BENDROJO TEISMO (šeštoji kolegija) SPRENDIMAS

2016 m. gegužės 12 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas — Vaizdinio Europos Sąjungos prekių ženklo „Mark1“ paraiška — Absoliutus atmetimo pagrindas — Skiriamojo požymio nebuvimas — Reglamento (EB) Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktas“

Byloje T-32/15

GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH, įsteigta Kloster Lehnin (Vokietija), atstovaujama advokatų I. Memmler ir S. Schulz,

ieškovė,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą D. Walicka,

atsakovę,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2014 m. spalio 29 d. EUIPO pirmosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 647/2014-1), susijusio su paraiška įregistruoti vaizdinį žymenį „Mark1“ kaip Europos Sąjungos prekių ženklą,

BENDRASIS TEISMAS (šeštoji kolegija),

kurį sudaro kolegijos pirmininkas S. Frimodt Nielsen, teisėjai F. Dehousse ir A. M. Collins (pranešėjas),

posėdžio sekretorė A. Lamote, administratorė,

susipažinęs su ieškiniu, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2015 m. sausio 22 d.,

susipažinęs su atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2015 m. kovo 31 d.,

įvykus 2016 m. sausio 28 d. posėdžiui, kuriame EUIPO nedalyvavo,

priima šį

* Proceso kalba: vokiečių.

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

1 2013 m. rugpjūčio 8 d. ieškovė *GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH*, remdamasi 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1), pateikė Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai (EUIPO) paraišką įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą.

2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra šis vaizdinis žymuo:



3 Pagal peržiūrėtą ir iš dalies pakeistą 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartį dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti prekės, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, priklauso 9 ir 34 klasėms ir pagal kiekvieną iš jų atitinka šį aprašymą:

— 9 klasė: „Elektrinių cigarečių, elektroninių cigarečių, elektrinių cigarų, elektroninių cigarų, elektrinių cigarilių, elektroninių cigarilių, elektrinių pypkių, elektroninių pypkių ir tabako purškiklių baterijos, tabako gaminiai ir tabako pakaitalai; elektrinių cigarečių, elektroninių cigarečių, elektrinių cigarų, elektroninių cigarų, elektrinių cigarilių, elektroninių cigarilių, elektrinių pypkių, elektroninių pypkių ir tabako purškiklių akumuliatoriai, tabako gaminiai ir tabako pakaitalai; elektros akumuliatorių įkrovimo įtaisai, automobiliniai adapteriai; kabeliai elektrinių cigarečių, elektroninių cigarečių, elektrinių cigarų, elektroninių cigarų, elektrinių cigarilių, elektroninių cigarilių, elektrinių pypkių, elektroninių pypkių ir tabako purškiklių kabeliai, tabako gaminiai ir tabako pakaitalai; elektrinių cigarečių, elektroninių cigarečių, elektrinių cigarų, elektroninių cigarų, elektrinių cigarilių, elektroninių cigarilių, elektrinių pypkių, elektroninių pypkių ir tabako purškiklių elektroninės ir elektrinės dalys, tabako gaminiai ir tabako pakaitalai“,

— 34 klasė: „Tabako lapai; tabako gaminiai, priklausantys 34 klasei, visų pirma nikotino pleistrai, kurių pagrindas yra kramtomasis tabakas, cigarai, cigaretės, cigarilės, smulkus tabakas, pypkių tabakas, uostomasis tabakas, tabako pakaitalai, cigarai ir cigaretės, kurių sudėtyje yra tabako pakaitalų (ne medicinos reikmėms); rūkymo reikmenys, visų pirma tabako talpyklos, cigarečių dėklai, cigarečių kandikliai, peleninės (visi nurodyti gaminiai, išskyrus pagamintus iš brangiųjų metalų ar jais padengtus), cigaretinis popierius, cigarečių dėžutės, cigarečių filtrai, pypkės, kišeninės cigarečių mašinėlės, žiebtuvėliai, priskirti prie 34 klasės; degtukai; cigarečių dėžutės iš brangiųjų metalų; cigarečių kandikliai iš brangiųjų metalų; cigarų dėklai ir dėžutės iš brangiųjų metalų ir mediniai; cigarų dėžutės iš brangiųjų metalų; cigarų kandikliai iš brangiųjų metalų; elektrinės cigaretės, elektroninės cigaretės, elektriniai cigarai, elektroniniai cigarai, elektrinės cigarilės, elektroninės

