstāka līmeņa aizsardzība [23].

48. Vispirms ir jāatgādina, ka 2011. gadā, piemērojot Regulu Nr. 510/2006, nosaukums "Darjeeling" tika reģistrēts kā aizsargāta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde. Šī nosaukuma reģistrācijas pieteikums Eiropas Komisijai tika iesniegts 2007. gada 12. novembrī, proti, pirms *Delta Lingerie* bija iesniegusi savu preču zīmes reģistrācijas pieteikumu.

49. Laikā, kad *The Tea Board* iesniedza savus iebildumus, Regula 2015/2424 [24], ar kuru Regulas Nr. 207/2009 8. pants tika papildināts ar 4.a punktu, kurā ir atļauts iesniegt iebildumus, pamatojoties uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reģistrācijas pieteikumu, kas iesniegts pirms preču zīmes reģistrācijas pieteikuma, piemērojot Savienības tiesības vai valsts tiesības, un kam seko reģistrācija, vēl nebija pieņemta [25].

50. Turklāt, lai gan saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta k) apakšpunktu ITSB ir jāievēro aizliegums reģistrēt preču zīmes, kas minēts Regulas Nr. 510/2006 14. panta 1. punktā [26], šis aizliegums attiecas vienīgi uz reģistrācijas pieteikumiem saistībā ar to pašu preču klasi, uz kuru attiecas ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

51. No tā izriet, ka izskatāmajā lietā *The Tea Board* nav bijusi iespēja ITSB balstīties uz nosaukuma "Darjeeling" kā aizsargātas ģeogrāfiskās norādes reģistrāciju, lai iebilstu pret *Delta Lingerie* iesniegtajiem preču zīmju reģistrācijas pieteikumiem, turklāt neraugoties uz faktu, ka šī nosaukuma reģistrācijas pieteikums ir iesniegts pirms preču zīmes reģistrācijas pieteikumiem.

52. Tā kā ir izdarīts šis precizējums, es uzskatu, ka arī *The Tea Board* iepriekš 47. punktā norādītais arguments nav atbalstāms.

53. Aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes un kolektīvās preču zīmes, ko veido ģeogrāfiskās izcelsmes norādes, ir pakļautas režīmiem, kuri, neraugoties uz to, ka tiem ir daži kopīgi elementi, piemēram, reģistrēšanas pienākums un noteikumi, kuros ir definēta apzīmējuma izmantošanas kārtība, ir ļoti atšķirīgi. Starp būtiskākajām atšķirībām ir aizsargāto apzīmējumu veids [27], preces, kuras var būt aptvertas ar apzīmējumiem [28], stingrās prasības attiecībā uz saikni starp precēm un teritoriju, kurām

22 Līgums, kurš atrodams Marakešas līguma par Pasaules Tirdzniecības organizācijas izveidošanu, kas Eiropas Kopienas vārdā apstiprināts ar 1994. gada 22. decembra Lēmumu 94/800/EK par daudzpusējo sarunu Urugvajas kārtā (no 1986. gada līdz 1994. gadam) panākto nolīgumu slēgšanu Eiropas Kopienas vārdā jautājumos, kas ir tās kompetencē (OV 1994, L 336, 1. lpp.) (turpmāk tekstā – "TRIPS līgums"), 1.C pielikumā.

23 *The Tea Board* atsaucas it īpaši uz Regulas Nr. 1151/2012 13. panta a)–d) punktu un TRIPS līguma 22. pantu. Šajās tiesību normās ir paredzēta aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzība pret piesavināšanos, imitēšanu un to attiecināšanu uz precēm, kā arī pakalpojumiem.

24 Eiropas Parlamenta un Padomes 2015. gada 16. decembra Regula (ES), ar ko groza Regulu Nr. 207/2009 (OV 2015, L 341, 21. lpp.).

25 Šis grozījums stājās spēkā 2016. gada 23. martā. Turklāt iebildumu iesniegšanas dienā nosaukums "Darjeeling" vēl nebija reģistrēts kā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

26 Šajā tiesību normā, kuras saturs būtībā atbilst Regulas Nr. 1151/2012 14. panta 1. punkta pašreizējam saturam, ir paredzēts, ka tad, ja ģeogrāfiskās izcelsmes norāde ir reģistrēta saskaņā ar šo regulu, tādas preču zīmes, ar kuras izmantošanu tiek pārkāpts šīs regulas 13. panta 1. punkts un kas attiecas uz tāda paša tipa precēm, reģistrēšana tiek atteikta, ja pieteikums par preču zīmes reģistrēšanu tiek iesniegts vēlāk par datumu, kurā Komisijai ir iesniegts ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reģistrēšanas pieteikums.

