GENERALINIO ADVOKATO
PAOLO MENGOZZI IŠVADA,
pateikta 2017 m. gegužės 31 d.[1]

Sujungtos bylos C-673/15 P–C-676/15 P

The Tea Board
prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO)

„Apeliacinis skundas – Europos Sąjungos prekių ženklas – Reglamentas (EB) Nr. 207/2009 – 8 straipsnio 1 dalies b punktas – Europos Sąjungos kolektyvinių prekių ženklų savininko protestas – 66 straipsnio 2 dalis – Kolektyviniai prekių ženklai, kuriuos sudaro geografinės nuorodos – Funkcija – Nesuderinamumas su individualaus prekių ženklo paraiška – Galimybė supainioti – Sąvoka – Prekių ar paslaugų panašumas – Vertinimo kriterijai – 8 straipsnio 5 dalis – Žodinis ir vaizdinis prekių ženklas, kuriame yra žodinis elementas „darjeeling“ – Ankstesnis kolektyvinis prekių ženklas, kurį sudaro geografinė nuoroda „Darjeeling“

1. Šiais apeliaciniais skundais *The Tea Board* prašo Teisingumo Teismo iš dalies panaikinti Europos Sąjungos Bendrojo Teismo 2015 m. spalio 2 d. Sprendimą *The Tea Board / VRDT – Delta Lingerie* (*Darjeeling*) (T-624/13, EU:T:2015:743), 2015 m. spalio 2 d. Sprendimą *The Tea Board / VRDT – Delta Lingerie* (*Darjeeling collection de lingerie)* (T-625/13, nepaskelbta Rink., EU:T:2015:742), 2015 m. spalio 2 d. Sprendimą *The Tea Board / VRDT – Delta Lingerie (DARJEELING collection de lingerie)* (T-626/13, nepaskelbta Rink., EU:T:2015:741) ir 2015 m. spalio 2 d. Sprendimą *The Tea Board / VRDT – Delta Lingerie (Darjeeling)* (T-627/13, nepaskelbta Rink., EU:T:2015:740) (toliau kartu vadinama – skundžiami sprendimai), kuriais Bendrasis Teismas iš dalies atmetė jos prašymus panaikinti 2013 m. rugsėjo 11 ir 17 d. Vidaus rinkos derinimo tarnybos (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) antrosios apeliacinės tarybos sprendimus (R 1387/201-2, R 1501/2012-2 R 1502/2012-2 ir R 1504/2012-2, toliau – ginčijami sprendimai), susijusius su protesto procedūra tarp *The Tea Board* ir *Delta Lingerie*. Dėl šių sprendimų *Delta Lingerie* taip pat yra pateikusi keturis priešpriešinius apeliacinius skundus.

I. Teisinis pagrindas

2. Pagal 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamento (EB) Nr. 207/2009[2] dėl Europos Sąjungos prekių ženklo 7 straipsnio 1 dalies c punktą „prekių ženklai, sudaryti tiktai iš žymenų arba nuorodų, kurie prekyboje gali būti naudojami žymėti rūšiai, kokybei, kiekiui, paskirčiai, vertei, geografinei kilmei arba prekių pagaminimo ar paslaugų suteikimo laikui, ar kitoms prekių ar paslaugų charakteristikoms“, neregistruojami.

1 Originalo kalba: prancūzų.

2 OL L 78, 2009, p. 1.

3. To paties reglamento 66 straipsnyje „[Europos Sąjungos] kolektyviniai ženklai“ nustatyta:

„1. [Europos Sąjungos] kolektyvinis ženklas yra [Europos Sąjungos] prekių ženklas, kurio paraiškoje buvo nurodyta, kad jis yra toks, ir dėl kurio galima ženklo savininke esančios asociacijos narių prekes arba paslaugas atskirti nuo kitoms įmonėms priklausančių prekių arba paslaugų. [Europos Sąjungos] kolektyvinių ženklų paraiškas gali paduoti gamintojų, paslaugų teikėjų ar prekybininkų asociacijos, kurios pagal jų veiklą reglamentuojančius įstatymus gali savo vardu turėti visų rūšių teises ir pareigas, sudaryti sutartis arba atlikti kitus teisinius veiksmus, būti ieškovu ir atsakovu teisme, taip pat ir kiti juridiniai asmenys, kurių veiklą reglamentuoja viešoji teisė.

2. Nukrypstant nuo 7 straipsnio 1 dalies c punkto, pagal 1 dalį [Europos Sąjungos] kolektyviniais ženklais gali būti žymenys arba nuorodos, kuriais prekyboje galima nurodyti geografinę prekių ar paslaugų kilmės vietą. Kolektyvinis ženklas nesuteikia jo savininkui teisės uždrausti trečiosioms šalims be jo sutikimo prekyboje naudoti tokius ženklus arba nuorodas, jeigu jie naudojami laikantis sąžiningos pramoninės ir komercinės veiklos praktikos; konkrečiai kalbant, tokiu ženklu negalima pasinaudoti prieš trečiąją šalį, turinčią teisę vartoti geografinį pavadinimą.

3. Šis reglamentas galioja [Europos Sąjungos] kolektyviniams ženklams tiek, kiek 67–74 straipsnių nuostatos nenustato kitaip.“

II. Ginčo aplinkybės ir ginčijami sprendimai

4. Skundžiamuose sprendimuose nurodytas faktines bylos aplinkybes galima glaustai išdėstyti taip.

5. 2010 m. spalio 22 d. *Delta Lingerie*, remdamasi Reglamentu Nr. 207/2009, pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) paraišką įregistruoti Bendrijos prekių ženklą.

6. Prašyta įregistruoti šiuos prekių ženklus:

– toliau pateiktas vaizdinis žymuo, turintis žodinį elementą „darjeeling“, kuris užrašytas baltomis raidėmis ir įterptas į šviesiai žalios spalvos stačiakampį:



– toliau pateiktas vaizdinis žymuo, turintis žodinį elementą „darjeeling collection de lingerie“, kuris užrašytas baltomis raidėmis ir įterptas į šviesiai žalios spalvos stačiakampį:



– toliau pateiktas vaizdinis žymuo, turintis žodinį elementą „darjeeling collection de lingerie“, kuris užrašytas juodomis raidėmis baltame fone:



– toliau pateiktas vaizdinis žymuo, turintis žodinį elementą „darjeeling “, kuris užrašytas juodomis raidėmis baltame fone:



7. Prekės ir paslaugos, kurioms buvo prašyta registracijos, priklauso peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 25, 35 ir 38 klasėms ir pagal kiekvieną iš jų atitinka šį aprašymą [3].

8. Bendrijos prekių ženklo paraiška buvo paskelbta 2011 m. sausio 7 d. Bendrijos prekių ženklų biuletenyje Nr. 4/2011.

3 Šių prekių ir paslaugų aprašymas yra toks: 25 klasė: „Moteriški apatiniai baltiniai ir dieniniai bei naktiniai apatiniai, ypač korsetai, aptemptos palaidinės, palaidinukės, korsetai, liemenėlės, kelnaitės, mažos kelnaitės, antrankoviai, šortukai, vyriški apatiniai šortai, juostos, kojinių laikikliai, keliaraiščiai, moteriškos palaidinukės, apatinukai, pėdkelnės, kojinės, maudymosi kostiumai; rūbai, trikotažo gaminiai, apatiniai baltiniai, berankovės trikotažinės palaidinukės, marškinėliai, korsetai, korsetai, moteriški naktiniai marškiniai, boa, palaidinukės, apatinukai, megztiniai, triko, pižamos, vyriški naktiniai marškiniai, kelnės, apatinės kelnės, skaros, chalatai, peniuarai, vonios peniuarai, maudymosi kostiumėliai, maudymosi glaudės, apatiniai sijonai, šalikai“, 35 klasė: „Mažmeninė prekyba moteriškais apatiniais drabužiais, kvepalais, tualetiniu vandeniu ir kosmetiniais preparatais, buitiniais ir vonios skalbiniais; mažmeninės prekybos vietų ir mažmeninės prekybos centrų kūrimo ir eksploatacijos, ir reklamos verslo konsultacijos; pardavimo skatinimas (tretiesiems asmenims), reklama, verslo vadyba, verslo administravimas, tiesioginė reklama kompiuteriniame tinkle, reklaminės medžiagos (proklamacijų, prospektų, nemokamų laikraščių, pavyzdžių) platinimas, laikraščių prenumeratos paslaugos tretiesiems asmenims; verslo informacija arba tyrimai; parodų ir renginių organizavimas komerciniais ar reklamos tikslais, reklamos vadyba, reklaminio ploto nuoma, radijo ir televizijos reklama, rėmimas reklamos tikslais“, 38 klasė: „Telekomunikacijos, pranešimų ir vaizdų perdavimas kompiuteriu, interaktyvios teletransliacijos paslaugos siekiant pristatyti produktus, kompiuterių terminalų komunikaciniai ryšiai, uždarų ir atvirų pasaulinių kompiuterinių tinklų ryšiai“.

9. 2011 m. balandžio 7 d. *The Tea Board*, kuri yra pagal 1953 m. Indijos arbatos įstatymą Nr. 29 įsteigtas subjektas, įgaliotas administruoti arbatos gamybą, pagal Reglamento Nr. 207/2009 41 straipsnį pateikė protestą dėl prašomo įregistruoti prekių ženklo registracijos šios išvados 7 punkte nurodytoms prekėms ir paslaugoms.