cigarilės, elektrinės pypkės ir elektroninės pypkės; elektrinių cigarečių, elektroninių cigarečių, elektroninių cigarų, elektrinių cigarilių ir elektrinių pypkių pildymo skysčiai, ampulės ir kasetės; elektroninių rūkymo aparatų ir elektroninių cigarečių pildymo skysčiai; elektroninių cigarečių ir elektroninių rūkymo prietaisų papildymo kasetės; garintuvai, elektroninių cigarečių ir elektroninių rūkymo prietaisų kvapų garintuvai; tabako, tabako gaminių ir tabako pakaitalų purkštuvai; elektroninių cigarečių ir elektroninių rūkymo prietaisų bei tabako, tabako gaminių ir tabako pakaitalų purkštuvų dalys, detalės; bet kokios paskirties maišeliai ir talpyklos, visų pirma minėtoms prekėms; minėtoms prekėms skirtos dalys bei priedai“.

4 2014 m. sausio 8 d. sprendimu ekspertas atmetė registracijos paraišką, kiek tai susiję su visomis atitinkamomis prekėmis, nurodydamas, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamojo požymio, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą.

5 2014 m. kovo 3 d. ieškovė padavė EUIPO apeliaciją dėl šio sprendimo.

6 2014 m. spalio 29 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) EUIPO pirmoji apeliacinė taryba apeliaciją atmetė.

7 Apeliacinė taryba nusprendė, kad atitinkamą visuomenę sudaro tiek plačiajai, tiek specialių žinių turinčiai visuomenei priklausantys vidutiniai vartotojai. Ji nurodė, kad prašomas įregistruoti žymuo yra vaizdinis prekių ženklas, kurį sudaro žodis „mark“ ir skaitmuo 1. Ji teigė, kad paprastai skaitmuo 1 nurodo pirmą arba geriausią vietą klasifikacijoje ir kad žodis „mark“ yra angliškas žodis, kuris yra žodžio „trademark“, t. y. prekių ženklo, sinonimas. Todėl, Apeliacinės tarybos nuomone, prašomas įregistruoti žymuo yra nuoroda į tai, kad nagrinėjamos prekės užima pirmą vietą cigarečių prekių ženklų klasifikacijoje. Grafinių elementų ir spalvų derinio, t. y. juodos spalvos žodžio „mark“ ir raudonos spalvos skaitmens 1, nepakanka, kad prašomam įregistruoti žymeniui būtų suteiktas skiriamasis požymis. Iš tiesų raudona spalva daro užuominą į tai, kad prekė yra „numeris 1“. Be to, raidžių šriftas nėra neįprastas. Vadinasi, prašomas įregistruoti žymuo atlieka tik reklamos funkciją ir neleidžia daryti išvados dėl prekių kilmės. Todėl Apeliacinė taryba nusprendė, kad jis negali būti įregistruotas.

Šalių reikalavimai

8 Ieškovė Bendrojo Teismo prašo:

— panaikinti ginčijamą sprendimą,

— priteisti iš EUIPO bylinėjimosi išlaidas.

9 EUIPO Bendrojo Teismo prašo:

— atmesti ieškinį kaip nepagrįstą,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

10 Grįsdama ieškinį ieškovė nurodo vienintelį pagrindą, susijusį su Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu.

11 Pirma, ieškovė tvirtina, kad žodis „mark“ nėra apibūdinamasis. Jos teigimu, jei jis reiškia prekių ženklą arba yra angliško žodžio „trademark“ sinonimas, reikia labai lakios vaizduotės tam, kad nebūtų suteiktas prekei pavadinimas, o tik ji būtų laikoma prekių ženklu. Beje, šis žodis vokiškai galėtų taip pat reikšti žymėjimą arba įbrėžimą, arba ankstesnio Vokietijos piniginio vieneto santrumpą. Be to, žodis „mark“ yra labai gerai žinomas angliškas vardas; ieškovė išvardijo kelis šį vardą turinčius įžymius asmenis. Dėl šių priežasčių, ieškovės nuomone, šis žodis turi skiriamąjį požymį.

12 Ieškovė taip pat nurodo, kad jau anksčiau EUIPO yra įregistravusi žodį „mark“, kai kuriais atvejais susietą su skaitmenimis, kaip prekių ženklą.