27 Saskaņā ar Regulas Nr. 1151/2012 5. panta 2. punktu vienīgi nosaukumi (bet ne viss apzīmējums, kurš varētu tikt attēlots grafiski) var tikt reģistrēti kā ģeogrāfiskās izcelsmes norādes.

28 Ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzība ir paredzēta vienīgi lauksaimniecības produktiem un pārtikas produktiem saskaņā ar Regulu Nr. 1151/2012, vīniem saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2013. gada 17. decembra Regulu (ES) Nr. 1308/2013, ar ko izveido lauksaimniecības produktu tirgu kopīgu organizāciju un atceļ Padomes Regulas (EEK) Nr. 922/72, (EEK) Nr. 234/79, (EK) Nr. 1037/2001 un (EK) Nr. 1234/2007 (OV 2013, L 347, 671. lpp.), un stiprajiem alkoholiskajiem dzērieniem saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 15. janvāra Regulu (EK) Nr. 110/2008 par stipro alkoholisko dzērienu definīciju, aprakstu, noformējumu, marķējumu un ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību un ar ko atceļ Padomes Regulu (EEK) Nr. 1576/89 (OV 2008, L 39, 16. lpp.).

pakļauta ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu reģistrācija [29], noteikumi par vispārējā rakstura iegūšanu, reģistrācijas atjaunošanu un atcelšanu faktiskas neizmantošanas dēļ – kas paredzēti vienīgi preču zīmēm –, kā arī aizsardzības apjoms, jo aizsargātām ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm aizsardzība ir ievērojami plašāka. Kolektīvās preču zīmes, ko veido ģeogrāfiskās izcelsmes norādes un aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes ir atšķirīgi apzīmējumi, kas paredzēti dažādiem mērķiem un kuriem ir atšķirīgs regulējums.

54. Tādēļ *The Tea Board* nevar balstīties uz regulējumu, kas attiecas uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm, lai argumentētu savu apgalvojumu, saskaņā ar kuru kolektīvo preču zīmju, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, pamata funkcija atšķiroties no kolektīvo preču zīmju pamata funkcijas šī panta 1. punkta izpratnē un tā līdzinoties aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu pamata funkcijai.

55. Saistībā ar *The Tea Board* atsauci uz 2004. gada 16. novembra spriedumu *Anheuser-Busch* (C-245/02, EU:C:2004:717, 42. un 55. punkts) un 2007. gada 14. jūnija spriedumu *Häupl* (C-246/05, EU:C:2007:340, 48. punkts) ir jānorāda, ka šajos divos spriedumos Tiesa Eiropas Savienības preču zīmju tiesību jēdzienus ir interpretējusi, ņemot vērā atbilstīgos jēdzienus TRIPS līgumā. Izskatāmajā lietā *The Tea Board* savukārt apgalvo, ka Regulas Nr. 207/2009 tiesību normas esot interpretētas, pamatojoties uz TRIPS līguma tiesību normām attiecībā uz apzīmējumiem, kas nav preču zīmes.

56. Pamatojoties uz iepriekš minēto apsvērumu kopumu, es uzskatu, ka *The Tea Board* apelācijas sūdzības pirmā pamata pirmā daļa ir jānoraida kā nepamatota.

b) Par pirmā pamata trešo daļu – sajaukšanas iespējas būtības kļūdainu vērtējumu gadījumā, ja pastāv konflikts starp agrāku kolektīvo preču zīmi, kuru veido ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, un apzīmējumu, par kuru ir iesniegts individuālas preču zīmes reģistrācijas pieteikums

57. *The Tea Board* uzskata, ka Vispārējā tiesa, pārsūdzētajos spriedumos secinot, ka, ja pastāv kolektīvā preču zīme Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta izpratnē, attiecīgo preču vai pakalpojumu reālā vai potenciālā izcelsme nevar tikt ņemta vērā, veicot visaptverošu sajaukšanas iespējas vērtējumu saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, un ka faktam, ka sabiedrība varētu vai nevarētu domāt, ka attiecīgajām precēm vai izejvielām, kas tiek izmantotas to ražošanai, vai pakalpojumiem, kas ir aptverti ar attiecīgajām preču zīmēm, varētu būt tāda pati ģeogrāfiskā izcelsme, nav nozīmes, ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā un/vai ir sagrozījusi lietas faktus.