10. Protestas buvo grindžiamas šiais ankstesniais prekių ženklais:

– ankstesniu kolektyviniu žodiniu Europos Sąjungos prekių ženklu DARJEELING, kurio paraiška buvo pateikta 2005 m. kovo 7 d. ir kuris buvo įregistruotas 2006 m. kovo 31 d. numeriu 4325718,

– toliau pateiktu ankstesniu kolektyviniu vaizdiniu Europos Sąjungos prekių ženklu, kurio paraiška pateikta 2009 m. lapkričio 10 d. ir kuris įregistruotas 2010 m. balandžio 23 d. numeriu 8674327:



11. Abu kolektyviai Europos Sąjungos prekių ženklai skirti 30 klasės prekėms, kurios atitinka šį aprašymą: „Arbata“.

12. Protestas buvo grindžiamas Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 ir 5 dalyse nurodytais pagrindais.

13. Iš skundžiamų sprendimų matyti, kad *The Tea Board* Apeliacinei tarybai pateikė įrodymų, kad žodinis elementas „darjeeling“, t. y. žodinis elementas, esantis abiejuose žymenyse, dėl kurių kilo ginčas, yra saugoma arbatos geografinė nuoroda, įregistruota 2011 m. spalio 20 d. Komisijos įgyvendinimo reglamentu (ES) Nr. 1050/2011, kuriuo į saugomų kilmės vietos nuorodų ir saugomų geografinių nuorodų registrą įtraukiamas pavadinimas [Darjeeling (SGN)] [4], t. y. po to, kai 2007 m. lapkričio 12 d. buvo gauta paraiška. Šis įgyvendinimo reglamentas buvo priimtas remiantis 2006 m. kovo 20 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 510/2006 dėl žemės ūkio produktų ir maisto produktų geografinių nuorodų ir kilmės vietos nuorodų apsaugos [5], o pastarasis buvo pakeistas 2012 m. lapkričio 21 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) Nr. 1151/2012 dėl žemės ūkio ir maisto produktų kokybės sistemų [6].

14. Keturiais 2012 m. gegužės 31 d., birželio 11 d. ir liepos 10 d. sprendimais Protestų skyrius atmetė šiuos protestus. 2012 m. liepos 27 d. ir rugpjūčio 10 d. *The Tea Board* pateikė VRDT apeliaciją dėl šių sprendimų.

15. Ginčijamais sprendimais VRDT antroji apeliacinė taryba atmetė apeliacijas ir patvirtino Protestų skyriaus sprendimus. Ji pirmiausia nusprendė, jog atsižvelgiant į tai, kad prekės ir paslaugos, kurioms skirti žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra nepanašios, nėra galimybės supainioti pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą. Be to, ji atmetė tariamą minėto reglamento 8 straipsnio 5 dalies pažeidimą ir nurodė, jog ieškovės pateiktų įrodymų nepakanka, kad būtų patvirtinta, jog įvykdytos minėto straipsnio taikymo sąlygos.

III. Skundžiami sprendimai

16. *The Tea Board* Bendrajame Teisme pareiškė keturis ieškinius dėl keturių ginčijamų sprendimų panaikinimo.

4 OL L 276, 2011, p. 5.

5 OL L 93, 2006, p. 12.

6 OL L 343, 2012, p. 1.

17. Savo ieškinius ji grindė dviem pagrindais. Remdamasi pirmuoju pagrindu ji teigia, kad Apeliacinė taryba klaidingai atmetė galimybę supainioti, pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalį nurodžiusi, kad žymenimis, dėl kurių kilo ginčas, žymimos prekės ir paslaugos yra visiškai skirtingos. Remdamasi šiuo pagrindu *The Tea Board* Apeliacinei tarybai visų pirma priekaištauja suklydus dėl apsaugos, suteiktos kolektyviniams prekių ženklams, kuriems taikoma Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalis ir kurių esminė funkcija yra garantuoti, kad pažymėtas prekes ar paslaugas pagamino arba suteikė įmonė, esanti nurodytos geografinės kilmės zonoje, apimties ir atlikus tokį patį vertinimą, kokį būtų atlikusi vertindama galimybę supainioti du individualius prekių ženklus. Remdamasi antruoju pagrindu, kuris grindžiamas minėto reglamento 8 straipsnio 5 dalies pažeidimu, *The Tea Board* nurodo, kad Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, jog šios nuostatos taikymo sąlygos šiuo atveju netenkinamos.

18. Bendrasis Teismas nusprendė, kad pirmasis pagrindas yra nepagrįstas. Iš esmės Bendrasis Teismas nusprendė: kadangi nė viena Reglamento Nr. 207/2009 dalies, skirtos kolektyviniams Europos Sąjungos prekių ženklams, nuostata neleidžia daryti išvados, jog kolektyvinių Europos Sąjungos prekių ženklų, įskaitant tuos, kuriuos sudaro nuoroda, galinti būti naudojama pažymėtų prekių geografinei kilmei žymėti, esminė funkcija skiriasi nuo individualių Europos Sąjungos prekių ženklų esminės funkcijos, manytina, kad, kaip ir individualių Europos Sąjungos prekių ženklų atveju, esminė funkcija yra atskirti pažymėtas prekes arba paslaugas pagal tai, kad jos pagamintos arba suteiktos konkretaus subjekto, o ne pagal jų geografinę kilmę. Atmesdamas įvairius priešingus *The Tea Board* argumentus Bendrasis Teismas padarė išvadą, kad kai vykstant protesto procedūrai žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra, pirma, kolektyviniai prekių ženklai ir, antra, individualūs prekių ženklai, žymimų prekių ir paslaugų palyginimas turi būti atliekamas remiantis tais pačiais kriterijais, kurie taikomi vertinant dviem individualiais prekių ženklais žymimų prekių ir paslaugų panašumą arba tapatumą. Taikydamas šiuos kriterijus Bendrasis Teismas nusprendė, kad reikia pritarti Apeliacinės tarybos išvadai, kuria remiantis nėra jokio ryšio tarp prekių ženklo paraiškoje nurodytų prekių ir paslaugų ir prekių, žymimų ankstesniais prekių ženklais, nes vien galimybės, kad atitinkama visuomenė manys, jog šios prekės ir paslaugos yra tos pačios geografinės kilmės, nepakanka jų panašumui arba tapatumui nustatyti Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkto taikymo tikslais. Galiausiai Bendrasis Teismas nusprendė, kad net vertinant, ar yra galimybė supainioti kolektyvinius ir individualius prekių ženklus, žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumas negali kompensuoti šiais žymenimis žymimų prekių ar paslaugų panašumo nebuvimo.

19. Dėl antrojo pagrindo Bendrasis Teismas pirmiausia pažymėjo, kad bylos šalys neginčija, jog žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra tapatūs fonetiškai ir labai panašūs vizualiai. Tada jis nustatė, kad Apeliacinė taryba galutinai nenusprendė nei dėl ankstesnių prekių ženklų gero vardo buvimo, nei dėl ryšio tarp žymenų, dėl kurių kilo ginčas, buvimo atitinkamos visuomenės sąmonėje, tačiau atlikdama analizę ji rėmėsi dviem hipotetinėmis prielaidomis, t. y. pirma, kad buvo įrodyta, jog ankstesni prekių ženklai turi išskirtinai gerą vardą, ir, antra, kad įmanoma, jog atitinkama visuomenė nustatys žymenų, dėl kurių kilo ginčas, ryšį. Dėl Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalyje nurodytų rizikos rūšių Bendrasis Teismas nusprendė, kad Apeliacinė taryba pagrįstai nutarė, kad nėra galimybės padaryti žalą, kurią sudaro kenkimas ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui, ir atmetė riziką, kad prašomų įregistruoti prekių ženklų naudojimas kenkia ankstesnių prekių ženklų geram vardui. Kita vertus, kalbant apie tai, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas gali nepagrįstai naudotis ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar geru vardu, Bendrasis Teismas nusprendė, kad atsižvelgiant į tai, jog ginčijami sprendimai grindžiami hipotetine išskirtinio ankstesnių prekių ženklų gero vardo prielaida, teigiamos savybės, su kuriomis siejamas žymenims, dėl kurių kilo ginčas, bendras žodinis elementas „darjeeling“, gali būti perkeltos kai kurioms prekėms ir paslaugoms, kurioms skirti prašomi įregistruoti prekių ženklai, todėl gali sustiprėti tų prekių ženklų patrauklumas. Taigi darytina išvada, kad reikia iš dalies panaikinti ginčijamus sprendimus, nes Apeliacinė taryba atmetė galimybę taikyti Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį ir, kalbant apie visas 25 klasės prekes ir prie 35 klasės priskiriamas mažmeninės prekybos paslaugas, žymimas prašomais įregistruoti prekių ženklais, paneigė rizikos, susijusios su nauda, gaunama nepagrįstai naudojant prašomus įregistruoti prekių ženklus, buvimą.

IV. Apeliaciniai skundai

A. Procesas

20. 2015 m. gruodžio 14 d. *The Tea Board* pateikė keturis apeliacinius skundus dėl skundžiamų sprendimų. 2016 m. vasario 12 d. Teisingumo Teismo pirmininko sprendimu bylos buvo sujungtos, kad būtų bendrai vykdomos žodinė ir rašytinė proceso dalys ir priimtas sprendimas.

21. Atskiru 2016 m. balandžio 11 d. dokumentu *Delta Lingerie*, į bylą pirmoje instancijoje įstojusi šalis, pateikė priešpriešinį apeliacinį skundą dėl minėtų sprendimų. *The Tea Board*, Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnyba (EUIPO) ir *Delta Lingerie* buvo išklausytos 2017 m. sausio 25 d. teismo posėdyje.