13 Antra, ieškovė tvirtina, kad skaitmuo 1 suvokiamas kaip reklaminė nuoroda tik jeigu jis yra susietas su konkrečiu gaminiu ir žodžiu „numeris“. Šioje byloje, vidutinio vartotojo požiūriu, paprasčiausiai su skaitmeniu 1 susietas žodis „mark“ tokios reikšmės neturi.

14 Ieškovė nurodo, kad EUIPO taip pat įregistravo skaitmenį 1 apimančius prekių ženklus, kaip antai prekių ženklą „Bank One“, skirtą banko ir finansinėms paslaugoms. Be to, ji remiasi vienu *Bundespatentgericht* (Federalinis patentų teismas, Vokietija) sprendimu.

15 Ieškovė priduria, kad žodis „mark“ gali būti saugomas. Todėl negalima pagrįstai teigti, jog vien pridėjus skaitmenį 1, jį galima pakeisti į terminą, neturintį skiriamojo požymio.

16 Nors prekių ženklo „Mark Adams No1“ cigarečių reklaminis šūkis yra „Prekių ženklas Nr. 1“, ieškovės teigimu, vartotojas nemano, kad šis šūkis nurodo klasifikaciją, t. y. kad parduodama daugiausia šiuo prekių ženklu pažymėtų prekių. Anot jos, yra atvirkščiai: vidutinis vartotojas žino, kad šiuo prekių ženklu žymimų cigarečių pardavimas rinkoje neužima pirmos vietos.

17 Bet kuriuo atveju, net jei prašomas įregistruoti prekių ženklas būtų suprantamas kaip reklaminis šūkis, pagal teismo praktiką tai nebūtų pakankama priežastis paneigti bet kokį jo skiriamąjį požymį. Ieškovė nurodo, kad reklaminiai šūkiai neturi skiriamojo požymio tik tada, kai jų naudojimas nagrinėjamoms prekėms ir paslaugoms yra įprastas ir kai jie negali nurodyti kilmės. Tačiau šioje byloje taip nėra.

18 Trečia, ieškovė tvirtina, kad prašomo įregistruoti prekių ženklo grafinė koncepcija prisideda prie jo skiriamojo požymio sustiprinimo. Jos nuomone, santykinai paprasta prašomo įregistruoti žymens grafinė koncepcija leidžia vartotojui lengvai jį prisiminti, kad galėtų identifikuoti prekių kilmę. Be to, tai, kad žodis „mark“ parašytas mažosiomis juodos spalvos raidėmis, o skaitmuo 1 yra ryškesnis, nes yra dvigubai didesnis ir raudonos spalvos, leidžia išskaidyti žymenį į du vizualiai atskirus elementus.

19 Atsižvelgdama į tai, kas nurodyta, ieškovė teigia, kad prašomas įregistruoti žymuo, kalbant apie 9 ir 34 klasių prekes, turi skiriamąjį požymį.

20 EUIPO atmeta šiuos argumentus kaip nepagrįstus.

21 Visų pirma EUIPO teigia, jog žymuo yra tiesioginis pagyrimas ir skiriamasis tik tuo atveju, jei jį taip pat galima suvokti kaip kilmės nuorodą, o taip šioje byloje nėra dėl ginčijamame sprendime išdėstytų priežasčių. Ji priduria, jog tai, kad prašomas įregistruoti žymuo gali turėti kitų reikšmių nei ta, kuria grindžiamas ginčijamas sprendimas, nėra lemiamas veiksnys. Iš tiesų vien dviprasmybė negali suteikti skiriamojo požymio, kai viena iš reikšmių galima grįsti atsisakymą registruoti.

22 Be to, EUIPO tvirtina, kad šioje byloje grafinė žymens konfigūracija neįrodo skiriamojo požymio. Remiantis teismo praktika lemiamas klausimas yra tai, ar, vidutinio vartotojo požiūriu, vaizdiniai elementai keičia prekių ženklo reikšmę, kiek tai susiję su nagrinėjamomis prekėmis. Pasak EUIPO, nagrinėjama byla panaši į kitus atvejus, kai teismo praktikoje buvo padaryta išvada, kad grafinė konfigūracija negali paveikti žodinio elemento vertinimo.

23 Galiausiai anksčiau įregistruoti prekių ženklai, kuriuose yra su skaitmeniu susietas žodis „mark“, nėra panašūs, nes atmetimas grindžiamas skaitmens 1 reikšme. Be to, apeliacinių tarybų sprendimų teisėtumas turi būti vertinamas remiantis tik Reglamentu Nr. 207/2009, o ne ankstesne jų sprendimų praktika.