58. Šajā ziņā es atgādinu, ka Tiesa Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē "sajaukšanas iespējas" jēdzienu ir interpretējusi atbilstoši preču zīmei piedēvētajai atšķirtspējas funkcijai. Tādējādi saskaņā ar pastāvīgo judikatūru šāda sajaukšanas iespēja pastāv, ja sabiedrība var pārprast attiecīgo preču vai pakalpojumu izcelsmi [30].

29 Saskaņā ar Regulas Nr. 1151/2012 5. pantu ģeogrāfiskās izcelsmes norādes attiecībā uz lauksaimniecības produktiem un pārtikas produktiem identificē produktu kā tādu, kura izcelsmes vieta ir konkrēta vieta, reģions vai valsts, kura noteiktu kvalitāti, reputāciju vai citu īpašību var saistīt galvenokārt ar tā ģeogrāfisko izcelsmi un kura vismaz viens ražošanas posms notiek definētajā ģeogrāfiskajā apgabalā. Kolektīvajām preču zīmēm, kas paredzētas Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, nav piemērojamas šādas prasības.

30 Attiecībā uz Pirmās direktīvas 89/104 4. panta 1. punkta b) apakšpunktu skat. spriedumu, 1998. gada 29. septembris, *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 26. punkts).

59. Proti, šajā jēdzienā neietilpst iespēja, ka patērētājs varētu tikt maldināts saistībā ar citiem aspektiem, izņemot attiecīgo preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi, tostarp to ģeogrāfisko izcelsmi. 1998. gada 29. septembra spriedumā *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 29. punkts) Tiesa šajā ziņā ir precizējusi, ka, "lai izslēgtu šādas sajaukšanas iespējas pastāvēšanu, nepietiek vien ar to, ka tiek pierādīts, ka nepastāv iespēja maldināt sabiedrību attiecībā uz attiecīgo preču ražošanas vai pakalpojumu [sniegšanas] vietu" [31].

60. Ar *The Tea Board* apgalvojumu būtībā Tiesai tiek lūgts no jauna interpretēt "sajaukšanas iespējas" jēdzienu gadījumā, ja pastāv konflikts starp individuālu preču zīmi un kolektīvo preču zīmi, kas paredzēta Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, ņemot vērā atšķirīgo funkciju, kas tiktu piedēvēta šai pēdējai minētajai preču zīmei, norādīt uz preču un pakalpojumu, kurus tā apzīmē, ģeogrāfisko izcelsmi. Tā kā kolektīvās preču zīmes, uz kurām attiecas šī tiesību norma, pilda tādu pašu atšķirtspējas funkciju kā kolektīvās preču zīmes, kas paredzētas tā paša panta 1. punktā, šāda atkārtota interpretēšana katrā ziņā nebūtu pamatota.

61. Turklāt es norādu, ka, tā kā ITSB pret pieteikto preču zīmju reģistrēšanu nav izvirzījis absolūtus atteikuma pamatus, noteikti ir jāuzskata, ka vārds "Darjeeling", vienīgais elements, kas veido šīs preču zīmes, nevar būt uzskatāms par norādi, kas tirdzniecībā varētu tikt izmantota, lai apzīmētu attiecīgo preču un pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē [32]. Arī pati Vispārējā tiesa pārsūdzēto spriedumu 111. punktā ir konstatējusi, ka *The Tea Board* nav sniegusi nevienu elementu, kas varētu pierādīt, ka attiecīgais ģeogrāfiskais nosaukums ieinteresēto personu vidū varētu radīt saikni ar precēm vai pakalpojumiem, uz kuriem attiecas reģistrācijai pieteiktā preču zīme, vai ka minēto nosaukumu ieinteresētie uzņēmumi varētu izmantot kā norādi par to ģeogrāfisko izcelsmi.