B. Pagrindinį apeliacinį skundą pateikusių šalių reikalavimai

22. Kiekvienoje byloje *The Tea Board* prašo Teisingumo Teismo iš dalies panaikinti skundžiamą sprendimą, nes Bendrasis Teismas atmetė ieškinį dėl 35 klasės paslaugų, žymimų prekių ženklais, kuriuos prašoma įregistruoti, išskyrus „mažmenin[ę] prekyb[ą] moteriškais apatiniais drabužiais, kvepalais, tualetiniu vandeniu ir kosmetiniais preparatais, buitiniais ir vonios skalbiniais“, ir dėl 38 klasės paslaugų, taip pat prireikus grąžinti bylą nagrinėti Bendrajam Teismui ir priteisti iš EUIPO bylinėjimosi išlaidas.

23. Kiekvienoje byloje EUIPO ir *Delta Lingerie* prašo Teisingumo Teismo atmesti apeliacinį skundą ir priteisti iš *The Tea Board* bylinėjimosi išlaidas.

C. Priešpriešinį apeliacinį skundą pateikusių šalių reikalavimai

24. Kiekvienoje byloje *Delta Lingerie* prašo Teisingumo Teismo iš dalies panaikinti skundžiamus sprendimus, nes Bendrasis Teismas panaikino ginčijamus sprendimus dėl prašomais įregistruoti prekių ženklais žymimų prekių, priskiriamų prie 25 klasės, ir dėl „mažmeninė[s] prekyb[os] moteriškais apatiniais drabužiais, kvepalais, tualetiniu vandeniu ir kosmetiniais preparatais, buitiniais ir vonios skalbiniais“; šios prekės žymimos prašomais įregistruoti prekių ženklais ir priskiriamos prie 35 klasės, taip pat prireikus grąžinti bylą nagrinėti Bendrajam Teismui ir priteisti iš *The Tea Board* bylinėjimosi išlaidas.

25. Kiekvienoje byloje EUIPO ir *The Tea Board* prašo Teisingumo Teismo atmesti priešpriešinį apeliacinį skundą ir priteisti iš *Delta Lingerie* bylinėjimosi išlaidas.

V. Analizė

A. Pagrindiniai apeliaciniai skundai

26. Grįsdama kiekvieną iš savo apeliacinių skundų *The Tea Board* remiasi dviem pagrindais, t. y. Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu ir to paties reglamento 8 straipsnio 5 dalies pažeidimu.

1. Dėl pirmojo pagrindo, grindžiamo Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu

27. Kiekvieną iš *The Tea Board* pateiktų apeliacinių skundų pirmųjų pagrindų sudaro trys dalys. Pirmoji dalis grindžiama neteisingu esminės kolektyvinių prekių ženklų, nurodytų Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje, funkcijos nustatymu. Antra dalis grindžiama klaidingais kriterijais, taikytinais vertinant prekių ir paslaugų panašumą kilus tokio kolektyvinio prekių ženklo ir žymens, kurį prašoma įregistruoti kaip individualų prekių ženklą, ginčui. Galiausiai trečioje dalyje *The Tea Board* tvirtina, kad Bendrasis Teismas klaidingai nustatė galimybės supainioti prekių ženklus, kai kyla toks ginčas, pobūdį.

28. Pirmiausia išnagrinėsiu pirmą iš trijų nurodytų dalių, tada, remdamasis logine seka, trečiąją, susijusią su galimybės supainioti prekių ženklus pobūdžiu, ir galiausiai – antrąją.

a) Dėl pirmojo pagrindo pirmos dalies: neteisingas esminės kolektyvinių prekių ženklų, nurodytų Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje, funkcijos nustatymas

29. Remdamasi apeliacinio skundo pirmojo pagrindo pirma dalimi *The Tea Board* tvirtina, jog nuspręsdamas, kad esminė kolektyvinio prekių ženklo funkcija, kaip ji suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalį, nurodyti žymimų prekių geografinę kilmę nesiskiria nuo kolektyvinio prekių ženklo esminės funkcijos, kaip ji suprantama pagal šio reglamento 66 straipsnio 1 dalį, todėl abiem atvejais prekių ženklų funkcija yra nurodyti komercinę kilmę, Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą ir (arba) iškraipė nagrinėjamos bylos faktines aplinkybes.

30. Šiai daliai pagrįsti *The Tea Board* pateikia keturis argumentus.

31. Pirmiausia, ji remiasi teiginiu, kad Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalis yra to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punkte nurodyto absoliutaus atsisakymo įregistruoti žymenį pagrindo išimtis, tačiau nepaaiškina, kaip toks teiginys gali pagrįsti jos teiginį, kad pirmoje iš šių nuostatų nurodytų kolektyvinių prekių ženklų esminė funkcija skiriasi nuo kitų kolektyvinių prekių ženklų funkcijų.

32. Nepaisant šio pirmojo argumento nekonkretumo, vis dėlto reikia detaliau išanalizuoti šių dviejų minėtų Reglamento Nr. 207/2009 nuostatų ryšį, kad geriau suvoktume šio reglamento 66 straipsnio 2 dalyje numatytos išimties esmę.

33. Šiuo požiūriu reikia priminti, kad, kaip yra nusprendęs Teisingumo Teismas, kiekvienas iš Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalyje nurodytų atsisakymo įregistruoti pagrindų yra nepriklausomas nuo kitų[7] ir kad visuomenės interesas, į kurį atsižvelgiama nagrinėjant šiuos atsisakymo pagrindus, privalo atspindėti skirtingus vertinimus, atsižvelgiant į konkretų atsisakymo pagrindą[8].

34. Aiškindamas Pirmosios direktyvos 89/104/EEB 3 straipsnio 1 dalies c punktą[9] – kurio turinys, susiję su nagrinėjamu atveju, buvo toks pats kaip ir Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punkto turinys – Teisingumo Teismas pažymėjo, kad šia nuostata „siekiama bendrojo intereso, pagal kurį reikalaujama, kad bet kas laisvai galėtų naudoti žymenis ar nuorodas, aprašančias prekes ar paslaugas, kurioms yra prašoma įregistruoti prekių ženklą, įskaitant naudojimą kaip kolektyvinių prekių ženklų arba sudėtiniuose ar grafiniuose prekių ženkluose“, neleidžiant, kad, „įregistravus prekių

7 Visų pirma žr. 2004 m. spalio 21 d. Sprendimą *VRDT / Erpo Möbelwerk* (C-64/02 P, EU:C:2004:645, 39 punktas).

8 Visų pirma žr. 2004 m. balandžio 29 d. Sprendimą *Henkel / VRDT* (C-456/01 P ir C-457/01 P, EU:C:2004:258, 45 ir 46 punktai).

9 1988 m. gruodžio 21 d. Pirmoji Tarybos direktyva 89/104/EEB valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 40, 1989, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 92).

ženklą, tokius žymenis ar nuorodas galėtų naudoti tik viena įmonė“ [10]. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendime *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 26 punktas) Teisingumo Teismas pažymėjo, kad „[b]endrasis interesas reikalauja išsaugoti teisę nevaržomai naudoti žymenis arba nuorodas, galinčias nurodyti prekių, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, kategorijų geografinę kilmę, konkrečiai – geografinius pavadinimus, dėl jų gebėjimo ne tik nurodyti aptariamų prekių ar paslaugų kategorijų kokybę ir kitas savybes, bet ir daryti įvairią įtaką vartotojų pomėgiams, pavyzdžiui, susiejant prekes ar paslaugas su vieta, kuri gali sukelti teigiamų emocijų“.

35. Taigi Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punkte nurodyto absoliutaus atsisakymo įregistruoti pagrindo tikslas yra iš esmės „antimonopolinis“, visų pirma tada, kai jis susijęs su nuorodomis, kurios gali būti naudojamos žymimų prekių ar paslaugų geografinei kilmei žymėti ir kuriuos atitinkama visuomenė suvokia kaip žyminčius tokią kilmę [11].

36. Remiantis tokiu tikslu galima daryti išvadą, kad nukrypimas nuo šios nuostatos ir nuo joje nurodyto absoliutaus atsisakymo registruoti pagrindo, nurodyto Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje, yra nurodytų prekių ženklų kolektyvinis pobūdis, dėl ko atmestina galimybė, kad viena įmonė galėtų monopolizuoti žymenų ir nuorodų, iš kurių sudaryti šie prekių ženklai, naudojimą, pažeisdama bendrąjį interesą laisvai naudotis tokiais žymenimis ir nuorodomis [12].

37. Priešingai, nei teigia *The Tea Board*, joks argumentas, palankus teiginiui, kad kolektyvinių prekių ženklų, kuriuos sudaro geografinė nuoroda, esminė funkcija skiriasi nuo kitų kolektyvinių prekių ženklų esminės funkcijos, negali būti suformuluotas nei remiantis šiuo pagrindu, nei, kalbant bendriau, remiantis Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalies ir to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punkto ryšiu.

38. Antra, *The Tea Board* tvirtina, kad kolektyvinio prekių ženklo, kuriuo saugoma geografinė kilmės nuoroda, esminė funkcija yra užtikrinti ja žymimų prekių ir (arba) paslaugų geografinę, o ne jų komercinę kilmę. Toks prekių ženklas galėtų būti naudojamas tik siekiant užtikrinti parduodamų arba siūlomų prekių ar paslaugų, žymimų kolektyviniu prekių ženklu, „kolektyvinę kilmę“, t. y. kad šios prekės arba paslaugos gaminamos įmonėje, esančioje atitinkamame geografiniame regione, tačiau nenurodoma, kokioje įmonėje konkrečiai jos gaminamos arba teikiamos.