62. No tā izriet, ka, pat pieņemot, ka būtu jāizmanto *The Tea Board* paredzētā sajaukšanas iespējas interpretācija, reģistrācijai pieteiktās preču zīmes katrā ziņā nav tādas, kas varētu maldināt patērētāju par preču vai pakalpojumu, kurus tās apzīmē, ģeogrāfisko izcelsmi, jo vārdu "darjeeling" reģistrācijai pieteiktajās preču zīmēs šo preču un pakalpojumu patērētāji neuztvertu kā ģeogrāfiskās izcelsmes norādi.

63. Šādos apstākļos *The Tea Board* patiesībā lūdz, lai tai, pamatojoties uz tās kolektīvo preču zīmi, tiktu atzītas tiesības saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu iebilst pret reģistrācijai pieteiktās preču zīmes reģistrāciju arī tad, ja nepastāv nekāda sajaukšanas iespēja, bet tas būtu pretrunā šīs tiesību normas skaidrajam formulējumam.

64. Izklāstīto iemeslu dēļ es uzskatu, ka apelācijas sūdzības pirmā pamata trešā daļa ir jānoraida kā nepamatota.

c) Par pirmā pamata otro daļu – kļūdu attiecībā uz piemērojamajiem kritērijiem, lai novērtētu preču un pakalpojumu līdzību gadījumā, ja rodas konflikts starp agrāku kolektīvo preču zīmi, ko veido ģeogrāfiskās izcelsmes norāde, un apzīmējumu, kas ir individuālas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma priekšmets

65. Apelācijas sūdzības pirmā pamata otrā daļa ir saistīta ar kļūdu tiesību piemērošanā un/vai faktu sagrozīšanu lietā, ko Vispārējā tiesa esot pieļāvusi, secinot, ka, ja pastāv kolektīvā preču zīme Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta izpratnē, attiecīgo preču vai pakalpojumu reālā vai potenciālā izcelsme nevar tikt ņemta vērā, ja šīs preces un pakalpojumi tiek salīdzināti minētās regulas 8. panta

31 Saistībā ar apsvērumu, kas nav saistīti ar attiecīgās preces komerciālo izcelsmi, atbilstības trūkumu, vērtējot sajaukšanas iespējas pastāvēšanu, skat. 2006. gada 5. aprīļa spriedumu *Madaus*/ITSB – *Optima Healthcare* ("ECHINAID") (T-202/04, EU:T:2006:106, 31. punkts).

32 Turklāt, ja ITSB būtu uzskatījis, ka vārds "Darjeeling" preču zīmēs, par kurām iesniegts pieteikums, ir bijis izmantots, lai identificētu attiecīgo preču un pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, šo preču zīmju reģistrācija būtu jāatsaka, jo tās būtu maldinošas saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta g) apakšpunktu.

1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas nolūkos, un ka šis salīdzinājums drīzāk ir jāveic atbilstoši tādiem pašiem kritērijiem, kādi tiek piemēroti, vērtējot preču un pakalpojumu, kas aptverti ar individuālām preču zīmēm, līdzību vai identiskumu. Izskatāmajā lietā, lai varētu novērtēt preču, kas aptvertas ar agrākām preču zīmēm, un preču un pakalpojumu, kas aptverti ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm, līdzību, ir jāpārliecinās, vai šīm precēm un pakalpojumiem varētu vai nevarētu būt vienāda ģeogrāfiskā izcelsme. *The Tea Board* uzskata, ka uz šo jautājumu ir jāatbild apstiprinoši.

66. Jāatgādina, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, lai novērtētu līdzību starp attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, ir jāņem vērā visi atbilstošie faktori, kas raksturo attiecības starp šīm precēm vai pakalpojumiem. Šie faktori it īpaši ietver to raksturu, izmantošanas mērķi, to lietojumu, kā arī to konkurējošo vai papildinošo raksturu [33] un izplatīšanas kanālus [34].

67. Tāpat ir jānorāda, ka, lai gan šķiet, ka judikatūrā ir prasīts, lai attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzības novērtēšana tiktu veikta, pamatojoties uz stingri komerciāliem kritērijiem, šāda vērtēšana iekļaujas plašākā sajaukšanas iespējas pastāvēšanas vērtējumā iepriekš norādītajā kontekstā. No tā izriet, ka papildus noteikta skaita iepriekš noteiktu faktoru piemērošanai katrā atsevišķā gadījumā ir jāņem vērā iespēja, ka patērētājs konkrētā gadījumā uz attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem var attiecināt kopīgu komerciālo izcelsmi.

68. Tādējādi nav izslēgts, ka noteiktos gadījumos, ja precēm ir identiski vai līdzīgi apzīmējumi, ar vienkāršu attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību var būt pietiekami, lai mērķa sabiedrības daļas uztverē radītu pārliecību, ka tie ir ražoti viena uzņēmuma vai savstarpēji saistītu uzņēmumu kontrolē.

69. It īpaši ņemot vērā iepriekšējās pārdomas, es neizslēdzu, ka gadījumā, ja iebildumi saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu balstās uz kolektīvo preču zīmi (neatkarīgi no tā, vai saskaņā ar šīs regulas 66. panta 1. vai 2. punktu), attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzības vērtējumā – lai gan tas jāveic, pamatojoties uz vieniem un tiem pašiem kritērijiem, ko piemēro gadījumā, ja pastāv konflikts starp divām individuālām preču zīmēm, – varētu tikt ņemts vērā šo preču zīmju īpašais raksturs, ciktāl šādam faktoram varētu būt ietekme uz to, kā patērētājs uztver attiecības starp šīm precēm vai pakalpojumiem.

70. Ne mazāk svarīgi ir tas, ka arī šādā gadījumā šo attiecību vērtējuma mērķis galu galā ir noteikt, vai starp konfliktējošajiem apzīmējumiem pastāv sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē un vai šī iespēja, kā iepriekš secināts, attiecas uz attiecīgo preču vai pakalpojumu komerciālo izcelsmi.

71. Pakalpojumu, kas aptverti ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm, potenciālās ģeogrāfiskās izcelsmes kritērijs acīmredzami nav tāds, kas varētu sniegt norādes par iespēju, ka konkrētā sabiedrības daļa varētu tikt mudināta ticēt, ka šos pakalpojumus sniedz apvienības, kura ir agrāko kolektīvo preču zīmju īpašniece, locekļi, vismaz tādos apstākļos, kādi ir izskatāmajā lietā, kad vārds "darjeeling" reģistrācijai pieteiktajās preču zīmēs nav izmantots kā ģeogrāfiskās izcelsmes norāde.

72. Tādēļ arī apelācijas sūdzības pirmā pamata otrā daļa ir jānoraida kā nepamatota.

33 Attiecībā uz Pirmās direktīvas 89/104 4. panta 1. punkta b) apakšpunktu skat. spriedumu, 1998. gada 29. septembris, *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 23. punkts).

34 Cita starpā skat. spriedumu, 2007. gada 11. jūlijs, *El Corte Inglés*/ITSB – *Bolaños Sabri* ("PiraÑAM diseño original Juan Bolaños") (T-443/05, EU:T:2007:219, 37. punkts).

d) Secinājumi par apelācijas sūdzības pirmo pamatu

73. Pamatojoties uz visiem iepriekš izklāstītajiem apsvērumiem, manuprāt, *The Tea Board* nav pierādījusi, ka pārsūdzētajos spriedumos saistībā ar pārbaudītajiem profiliem būtu pieļautas kļūdas tiesību piemērošanā. Savukārt saistībā ar iebildumiem par faktu sagrozīšanu pietiek vien norādīt, ka tie nekādi nav pamatoti.

74. Tāpēc apelācijas sūdzības pirmais pamats ir jānoraida kopumā.

2. Par apelācijas sūdzības otro pamatu saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta pārkāpumu

75. *The Tea Board* uzskata, ka Vispārējā tiesa, pārsūdzētajos spriedumos secinot, ka pozitīvās īpašības, par kurām liecina vārdiskais elements "darjeeling", nevar tikt pārnestas ne uz daļu no 35. klases pakalpojumiem, ne uz jebkuru 38. klases ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm aptvertu pakalpojumu un ka tādēļ šo preču zīmju izmantošana *Delta Lingerie* nepiešķir nekādu komerciālo priekšrocību saistībā ar tās pakalpojumiem, ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā un sagrozījusi faktus. Tāpat Vispārējā tiesa šo secinājumu neesot pamatojusi.