39. Manau, kad šis argumentas bent iš dalies grindžiamas painiava dėl atskyrimo funkcijos, kuri atitinkamai suteikta individualiam prekių ženklui ir kolektyviniam prekių ženklui. Ši funkcija įgyvendinama skirtingai kiekvienu atveju. Todėl pagal individualų prekių ženklą turi būti galima atskirti atitinkamos įmonės prekes arba paslaugas, o kolektyviniu prekių ženklu siekiama atskirti

10 Žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimą *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 25 punktas), 2003 m. balandžio 8 d. Sprendimą *Linde ir kt.* (C-53/01–C-55/01, EU:C:2003:206, 73 punktas) ir 2012 m. kovo 15 d. Sprendimą *Strigl ir Securvita* (C-90/11 ir C-91/11, EU:C:2012:147, 31 punktas). Dėl 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamento Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 146), kurį vėliau pakeitė Reglamentas Nr. 207/2009, 7 straipsnio 1 dalies c punkto žr. 2011 m. kovo 10 d. Sprendimą *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT* (C-51/10 P, EU:C:2011:139, 37 punktas).

11 Šis tikslas skiriasi nuo tikslo, kurio siekiama atsisakymo pagrindu, nustatytu Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkte; tame pagrinde nustatyta, kad nebūtų registruojami žymenys, neturintys skiriamojo požymio, vadinasi, negalintys atlikti esminės prekių ženklo, kaip prekės ar paslaugos komercinės kilmės nuorodos, funkcijos, o bendrasis interesas, kuriuo grindžiamas šis absoliutus atsisakymo registruoti pagrindas, kaip teigia Teisingumo Teismas, susipina su minėta prekių ženklo esmine funkcija. Šiuo klausimu žr. 2004 m. rugsėjo 16 d. Sprendimą *SAT.1 / VRDT* (C-329/02 P, EU:C:2004:532, 27 punktas) ir 2005 m. rugsėjo 15 d. Sprendimą *BioID / VRDT* (C-37/03 P, EU:C:2005:547, 60 punktas). Vis dėlto priešinga linkme žr. 2001 m. rugsėjo 20 d. Sprendimą *Procter & Gamble / VRDT* (C-383/99 P, EU:C:2001:461, 37 punktas), kuris šiuo klausimu kol kas yra vienintelis.

12 Beje, šiuo klausimu Teisingumo Teismas išsakė nuomonę 1999 m. gegužės 4 d. Sprendime *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 27 punktas), pažymėdamas, kad bendrasis interesas, kuriuo grindžiamas Pirmosios direktyvos 89/104 3 straipsnio 1 dalies b punktas „matyti iš galimybės, numatytos [esančios] direktyvos 15 straipsnio 2 dalyje, valstybėms narėms numatyti, nukrypstant nuo 3 straipsnio 1 dalies c punkto, kad žymenys arba nuorodos, kurie gali būti naudoti žymint prekių geografinę kilmę, gali būti kolektyviniai prekių ženklai“. Taip pat žr. 2016 m. liepos 20 d. Sprendimą *Internet Consulting / EUIPO – Provincia Autonoma di Bolzano-Alto Adige (SUEDTIROL)* (T-11/15, EU:T:2016:422, 55 punktas).

asociacijos, kuri yra prekių ženklų savininkė, narių prekes arba paslaugas. Kitaip tariant, kolektyvinis prekių ženklas niekada neleis nustatyti atskiros įmonės prekių ar paslaugų, tačiau jas išskirs pagal kolektyvinę kilmę. Beje, tai aiškiai matyti iš paties Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 1 dalies teksto.

40. Vis dėlto *The Tea Board* teigia, kad Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje numatytas kolektyvinis prekių ženklas dėl savo pobūdžio negali atlikti tokios atskyrimo funkcijos. Grįsdama šį teiginį ji remiasi, pirma, minėto reglamento 67 straipsnio 2 dalimi, kurioje numatyta, kad kolektyvinio prekių ženklo, kurį sudaro geografinė nuoroda, naudojimą reglamentuojančiomis taisyklėmis, pateiktomis laikantis šio straipsnio 1 dalies [13], privalo būti leidžiama kiekvienam asmeniui, kurio prekės arba paslaugos yra kilusios iš aptariamos geografinės vietovės, tapti asociacijos, kuri yra ženklo savininkė, nariu, ir, antra, 2011 m. kovo 29 d. Sprendimo *Anheuser-Busch / Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189) 147 punktu.

41. Reikia pripažinti, kad nesuprantu, kaip Reglamento Nr. 207/2009 67 straipsnio 2 dalis parodo, kad prekių ženklai, sudaryti iš geografinės kilmės nuorodų, tariamai negali atskirti prekių ir paslaugų, pagamintų arba suteiktų subjekto, kuris yra prekių ženklo savininkas, narių, nuo prekių ir paslaugų, kurių kolektyvinė kilmė yra kitokia. Iš tiesų šia nuostata siekiama užtikrinti, kad kiekviena įmonė, turinti teisę prekėms ar paslaugoms, kurioms skirtas kolektyvinis prekių ženklas, naudoti aptariamą geografinę nuorodą, galėtų įgyti teisę naudoti šį prekių ženklą tapdama asociacijos, kuri yra jo savininkė, nare, vadinasi, išvengti minėtos nuorodos (kaip prekių ženklo) monopolizacijos vienos uždaros įmonių grupės rankose.

42. Kalbant apie 2011 m. kovo 29 d. Sprendimo *Anheuser-Busch / Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189) 147 punktą, kuriuo remiasi *The Tea Board*, reikia pažymėti, kad minėtame punkte Teisingumo Teismas sprendimą priėmė dėl saugomos geografinės nuorodos esminės funkcijos (pagal nacionalines ir tarptautines nuostatas), o ne dėl kolektyvinio prekių ženklo, kurį sudaro geografinės kilmės nuoroda, esminės funkcijos. Kaip toliau matysime šioje išvadoje, šių dviejų žymenų funkcija ir apsaugos apimtis skiriasi. Be to, tai matyti iš to paties 2011 m. kovo 29 d. Sprendimo *Anheuser-Busch / Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189), kuriame Teisingumo Teismas pažymėjo, kad Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 4 dalies pagrindu nurodytas žymuo, kuriuo grindžiamas protestas dėl prašymo įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą, turėjo būti naudojamas „kaip prekių ženklas“ ir privalėjo nurodyti pažymėtų prekių komercinę kilmę, taip pat neleistina šio žymens naudoti kaip geografinės nuorodos, t. y. siekiant užtikrinti šių prekių geografinę kilmę [14].

43. Kalbant bendrai, *The Tea Board* teiginiui prieštarauja tiek Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 1 dalies formuluotė ir jos santykis su to paties straipsnio 2 dalimi, tiek visa Europos Sąjungos prekių ženklo sistema.

44. Viena vertus, pagal Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 1 dalį Europos Sąjungos kolektyvinių prekių ženklai gali būti tik žymenys „dėl kuri[ų] galima ženklo savininke esančios asociacijos narių prekes arba paslaugas atskirti nuo kitoms įmonėms priklausančių prekių arba paslaugų“. Šio straipsnio 2 dalyje nustatyta, kad, nukrypstant nuo to paties reglamento 7 straipsnio 1 dalies c punkto, „pagal 1 dalį“ kolektyviniai ženklai gali būti žymenys arba nuorodos, kuriais prekyboje galima nurodyti geografinę prekių ar paslaugų kilmės vietą. Taigi Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje nurodyti kolektyviniai prekių ženklai yra tik Europos Sąjungos kolektyvinių prekių ženklų, kaip jie suprantami pagal šio straipsnio 1 dalį, kategorija. Pritarimas *The Tea Board* teiginiui reikštų nepaisymą santykio, kurį Sąjungos teisės aktų leidėjas norėjo sukurti tarp žymenų, nurodytų minėtose dvejose nuostatose.

13 Reglamento Nr. 207/2009 67 straipsnio 1 dalyje nurodyta, kad kolektyvinio ženklo paraišką pateikęs asmuo privalo pateikti jo naudojimą reglamentuojančias taisykles su nurodytais „asmen[imis], kuriems leidžiama naudoti ženklą, narystės asociacijoje sąlygo[mis] ir, jei jos yra, ženklo naudojimo sąlygo[mis] kartu su sankcijomis“.

14 Žr. 2011 m. kovo 29 d. Sprendimą *Anheuser-Busch / Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189, 147–150 punktai).

45. Kita vertus, pagal Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 3 dalį šio reglamento nuostatos galioja Europos Sąjungos kolektyviniams ženklams tiek, kiek kitos nuostatos nenustato kitaip [15]. Pagal Reglamento Nr. 207/2009 4 straipsnį žymuo gali būti Europos Sąjungos prekių ženklas tik jeigu „[jis] leidžia atskirti vienos įmonės prekes ar paslaugas nuo kitų įmonių prekių ar paslaugų“. Šią atskyrimo funkciją reikėtų aiškinti taip, kad ji grindžiama prekių ženklu ženklinamų prekių ir paslaugų komercine kilme. Iš tiesų pagal nusistovėjusią jurisprudenciją, prekių ženklo esminė funkcija yra „garantuoti vartotojui ar galutiniam naudotojui juo žymimos prekės ar paslaugos kilmės tapatybę, kad būtų galima neklystant atskirti šią prekę ar paslaugą nuo kitos kilmės prekių ir paslaugų“ [16]. Jokios kitos Reglamento Nr. 207/2009 nuostatos, susijusios su kolektyviniais prekių ženklais, nepaneigia šios kilmės funkcijos, kuri, Teisingumo Teismo teigimu, yra prekių ženklo suteikiamos apsaugos tikslas [17]. Priešingai, Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 1 dalyje patvirtinama, jog šią funkciją atlieka kolektyviniai prekių ženklai, pažymint, kad šiais žymenimis siekiama leisti prekes ar paslaugas, kurioms skirti prekių ženklai, susieti su asociacija, kuriai prekių ženklas priklauso.