76. Šajā ziņā pietiek vien norādīt, ka *The Tea Board* nekā nav nedz paskaidrojusi, kā minētajā secinājumā varētu būt pieļauta kļūda tiesību piemērošanā, nedz arī pamatojusi savu iebildumu par faktu sagrozīšanu. Tāpēc abi iebildumi ir jānoraida.

77. Attiecībā uz iespējamo pamatojuma neesamību es norādu, ka katrā no pārsūdzētajiem spriedumiem Vispārējā tiesa ir precizējusi, ka lietas materiālos nekādi nebija atrodams iemesls, kādēļ reģistrācijai pieteikto preču zīmju izmantošana *Delta Lingerie* būtu piešķīrusi komerciālu priekšrocību saistībā ar 35. klases pakalpojumiem, izņemot sieviešu apakšveļas mazumtirdzniecību, un 38. klases pakalpojumiem, un ka *The Tea Board* nav iesniegusi nevienu īpašu pierādījumu, kas apliecinātu šādu priekšrocību. Atsaucoties uz to, ka trūkst pierādījumu, kas apliecinātu pozitīvo īpašību, kas saistītas ar vārdisko elementu "darjeeling", pārnešanu uz attiecīgajiem pakalpojumiem, Vispārējā tiesa pietiekami ir pamatojusi secinājumu, ka šāda pārnešana šajā gadījumā nebija konstatējama.

78. Tāpēc apelācijas sūdzības otrais pamats ir jānoraida.

3. Secinājumi par apelācijas sūdzību

79. Izklāstīto iemeslu dēļ abi apelācijas sūdzības pamatojumam izvirzītie pamati ir jānoraida daļēji kā nepieņemami un daļēji kā nepamatoti, jo, manuprāt, pamata apelācijas sūdzība nav pieņemama. Tāpēc es iesaku Tiesai to noraidīt kopumā.

B. Par pretapelācijas sūdzībām

80. Pamatojot katru no savām pretapelācijas sūdzībām, *Delta Lingerie* izvirza divus pamatus. Pirmais ir saistīts ar kļūdu tiesību piemērošanā, ko Vispārējā tiesa esot pieļāvusi, sagrozot, no vienas puses, preču zīmju un, no otras puses, aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu attiecīgās funkcijas. Otrais pamats ir saistīts ar pretrunām pamatojumā, kā arī ar kļūdu tiesību piemērošanā, piemērojot Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu.

1. Par pretapelācijas sūdzības pirmo pamatu saistībā ar preču zīmju un aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu attiecīgo funkciju sagrozīšanu

81. Atsaucoties uz hipotētisku premisu, saskaņā ar kuru agrāko preču zīmju reputācija esot pierādīta, un balstot šo premisu uz kļūdainu secinājumu, ka reputācija, kāda piemīt nosaukumam "Darjeeling" kā aizsargātai ģeogrāfiskās izcelsmes norādei attiecībā uz tēju, varot tikt pārnesta uz tādu pašu apzīmējumu, kas ir aizsargāts kā kolektīvā preču zīme attiecībā uz identiskām precēm, *Delta Lingerie* norāda, ka Vispārējā tiesa esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, sagrozot šo divu apzīmējumu veidu attiecīgās funkcijas.

82. Es uzskatu, ka šāds pamats ir radies kļūdainas pārsūdzēto spriedumu izpratnes dēļ.

83. Jānorāda, ka pārsūdzēto spriedumu 79. punktā Vispārējā tiesa norādīja, ka attiecībā uz jautājumu par to, vai agrākajām preču zīmēm ir vai nav reputācija Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē, apstrīdēto lēmumu formulējums ir "vismaz neskaidrs" un ka no "vienīgā teikuma, kurš [lēmumu, kas veltīti minētā jautājuma analīzei, sadaļās] nav neskaidrs", var tikt secināts, ka Apelācijas padome nebija galīgi nolēmusi, vai agrākajām preču zīmēm ir reputācija. Konstatējot, ka Apelācijas padome tomēr ir veikusi savu analīzi saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, Vispārējā tiesa pārsūdzēto spriedumu 80. punktā norādīja, ka tai noteikti bija jābalstās uz pieņēmumu, ka šāda reputācija ir konstatēta.