46. Žinoma, šie kolektyviniai prekių ženklai taip pat gali atlikti ir kitas funkcijas. Nesipainiodami su sertifikavimo ženklais [18] jie gali patvirtinti tam tikrą jais žymimų prekių arba paslaugų charakteristiką ar kokybę [19]. Konkrečiai Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje nurodyti kolektyviniai prekių ženklai vartotojui nurodo jais žymimų prekių ir paslaugų geografinę kilmę ir jie gali atlikti su teritorija arba vietine gamybos tradicija susijusią kokybės aprašomąją funkciją arba bendrai perteikti teigiamas su geografine vietove, į kurią daroma nuoroda, susijusias savybes [20]. Vis dėlto, nepaisant to, esminė kolektyvinių prekių ženklų funkcija, neatsižvelgiant į tai, ar kalbama apie Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 1 arba 2 dalyje numatytas funkcijas, yra, kaip ir kiekvieno prekių ženklo, kuris reglamentuojamas šiuo reglamentu [21], atskirti jų savininkų prekes ir paslaugas nuo prekių ir paslaugų, kurių kilmė kitokia. Kaip jau minėjau dėl kolektyvinių prekių ženklų, ši atskyrimo funkcija įgyvendinama nurodant asociaciją, kuri yra ženklo savininkė, vartotojui suteikiant informacijos apie šiuo ženklu pažymėtų šios asociacijos narių prekių ir paslaugų bendrą kilmę.

15 Nuo 2017 m. spalio 1 d. Reglamentu 2015/2424 keičiama Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 3 dalies formuluotė nekeičiant esmės.

16 Žr. 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimą *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 28 punktas).

17 Žr. visų pirma 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimą *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 27 punktas).

18 Reglamentu Nr. 2015/2424 Reglamentas Nr. 207/2009 papildytas 74a–74k straipsniais, kurių įsigaliojimo data – 2017 m. spalio 1 d. ir kuriais reglamentuojami Europos Sąjungos sertifikavimo ženklai. Šie ženklai suteikia galimybę sertifikavimo institucijai ar organizacijai leisti sertifikavimo sistemos dalyviams naudoti ženklą prekėms ar paslaugoms, atitinkančioms sertifikavimo reikalavimus, žymėti. Minėtame 74a straipsnyje pažymima, kad sertifikavimas negali būti susijęs su atitinkamų prekių ar paslaugų geografine kilme.

19 Šiuo klausimu Reglamento Nr. 207/2009 67 straipsnyje numatyta, kad kai yra nustatytos prekių ženklo naudojimo sąlygos, kurios, pavyzdžiui, gali būti susijusios su tam tikrų kokybės standartų laikymusi arba specifinio gamybos būdo naudojimu, tai turi būti nurodyta prekių ženklo naudojimą reglamentuojančiose taisyklėse. Be to, pagal Reglamento Nr. 207/2009 73 straipsnį kolektyvinio prekių ženklo savininkas, norėdamas, kad jo teisės nebūtų panaikintos, privalo imtis reikiamų priemonių neleisti ženklo naudoti tokiu būdu, kuris nesuderinamas su jo naudojimo sąlygomis, jeigu šios egzistuoja ir yra nurodytos naudojimą reglamentuojančiose taisyklėse.

20 Šiuo klausimu žr. 1999 m. gegužės 4 d. Sprendimą *Windsurfing Chiemsee* (C-108/97 ir C-109/97, EU:C:1999:230, 26 punktas).

21 Vis dėlto Reglamento Nr. 207/2009 74a straipsnyje, įtrauktame Reglamentu Nr. 2015/2424, sertifikavimo ženklų funkcija aprašoma kitaip. Remiantis šia nuostata, šie ženklai turi būti tokie, „pagal kur[iuos] prekes ar paslaugas, ženklo savininko sertifikuotas atsižvelgiant į medžiagą, prekių pagaminimo arba paslaugų teikimo būdą, kokybę, tikslumą ar kitas charakteristikas, išskyrus geografinę kilmę, galima atskirti nuo tokiu būdu nesertifikuotų prekių ir paslaugų“. Taigi šių ženklų atskyrimo funkcija yra susijusi ne su prekių ar paslaugų komercine kilme, bet su jų sertifikavimu.

47. Ir galiausiai, trečia, *The Tea Board* tvirtina, kad Reglamentas Nr. 207/2009 turi būti aiškinamas atsižvelgiant į Reglamentą Nr. 1151/2012 ir į Susitarimą dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba [22]. Šiuose dviejuose aktuose pripažįstama, kad geografinės nuorodos turi funkciją nustatyti, kad prekė yra kilusi iš tam tikros vietovės, kai – kaip yra ir kolektyvinio prekių ženklo „Darjeeling“ atveju – ženklinamos prekės kokybė, reputacija ar kita charakteristika gali būti priskirtina šiai geografinei kilmei, ir šioms nuorodoms suteikti didesnę apsaugą [23].

48. Pirmiausia reikia priminti, kad 2011 m. pavadinimas „Darjeeling“ buvo įregistruotas kaip pagal Reglamentą Nr. 510/2006 saugoma geografinė nuoroda. Paraiška dėl šio pavadinimo įregistravimo Europos Komisijai pateikta 2007 m. lapkričio 12 d., t. y. prieš *Delta Lingerie* pateikiant paraišką dėl prekių ženklo įregistravimo.

49. Tada, kai *The Tea Board* pateikė savo protestus, dar nebuvo priimtas Reglamentas Nr. 2015/2424 [24]; juo Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnis buvo papildytas 4a dalimi, pagal kurią protestą leidžiama pateikti remiantis paraiška dėl geografinės nuorodos įregistravimo, pateikta iki prekių ženklo paraiškos pagal Sąjungos teisę arba pagal nacionalinę teisę pateikimo ir įregistravimo [25].

50. Be to, nors pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies k punktą VRDT privalėjo paisyti draudimo įregistruoti Reglamento Nr. 510/2006 [26] 14 straipsnio 1 dalyje nurodytus prekių ženklus, šis draudimas buvo taikomas tik paraiškoms dėl įregistravimo, susijusioms su ta pačia prekių klase, kuriai skirta geografinė nuoroda.

51. Darytina išvada, kad nagrinėjamu atveju *The Tea Board* neturėjo galimybės VRDT remtis pavadinimo „Darjeeling“, kaip saugomos geografinės nuorodos, įregistravimu teikiant protestą dėl *Delta Lingerie* pateiktų prekių ženklų paraiškų įregistravimo, nepaisant to, kad paraiška dėl šio pavadinimo įregistravimo buvo pateikta anksčiau nei prekių ženklų paraiškos.

52. Atsižvelgdamas į šią pastabą manau, kad *The Tea Board* argumentą, pateiktą šios išvados 47 punkte, taip pat reikia atmesti.

53. Saugomoms geografinėms nuorodoms ir kolektyviniams prekių ženklams, kuriuos sudaro geografinės nuorodos, taikomos taisyklės labai skiriasi, nors turi tam tikrų bendrų bruožų, pavyzdžiui, apima pareigą įregistruoti ir taisykles, kuriomis nustatomos žymens naudojimo sąlygos. Didžiausi skirtumai yra susiję su saugojamų žymenų rūšimis [27], prekėmis, kurios gali būti žymimos žymenimis [28], griežtais prekės ir teritorijos ryšio reikalavimais, kurie taikomi geografinių nuorodų

22 1994 m. balandžio 15 d. Marakeše pasirašyto susitarimo, kuriuo įsteigiama Pasaulio prekybos organizacija, patvirtinto 1994 m. gruodžio 22 d. Tarybos sprendimu 94/800/EB dėl daugiašalių derybų Urugvajaus raunde (1986–1994) priimtų susitarimų patvirtinimo Europos bendrijos vardu jos kompetencijai priklausančių klausimų atžvilgiu (OL L 336, 1994, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 11 sk., 21 t., p. 80), 1C priede pateiktas Susitarimas dėl intelektinės nuosavybės teisių aspektų, susijusių su prekyba (OL L 336, 1994, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 11 sk., 21 t., p. 80) (toliau – TRIPS susitarimas).

23 *The Tea Board* pirmiausia nurodo Reglamento Nr. 1151/2012 13 straipsnio a–d punktus ir TRIPS susitarimo 22 punktą. Šiomis nuostatomis saugomų geografinių nuorodų apsaugos sritis išplečiama taip, kad apimtų prekių ir paslaugų geografinių nuorodų netinkamą naudojimą, imitavimą ir mėgdžiojimą.

24 2015 m. gruodžio 16 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (ES), iš dalies keičiantis Reglamentą Nr. 207/2009 (OL L 341, 2015, p. 21).

25 Šis pakeitimas įsigaliojo 2016 m. kovo 23 d. Be to, protestų pateikimo metu „Darjeeling“ pavadinimas dar nebuvo įregistruotas kaip geografinė nuoroda.