84. Pirmkārt, pretēji tam, ko apgalvo *Delta Lingerie*, Vispārējā tiesa pati pat nav izteikusi šo pieņēmumu, bet konstatējusi, ka to ir izdarījusi Apelācijas padome. Otrkārt, minētais pieņēmums attiecās uz agrāko preču zīmju reputācijas pierādījumu, nevis, kā, šķiet, apgalvo *Delta Lingerie*, uz elementiem, uz kuru pamata šāds pierādījums varētu tikt nodrošināts.

85. Šādi rīkojoties, Vispārējā tiesa ne tikai pati nav ieņēmusi nostāju jautājumā par to, vai ir sniegts pierādījums par agrāko preču zīmju reputāciju, bet tā arī nav ne tieši, ne netieši paudusi nostāju jautājumā par to, vai šāda pierādījuma nolūkā reputācija, kāda ir nosaukumam "Darjeeling" kā aizsargātai ģeogrāfiskās izcelsmes norādei attiecībā uz tēju, varētu tikt pārnesta uz tādu pašu apzīmējumu, kas aizsargāts kā kolektīvā preču zīme attiecībā uz identiskām precēm.

86. Attiecībā uz šādu secinājumu nevar tikt apgalvots, ka hipotētiskā premisa, saskaņā ar kuru ir pierādīta agrāko preču zīmju reputācija, varēja tikt izteikta, vienīgi ņemot vērā šādu reputācijas pārnešanu. Patiesībā, no vienas puses, no apstrīdētajiem lēmumiem neizriet – it īpaši attiecībā uz neskaidro formulējumu –, ka Apelācijas padome būtu kritizējusi, ka tas, ka netiek ņemta vērā šādas pārnešanas iespēja, varētu būt vienīgais Iebildumu nodaļas analīzes aspekts attiecībā uz agrāko preču zīmju reputāciju. No otras puses, pēdējā minētā pati nav skaidri un, vēl jo mazāk, galīgi paudusi nostāju ne par šādu iespēju, ne par iepriekšējo jautājumu par to, vai, pat pieņemot, ka reputācija tiek pārnesta, ar to izskatāmās lietas apstākļos būtu pietiekami, lai pierādītu agrāko preču zīmju vai vismaz vienas no tām reputāciju saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu.

87. Savukārt secinājums, saskaņā ar kuru Vispārējā tiesa neesot izskatījusi jautājumu par to, vai aizsargātas ģeogrāfiskās norādes reputācija var tikt pārnesta uz kolektīvu preču zīmi, kas paredzēta Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, ar mērķi piemērot šīs regulas 8. panta 5. punktu, ir apstiprināts pārsūdzēto spriedumu 147. punktā, kurā pēc nolēmuma katrā no lietām daļēji atcelt apstrīdētos lēmumus Vispārējā tiesa precizēja, ka Apelācijas padomei vispirms ir jānorāda galīgais secinājums par agrāko preču zīmju reputācijas pastāvēšanu un nepieciešamības gadījumā – par tās intensitāti.

88. No iepriekš minētā izriet, ka pirmais pamats katrā no pretapelācijas sūdzībām ir jānoraida, jo tas balstās uz pārsūdzēto spriedumu kļūdainu interpretāciju un attiecas uz tiesību jautājumu, kuru Vispārējā tiesa nav izskatījusi.

2. Par pretapelācijas sūdzību otro pamatu, kas ir saistīts ar pretrunām pamatojumā un ar kļūdu tiesību piemērošanā, piemērojot Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu

89. Savas [pret]apelācijas sūdzības otrajā pamatā *Delta Lingerie* apgalvo, ka, pirmkārt, Vispārējā tiesa esot nonākusi pretrunās un neesot izpildījusi savu pienākumu norādīt pamatojumu, pārsūdzēto spriedumu 141. punktā apgalvojot, ka nekas neliedz sabiedrības daļu, kurai ir adresētas reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, piesaistīt, pārnesot uz reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm vērtības un pozitīvās īpašības, kas saistītas ar *Darjeeling* reģionu, tajā pašā laikā šo spriedumu 107., 111. un 120. punktā secinot gan, ka starp precēm un pakalpojumiem, kuri ir aptverti ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm, un minēto reģionu saikne nepastāv, gan arī, ka starp šīm precēm un pakalpojumiem un precēm, kas ir aptvertas ar agrākajām preču zīmēm, nav nekādas līdzības.

90. Manuprāt, šis iebildums nav atbalstāms. Pārsūdzēto spriedumu 107., 111. un 120. punkts, uz kuriem atsaucas *Delta Lingerie*, ir veltīti kaitējuma, kas varētu tikt radīts agrāko preču zīmju atšķirtspējai, nopietna riska pastāvēšanas analīzei, savukārt šo spriedumu 141. punkts attiecas uz pārbaudi, vai pastāv risks, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmju izmantošanu bez pietiekama iemesla varētu tikt netaisnīgi gūts labums no agrāko preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas. Lai izvērtētu šo divu risku pastāvēšanu, ir jāņem vērā dažādi elementi. Tādējādi, ja tiek uzskatīts, ka varētu tikt apdraudēta agrākās preču zīmes atšķirtspēja, ir jāņem vērā preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta šī preču zīme, vidusmēra patērētāja ekonomiskā rīcība, savukārt, ja ir jānovērtē *free-riding* riska pastāvēšana, analīze ir jāveic no preču vai pakalpojumu, uz kuriem attiecas reģistrācijai pieteiktā preču zīme, patērētāju viedokļa.

91. Tāpēc Vispārējā tiesa nav nonākusi pretrunās, konstatējot, ka, no vienas puses, preces, kas ir aptvertas ar agrākajām kolektīvajām preču zīmēm, patērētājam neliks domāt, ka preces un pakalpojumi, kas ir aptverti ar *Delta Lingerie* iesniegtajiem preču zīmes reģistrācijas pieteikumiem, ir no *Darjeeling* reģiona, un, no otras puses, ka šo preču un pakalpojumu patērētājus varētu piesaistīt vērtības un pozitīvās īpašības, kas saistītas ar minēto reģionu.

92. Šis secinājums nevar tikt apšaubīts ar apstākli, kuru ir uzsvērusi *Delta Lingerie*, ka preču, kas ir aptvertas ar agrākajām kolektīvajām preču zīmēm, un preču un pakalpojumu, kas ir aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, patērētāji zināmā mērā pārklājas. Vispārējā tiesa šo patērētāju uztveri un rīcību ir analizējusi no dažādiem aspektiem (no vienas puses, spēja attiecināt un atzīt attiecīgo preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi un, no otras puses, vēlme pakļauties ģeogrāfiskās izcelsmes norādes spējai izraisīt asociācijas) un dažādu pirkumu veikšanas laikā.

93. Otrkārt, *Delta Lingerie* apgalvo, ka Vispārējā tiesa, piemērojot Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, pārsūdzētajā spriedumā secinot, ka pastāv risks, ka netaisnīgi tiks gūts labums no saskaņā ar šo tiesību normu reģistrācijai pieteikto preču zīmju izmantošanas, arī pēc tam, kad bija konstatēts, ka Apelācijas padome nav veikusi nekādu īpašu analīzi, kas būtu veltīta asociāciju saiknes starp konfliktējošajiem apzīmējumiem pastāvēšanai sabiedrības uztverē, esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā.

94. Šajā ziņā pietiek vien atzīmēt, ka tikai pēc tam, kad bija konstatēts, ka Apelācijas padomes analīze ir balstījusies uz hipotētisku premisu par to, ka šāda asociāciju saikne pastāv, Vispārējā tiesa turpināja vērtēt apstrīdēto lēmumu tiesiskumu, ņemot vērā Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, lai šīs pārbaudes beigās secinātu, ka ir noticis šīs tiesību normas pārkāpums. Tā rīkojoties, pretēji *Delta Lingerie* pārmetumiem, Vispārējā tiesa tomēr ir ņēmusi vērā Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumus.

3. Secinājumi par pretapelācijas sūdzībām

95. Tā kā pretapelācijas sūdzības pamatojumam izvirzīto pamatu vērtējums nav ļāvis konstatēt nevienu no trūkumiem, uz kuriem attiecībā uz pārsūdzētajiem spriedumiem ir norādījusi *Delta Lingerie*, manuprāt, tie ir pilnībā jānoraida.

VI. Secinājumi

96. Pamatojoties uz iepriekš minētajiem apsvērumiem, es iesaku Tiesai noraidīt gan pamata apelācijas sūdzības, gan pretapelācijas sūdzības un piespriest *The Tea Board* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, kas saistīti ar pirmo minēto, un *Delta Lingerie* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, kas saistīti ar otro minēto.