26 Šioje nuostatoje, kurios turinys iš esmės atitinka Reglamento Nr. 1151/2012 14 straipsnio 1 dalies turinį, nustatyta, kad jeigu geografinė nuoroda yra įregistruota pagal šį reglamentą, prekės ženklą, kurio naudojimas prieštarautų 13 straipsnio 1 daliai ir kuris yra susijęs su tos pačios rūšies produktu, įregistruoti atsisakoma, jei to prekės ženklo registravimo paraiška pateikiama po geografinės nuorodos registravimo paraiškos pateikimo Komisijai dienos.

27 Pagal Reglamento Nr. 1151/2012 5 straipsnio 2 dalį kaip tik pavadinimai (o ne bet koks žymuo, kurį galima pavaizduoti grafiškai) gali būti registruojami kaip geografinės nuorodos.

28 Geografinių nuorodų apsauga yra numatyta tik žemės ūkio ir maisto produktams (Reglamentas Nr. 1151/2012), vynui (2013 m. gruodžio 17 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas Nr. 1308/2013, kuriuo nustatomas bendras žemės ūkio produktų rinkų organizavimas ir panaikinami Tarybos reglamentai (EEB) Nr. 922/72, (EEB) Nr. 234/79, (EB) Nr. 1037/2001 ir (EB) Nr. 1234/2007 (OL L 347, 2013, p. 671)), ir spiritiniams gėrimams (2008 m. sausio 15 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas Nr. 110/2008 dėl spiritinių gėrimų apibrėžimo, apibūdinimo, pateikimo, ženklinimo ir geografinių nuorodų apsaugos bei panaikinantis Tarybos reglamentą (EEB) Nr. 1576/89 (OL L 39, 2008, p. 16)).

įregistravimui [29], bendrinio statuso įgijimo, registracijos atnaujinimo ir teisės į prekių ženklą netekimo taisyklėmis – kurios numatytos tik prekių ženklams – bei apsaugos apimtimi, o saugomoms geografinėms nuorodoms taikoma kur kas didesnė apsauga. Iš geografinių nuorodų sudaryti prekių ženklai ir saugomos geografinės nuorodos yra skirtingi žymenys, kuriais siekiama skirtingų tikslų ir taikomos skirtingos taisyklės.

54. Todėl *The Tea Board* negali remtis su geografinėmis nuorodomis susijusiomis taisyklėmis tam, kad pateiktų argumentus, siekdama pagrįsti savo teiginį, kad esminė Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje nurodytų kolektyvinių prekių ženklų esminė funkcija skiriasi nuo kolektyvinių prekių ženklų, kaip jie suvokiami pagal šio straipsnio 1 dalį, esminės funkcijos ir yra panaši į saugomų geografinių nuorodų esminę funkciją.

55. Kalbant apie tai, kad *The Tea Board* remiasi 2004 m. lapkričio 16 d. Sprendimu *Anheuser-Busch* (C-245/02, EU:C:2004:717, 42 ir 55 punktai) ir 2007 m. birželio 14 d. Sprendimu *Häupl* (C-246/05, EU:C:2007:340, 48 punktas), reikia pažymėti, kad abiejuose šiuose sprendimuose Teisingumo Teismas aiškino Europos Sąjungos prekių ženklų teisės sąvokas atsižvelgdamas į atitinkamas TRIPS susitarimo sąvokas. Kita vertus, nagrinėjamu atveju *The Tea Board* tvirtina, kad Reglamento Nr. 207/2009 nuostatos yra aiškinamos remiantis TRIPS susitarimo nuostatomis, susijusiomis su žymenimis, kurie nėra prekių ženklai.

56. Atsižvelgdamas į visus išdėstytus argumentus manau, kad *The Tea Board* apeliacinio skundo pirmojo pagrindo pirmą dalį reikia atmesti kaip nepagrįstą.

b) Dėl pirmojo pagrindo trečios dalies: galimybės supainioti pobūdžio neteisingas vertinimas kilus prieštaravimui tarp ankstesnio kolektyvinio prekių ženklo, kurį sudaro geografinė nuoroda, ir žymens, dėl kurio pateikta individualaus prekių ženklo paraiška

57. *The Tea Board* tvirtina, kad Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą ir (arba) iškraipė nagrinėjamos bylos faktines aplinkybes, kai skundžiamuose sprendimuose nusprendė, kad kolektyvinio prekių ženklo, kaip jis suprantamas pagal Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalį, atveju atliekant visapusį galimybės supainioti buvimo vertinimą pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą negali būti atsižvelgta į prekių arba paslaugų, žymimų žymenimis, dėl kurių kilo ginčas, realią arba galimą geografinę kilmę ir kad klausimas, ar visuomenė gali manyti, jog aptariamų prekių arba jų gamybai naudojamų žaliavų arba nagrinėjamais prekių ženklais žymimų paslaugų geografinė kilmė yra ta pati, neturi reikšmės.

58. Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkte numatytą sąvoką „galimybė supainioti“ Teisingumo Teismas aiškina atsižvelgdamas į prekių ženklui priskirtą atskyrimo funkciją. Taigi pagal nusistovėjusią jurisprudenciją tokia galimybė supainioti yra, kai visuomenė gali apsirikti dėl aptariamų prekių ar paslaugų kilmės [30].

29 Pagal Reglamento Nr. 1151/2012 5 straipsnį žemės ūkio ir maisto produktų geografinėmis nuorodomis apibūdinamas produktas, kurio kilmės vieta yra konkreti vietovė, regionas arba šalis, kurio tam tikra kokybė, reputacija ar kita savybė iš esmės priskiriama jo geografinei kilmei ir kurio bent vienas iš gamybos etapų vykdomas apibrėžtoje geografinėje vietovėje. Tie patys reikalavimai nėra taikomi Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje numatytiems kolektyviniams prekių ženklams.

30 Dėl pirmosios Direktyvos 89/104 4 straipsnio 1 dalies b punkto žr. 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimą *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 26 punktas).

59. Su šia sąvoka nėra susijusi galimybė vartotojui būti suklaidintam dėl atitinkamų prekių ar paslaugų aspektų, įskaitant jų geografinę kilmę, išskyrus komercinę kilmę. Šiuo klausimu 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendime *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 29 punktas) Teisingumo Teismas pažymėjo, kad „siekiant paneigti minėtos galimybės supainioti buvimą [nepakanka] tiesiog įrodyti, kad visuomenės sąmonėje nėra galimybės supainioti nagrinėjamų prekių gamybos ar paslaugų teikimo vietos“ [31].

60. Iš esmės *The Tea Board* teiginys reiškia prašymą Teisingumo Teismui išaiškinti „galimybės supainioti“ sąvoką prieštaravimo tarp individualaus prekių ženklo ir Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje nurodyto kolektyvinio prekių ženklo atveju, atsižvelgiant į kitokią šiam prekių ženklui priskirtiną funkciją – nurodyti juo žymimų prekių arba paslaugų geografinę kilmę. Kadangi kolektyviniai prekių ženklai, kuriems taikoma ši nuostata, atlieka tą pačią atskyrimo funkciją to paties straipsnio 1 dalyje nurodytų kolektyvinių prekių ženklų atžvilgiu, toks pakartotinis išaiškinimas bet kuriuo atveju negali būti pagrįstas.

61. Be to, reikia pažymėti, kad atsižvelgiant į tai, jog VRDT nepateikė absoliučių atsisakymo įregistruoti prašomus įregistruoti prekės ženklus pagrindų, ji tikrai nusprendė, kad žodį „Darjeeling“, kuris yra vienintelis šių prekių ženklų sudedamasis elementas, reikia laikyti nuoroda, prekyboje galimą naudoti nagrinėjamų prekių ir paslaugų geografinei kilmei nurodyti, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies c punktą [32]. Be to, pats Bendrasis Teismas skundžiamų sprendimų 111 punkte nustatė, kad *The Tea Board* nepateikė jokių įrodymų, galinčių patvirtinti, kad nagrinėjamas geografinis pavadinimas, suinteresuotųjų asmenų požiūriu, yra susijęs su prekėmis arba paslaugomis, kurioms skirtas prašomas įregistruoti prekių ženklas, arba kad minėtą pavadinimą suinteresuotosios įmonės gali naudoti kaip jų geografinės kilmės nuorodą.

62. Darytina išvada, kad net jeigu būtų atsižvelgta į *The Tea Board* nurodytą galimybės supainioti aiškinimą, prašomi įregistruoti prekių ženklai bet kuriuo atveju negalėtų suklaidinti vartotojų dėl jais žymimų prekių ar paslaugų geografinės kilmės, nes žodis „darjeeling“ prašomuose įregistruoti prekių ženkluose šių prekių ir paslaugų vartotojo nebus suvokiamas kaip geografinė nuoroda.

63. Šiomis aplinkybėmis *The Tea Board* iš tikrųjų prašo, kad remiantis jos kolektyviniu prekių ženklu jai būtų pripažinta teisė pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą pateikti protestą dėl prašomo įregistruoti prekių ženklo registracijos, net ir nesant jokios galimybės supainioti, o tai prieštarautų aiškiai šios nuostatos formuluotei.

64. Dėl nurodytų priežasčių manau, kad apeliacinio skundo pirmojo pagrindo trečią dalį reikia atmesti kaip nepagrįstą.

c) Dėl pirmojo pagrindo antros dalies: klaida dėl kriterijų, taikytinų vertinant prekių ir paslaugų panašumą prieštaravimo tarp ankstesnio kolektyvinio prekių ženklo, žyminčio geografinę nuorodą, ir žymens, dėl kurio pateikta individualaus prekių ženklo paraiška, atveju

65. Apeliacinio skundo pirmojo pagrindo antra dalis grindžiama Bendrojo Teismo tariamai padaryta teisės klaida ir (arba) faktinių aplinkybių iškraipymu nusprendus, kad kolektyvinio prekių ženklo, kaip jis suprantamas pagal Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalį, atveju atliekant šių nagrinėjamų prekių ar paslaugų palyginimą pagal minėto reglamento 8 straipsnio 1 dalies b punktą negali būti atsižvelgta į prekių arba paslaugų realią arba galimą geografinę kilmę ir kad šis palyginimas turi būti atliktas vadovaujantis tais pačiais kriterijais, kurie taikomi vertinant individualiais prekių ženklais

31 Dėl paaiškinimų, nesusijusių su nagrinėjamos prekės komercine kilme, nepakankamo reikšmingumo vertinant galimybės supainioti buvimą žr. 2006 m. balandžio 5 d. Sprendimą *Madaus / VRDT – Optima Healthcare (ECHINAID)* (T-202/04, EU:T:2006:106, 31 punktas.)

32 Be to, jeigu VRDT būtų nusprendusi, kad žodis „Darjeeling“ prašomuose įregistruoti prekių ženkluose būtų naudojamas atitinkamų prekių ir paslaugų geografinei kilmei nustatyti, turėjo būti atsisakyta įregistruoti šiuos prekių ženklus kaip klaidinančius pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies g punktą.

žymimų prekių ir paslaugų panašumą arba tapatumą. Nagrinėjamu atveju siekiant įvertinti ankstesniais prekių ženklais žymimos prekės ir prašomais įregistruoti prekių ženklais žymimų prekių ir paslaugų panašumą, reikia kelti klausimą, ar šių prekių ir paslaugų kilmė galėtų būti ta pati. *The Tea Board* manymu, į šį klausimą reikia atsakyti teigiamai.

66. Reikia priminti, kad pagal nusistovėjusią jurisprudenciją, siekiant įvertinti nagrinėjamų prekių ar paslaugų panašumą, reikia atsižvelgti į visus reikšmingus ryšį tarp šių prekių ar paslaugų apibūdinančius veiksnius. Tarp šių veiksnių pirmiausia yra jų pobūdis, paskirtis, naudojimas ir konkurencinis ar papildomasis pobūdis [33] ir jų platinimo būdai [34].

67. Taip pat reikia pažymėti, kad nors pagal jurisprudenciją, regis, reikalaujama, kad nagrinėjamų prekių ar paslaugų panašumas būtų vertinamas remiantis vien komerciniais kriterijais, toks vertinimas yra platesnio galimybės supainioti vertinimo, kaip tai suprantama vadovaujantis ankstesniais šios išvados punktais, dalis. Darytina išvada, kad reikia ne tik pritaikyti tam tikrus iš anksto nustatytus veiksnius, bet taip pat kiekvienu atveju atsižvelgti į tai, jog vartotojas gali manyti, kad nagrinėjamos prekės ar paslaugos turi bendrą komercinę kilmę.

68. Taigi negalima atmesti, kad kai kuriais atvejais paprasto nagrinėjamų prekių ar paslaugų artumo gali pakakti, kad tam tikroje visuomenės dalyje, jeigu prekės žymimos tuo pačiu arba panašiu žymeniu, būtų sukurtas įsitikinimas, kad jas pagamino ta pati įmonė arba tarpusavyje susijusios įmonės.

69. Visų pirma remdamasis ankstesne pastaba negaliu atmesti galimybės, kad kai pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą teikiamas protestas grindžiamas kolektyviniu prekių ženklu (neatsižvelgiant į pagrindą – šio reglamento 66 straipsnio 1 arba 2 dalis), atliekant atitinkamų prekių ar paslaugų panašumo vertinimą remiantis tais pačiais kriterijais, kuriais remiamasi kilus ginčui dėl dviejų individualių prekių ženklų, galima atsižvelgti į šių prekių ženklų ypatingą pobūdį, nes toks veiksnys gali paveikti tai, kaip vartotojas suvokia šių prekių ar šių paslaugų ryšį.

70. Net ir tokiu atveju vertinant šį ryšį galiausiai siekiama nustatyti, ar yra galimybė supainioti žymenis, dėl kurių kilo ginčas, pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktą, o ši galimybė, kaip nurodyta šioje išvadoje, yra susijusi su nagrinėjamų prekių ar paslaugų komercine kilme.

71. Galimos paslaugų, kurios žymimos prašomais įregistruoti prekių ženklais, geografinės kilmės kriterijus tikrai nėra toks, kuris suteiktų informacijos dėl galimybės atitinkamai visuomenei manyti, kad šias paslaugas teikia asociacijos, kuriai priklauso ankstesni kolektyviniai prekių ženklai, nariai arba taip yra bent nagrinėjamu atveju, kai žodis „darjeeling“ prašomuose įregistruoti prekių ženkluose naudojamas tik kaip geografinė nuoroda.

72. Taigi apeliacinio skundo pirmojo pagrindo antrą dalį taip pat reikia atmesti kaip nepagrįstą.

d) Išvada dėl pirmojo pagrindinio apeliacinio skundo pagrindo

73. Remdamasis visais anksčiau išdėstytais argumentais manau, kad *The Tea Board* neįrodė, kad skundžiamuose sprendimuose būtų padaryta teisės klaidų. Dėl kaltinimų iškraipius faktines aplinkybes pakanka pažymėti, kad jie tikrai nebuvo pagrįsti.

74. Taigi visas pirmas pagrindinio apeliacinio skundo pagrindas yra atmestinas.

33 Dėl Pirmosios direktyvos 89/104 4 straipsnio 1 dalies b punkto žr. 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimą *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442, 23 punktas).

34 Žr., *inter alia*, 2007 m. liepos 11 d. Sprendimą *El Corte Inglés / CRDT – Bolaños Sabri (PiraÑAM diseño original Juan Bolaños)* (T-443/05, EU:T:2007:219, 37 punktas).

2. Dėl pagrindinio apeliacinio skundo antrojo pagrindo, grindžiamo Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalies pažeidimu

75. *The Tea Board* mano, kad Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą ir iškraipė faktines aplinkybes, kai skundžiamuose sprendimuose nusprendė, kad teigiamos savybės, su kuriomis siejamas žodinis elementas „darjeeling“, negali būti perkeltos daliai 35 klasės paslaugų ir visoms 38 klasės paslaugoms, kurioms skirti prašomi įregistruoti prekių ženklai, todėl šių prekių ženklų naudojimas *Delta Lingerie* nebuvo niekaip komerciškai naudingas šių paslaugų požiūriu. Bendrasis Teismas taip pat tariamai nepateikė šios išvados motyvų.

76. Šiuo klausimu pakanka pažymėti, kad *The Tea Board* nepateikia nei jokio paaiškinimo, kokia teisės klaida padaryta minėtoje išvadoje, nei pagrindžia savo kaltinimo, grindžiamo faktinių aplinkybių iškraipymu. Todėl abu kaltinimus reikia atmesti.

77. Dėl motyvavimo stokos reikia pažymėti, kad kiekviename iš skundžiamų sprendimų Bendrasis Teismas pabrėžė, jog bylos medžiagoje nenurodyta priežastis, dėl kurios prašomų įregistruoti prekių ženklų naudojimas *Delta Lingerie* būtų komerciškai naudingas 35 klasės paslaugoms, išskyrus mažmeninę prekybą moteriškais apatiniais drabužiais, ir 38 klasės paslaugoms, ir kad *The Tea Board* nepateikė jokios konkrečios informacijos, galinčios įrodyti tokią naudą. Remdamasis tuo, kad nėra įrodymų, kuriais gali būti įrodyta, jog teigiamos savybės, susijusios su žodiniu elementu „darjeeling“, perkeliamos nagrinėjamoms paslaugoms, Bendrasis Teismas pakankamai motyvavo išvadą, kuria remiantis toks perkėlimas nagrinėjamu atveju negali būti įrodytas.

78. Taigi antrasis apeliacinio skundo pagrindas yra atmestinas.

3. Išvada dėl pagrindinio apeliacinio skundo

79. Dėl nurodytų priežasčių abu pagrindinio apeliacinio skundo pagrindus reikia atmesti kaip iš dalies nepriimtinus, iš dalies – nepagrįstus, todėl, mano manymu, pagrindinis apeliacinis skundas negali būti patenkintas. Taigi Teisingumo Teismui siūlau atmesti jį visą.

B. Dėl priešpriešinių apeliacinių skundų

80. Kiekvienam iš savo priešpriešinių apeliacinių skundų pagrįsti *Delta Lingerie* pateikia du pagrindus. Pirmasis grindžiamas tuo, kad Bendrasis Teismas iškraipė atitinkamas prekių ženklų ir saugomų geografinių nuorodų funkcijas. Antrasis grindžiamas prieštaringais motyvais ir teisės klaida taikant Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį.

1. Dėl apeliacinio skundo pirmojo pagrindo, grindžiamo atitinkamų prekių ženklų funkcijų ir saugomų geografinių nuorodų funkcijų iškraipymu

81. *Delta Lingerie* teigia, jog rėmimasis prielaida, kad ankstesnių prekių ženklų geras vardas buvo įrodytas, ir šios prielaidos grindimas klaidinga išvada, kad pavadinimo „Darjeeling“, kaip arbatai skirtos saugomos geografinės nuorodos, geras vardas galėtų būti perkeliamas tokiam pačiam žymeniui, kuris kaip kolektyvinis prekių ženklas skirtas tapačioms prekėms, Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą, nes iškraipė atitinkamas abiejų šių žymenų rūšių funkcijas.

82. Mano supratimu, šis pagrindas grindžiamas klaidingu skundžiamų sprendimų aiškinimu.

83. Reikia pažymėti, jog skundžiamų sprendimų 79 punkte Bendrasis Teismas pažymėjo, kad, kalbant apie tai, ar ankstesni prekių ženklai turi gerą vardą pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį, ginčijamo sprendimo tekstas yra „mažų mažiausiai dviprasmiškas“, ir kad iš „vieninteli[o] nedviprasmišk[o] [šių sprendimų dalies, kurioje nagrinėjamas šis klausimas] sakin[io]“ matyti, kad Apeliacinė taryba galutinai nenusprendė dėl ankstesnių prekių ženklų gero vardo buvimo. Konstatavęs, kad Apeliacinė taryba vis dėlto atliko analizę pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį, skundžiamų sprendimų 80 punkte Bendrasis Teismas nusprendė, jog ji tikrai turėjo remtis prielaida, kad toks geras vardas buvo įrodytas.

84. Viena vertus, priešingai, nei teigia *Delta Lingerie*, Bendrasis Teismas pats nepateikė tokios prielaidos, o tik konstatavo, kad tai padarė Apeliacinė taryba. Kita vertus, minėta prielaida buvo susijusi su ankstesnių prekių ženklų gero vardo įrodymu, o ne, kaip teigia *Delta Lingerie*, su elementais, kurių pagrindu toks įrodymas gali būti pateiktas.

85. Tai konstatuodamas Bendrasis Teismas ne tik pats neišsakė savo pozicijos dėl klausimo, ar buvo įrodytas ankstesnių prekių ženklų geras vardas, bet taip pat nei tiesiogiai, nei netiesiogiai nepareiškė nuomonės dėl klausimo, ar, siekiant tai įrodyti, pavadinimo „Darjeeling“, kaip arbatai skirtos saugomos geografinės nuorodos, geras vardas galėjo būti perkeltas tokiam pačiam žymeniui, kuris kaip kolektyvinis prekių ženklas skirtas tapačioms prekėms.

86. Priešingai šiai išvadai, negali būti teigiama, kad prielaida, kuria remiantis ankstesnių prekių ženklų geras vardas buvo įrodytas, galėtų būti daroma tik atsižvelgus į tokį gero vardo perkėlimą. Iš tiesų, viena vertus, iš ginčijamų sprendimų nėra aiškiai matyti, visų pirma dėl jų dviprasmiško teksto, kad neatsižvelgimas į tokio perkėlimo galimybę buvo vienintelis aspektas, Protestų skyriaus analizuotas vertinant ankstesnių prekių ženklų gerą vardą, kurį kritikavo Apeliacinė taryba. Kita vertus, pastaroji pati aiškiai neišsakė savo pozicijos, juo labiau nepateikė galutinio sprendimo nei dėl tokios galimybės, nei dėl vėlesnio klausimo, ar nagrinėjamos bylos aplinkybėmis gero vardo pripažinimo pakaktų, kad būtų įrodytas geras ankstesnių prekių ženklų vardas pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį, arba bent jau vieno iš jų.

87. Kita vertus, išvada, kad Bendrasis Teismas nepriėmė sprendimo dėl klausimo, ar saugomos geografinės nuorodos geras vardas gali būti perkeltas Reglamento Nr. 207/2009 66 straipsnio 2 dalyje nurodytam kolektyviniam prekių ženklui siekiant taikyti šio reglamento 8 straipsnio 5 dalį, patvirtinta skundžiamų sprendimų 147 punkte, kuriame Bendrasis Teismas, kiekvienoje iš bylų nusprendęs iš dalies panaikinti ginčijamus sprendimus, pažymėjo, kad pirmiausia Apeliacinė taryba turi priimti galutinį sprendimą dėl ankstesnių prekių ženklų gero vardo buvimo ir, jei reikia, dėl jo stiprumo.

88. Iš to, kas pasakyta, darytina išvada, kad kiekvieno iš priešpriešinių apeliacinių skundų pirmąjį pagrindą reikia atmesti, nes jis grindžiamas neteisingu skundžiamų sprendimų aiškinimu ir yra susijęs su teisės klausimu, kurio Bendrasis Teismas nesprendė.

2. Dėl priešpriešinių apeliacinių skundų antrojo pagrindo, grindžiamo prieštaringais motyvais ir teisės klaida taikant Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį

89. Remdamasi savo apeliacinio skundo antruoju pagrindu *Delta Lingerie* teigia, pirma, kad Bendrasis Teismas prieštaravo sau ir pažeidė pareigą pateikti motyvus, kai skundžiamų sprendimų 141 punkte nusprendė, jog niekas netrukdo tam, kad visuomenės, kuriai skirti prašomi įregistruoti prekių ženklai, dėmesys būtų pritrauktas perkeliant prašomiems įregistruoti prekių ženklams su Dardžilingo regionu susijusias vertybes ir teigiamas savybes, nors šių sprendimų 107, 111 ir 120 punktuose jis nusprendė, kad nėra ryšio tarp prekių ir paslaugų, kurioms skirti prašomi įregistruoti prekių ženklai, ir minėto regiono, ir kad nėra jokio panašumo tarp šių prekių ir paslaugų ir ankstesniais prekių ženklais žymimos prekės.

90. Manau, kad šiam priekaištui negali būti pritarta. Iš tiesų skundžiamų sprendimų 107, 111 ir 120 punktuose, kuriais remiasi *Delta Lingerie*, nagrinėjama nemenka rizika pakenkti ankstesnių prekių ženklų skiriamajam požymiui, o šių sprendimų 141 punkte nagrinėjama, ar yra rizika, kad neteisėtai naudojant prašomus įregistruoti prekių ženklus gali būti nesąžiningai pasinaudota ankstesnių prekių ženklų skiriamuoju požymiu arba geru vardu. Vertinant šias dvi rizikos rūšis reikia atsižvelgti į įvairius elementus. Taigi vertinant žalą ankstesnio prekių ženklo skiriamajam požymiui reikia atsižvelgti į prekių ar paslaugų, kurioms šis prekių ženklas registruotas, vidutinių vartotojų ekonominį elgesį, o vertinant, ar yra „free-riding“ rizika, analizė atliekama vidutinio prekių arba paslaugų, kurioms skirtas prašomas įregistruoti prekių ženklas, vartotojo požiūriu.

91. Taigi Bendrasis Teismas galėjo sau neprieštaraudamas nuspręsti, kad ankstesniais kolektyviniais prekių ženklais žymimos prekės vartotojas negali pamanyti, kad prekės ir paslaugos, nurodytos *Delta Lingerie* pateiktose prekių ženklų paraiškose, yra iš Dardžilingo regiono ir kad šių prekių ir paslaugų vartotojas būtų pritrauktas dėl su minėtu regionu susijusių vertybių ir teigiamų savybių.

92. Šios išvados nepaneigia faktinė aplinkybė, kurią pažymi *Delta Lingerie*, kad dalis ankstesniais kolektyviniais prekių ženklais žymimų prekių vartotojų ir prekių ir paslaugų, kurioms skirti prašomi įregistruoti prekių ženklai, vartotojų yra tie patys. Iš tiesų šių vartotojų suvokimą ir elgesį Bendrasis Teismas nagrinėjo įvairiais aspektais (gebėjimas priskirti ir atpažinti nagrinėjamų prekių ar paslaugų geografinę kilmę ir polinkis būti suviliotiems stiprios sąsajos su geografine nuoroda) ir atsižvelgdamas į skirtingus pirkimo būdus.

93. Antra, *Delta Lingerie* tvirtina, kad Bendrasis Teismas padarė teisės klaidą, kai taikė Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalį ir skundžiamuose sprendimuose nusprendė, kad yra rizika, jog bus gauta naudos nepagrįstai naudojant prašomus įregistruoti prekių ženklus, kaip tai suprantama pagal šią nuostatą, nepaisant to, kad konstatavo, jog Apeliacinė taryba neatliko jokios konkrečios analizės dėl žymenų, dėl kurių kilo ginčas, susiejimo visuomenės sąmonėje.

94. Šiuo klausimu pakanka pažymėti, kad Bendrasis Teismas, pirma, konstatavo, kad Apeliacinės tarybos analizė yra grįsta prielaida, jog toks susiejimo ryšys yra, tada ginčijamų sprendimų teisėtumo klausimą nagrinėjo Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalies požiūriu ir išnagrinėjęs šį klausimą padarė išvadą, kad ši nuostata buvo pažeista. Taip nusprendęs Bendrasis Teismas nepažeidė, priešingai, nei teigia *Delta Lingerie*, Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 5 dalies taikymo sąlygų.

3. Išvada dėl priešpriešinių apeliacinių skundų

95. Kadangi išnagrinėjus priešpriešinių apeliacinių skundų pagrindus negalima nustatyti jokio *Delta Lingerie* nurodyto pažeidimo skundžiamuose sprendimuose, manau, kad visi minėti apeliaciniai skundai turi būti atmesti.

VI. Išvada

96. Remdamasis visais išdėstytais argumentais siūlau Teisingumo Teismui atmesti tiek pagrindinius, tiek priešpriešinius apeliacinius skundus, ir iš *The Tea Board* priteisti bylinėjimosi išlaidas, susijusias su pirmaisiais, o iš *Delta Lingerie* priteisti bylinėjimosi išlaidas, susijusias su antraisiais.