24 Pagal Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą neregistruojami „jokio skiriamojo požymio neturintys prekių ženklai“. Be to, minėto reglamento 7 straipsnio 2 dalyje teigiama, kad „1 dalies nuostatos taikomos, net jeigu prekių ženklo neregistravimo pagrindai galioja tiktai dalyje [Europos Sąjungos]“.

25 Argumentas, grindžiantis Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktą, yra susijęs su esmine prekių ženklo funkcija – garantuoti vartotojui ar galutiniam naudotojui prekių ženklu žymimos prekės ar paslaugos kilmę (2011 m. sausio 21 d. Sprendimo *BSH / VRDT (executive edition)*, T-310/08, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2011:16, 22 punktas).

26 Taigi laikantis Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkte numatyto absoliutaus atsisakymo registruoti pagrindo siekiama užtikrinti tai, kad šis vartotojas ar galutinis naudotojas galėtų neklysdamas atskirti šias prekes ar paslaugas nuo kitos kilmės prekių ar paslaugų. Todėl skiriamąjį požymį, kaip suprantama pagal šį straipsnį, turi toks prekių ženklas, kuris leidžia identifikuoti prekę ar paslaugą, kuriai prašoma registracijos, kaip pagamintą ar suteiktą konkrečios įmonės ir taip atskirti šią prekę ar paslaugą nuo kitų įmonių prekių ar paslaugų (2011 m. sausio 21 d. Sprendimo *executive edition*, T-310/08, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2011:16, 22 punktas).

27 Nebūtina, kad prekių ženklas teiktų tikslią informaciją apie prekės gamintojo ar paslaugos teikėjo tapatybę. Pakanka, kad prekių ženklas leistų suinteresuotajai visuomenei atskirti juo pažymėtą prekę ar paslaugą nuo kitos komercinės kilmės prekių ar paslaugų (2011 m. sausio 21 d. Sprendimo *executive edition*, T-310/08, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2011:16, 22 punktas).

28 Skiriamojo požymio neturi, kaip tai suprantama pagal nurodytą nuostatą, tie žymenys, kurie negali atlikti esminės prekių ženklo funkcijos, t. y. nurodyti prekių ar paslaugų kilmės, kad vartotojas, kuris įsigyja šiuo prekių ženklu pažymėtą prekę arba paslaugą, vėliau galėtų vėl ją įsigyti, jeigu patirtis buvo teigiama, arba jos neįsigyti, jeigu ji buvo neigiama (2004 m. kovo 31 d. Sprendimo *Fieldturf / VRDT (LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS)*, T-216/02, EU:T:2004:96, 23 punktas).

29 Skiriamasis požymis turi būti įvertintas atsižvelgiant į prekes ar paslaugas, kurioms prašoma registracijos, ir į tai, kaip jį suvokia pakankamai informuota ir protingai pastabi bei nuovoki atitinkama visuomenė (2004 m. kovo 31 d. Sprendimo *LOOKS LIKE GRASS... FEELS LIKE GRASS... PLAYS LIKE GRASS*, T-216/02, EU:T:2004:96, 26 punktas ir 2011 m. sausio 21 d. Sprendimo *executive edition*, T-310/08, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2011:16, 24 punktas).

30 Prekių ženklų, sudarytų iš elementų, kurie taip pat naudojami kaip reklaminiai šūkiai, kokybės nuorodos ar posakiai, skatinantys pirkti prekes ar paslaugas, kurioms šie prekių ženklai skirti, negalima atsisakyti įregistruoti dėl tokio naudojimo. Kalbant apie tokių prekių ženklų skiriamųjų požymių vertinimą, pažymėtina, kad jam neturi būti taikomi griežtesni kriterijai, nei taikomi kitiems žymenims (2011 m. sausio 21 d. Sprendimo *executive edition*, T-310/08, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2011:16, 25 punktas ir 2014 m. vasario 12 d. Sprendimo *Oetker Nahrungsmittel / VRDT (La qualité est la meilleure des recettes)*, T-570/11, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2014:72, 22 punktas).

31 Negalima reikalauti, kad reklaminis šūkis turėtų vaizduotės elementą ar netgi koncepcijų nesuderinamumą, kuris keltų nuostabą ir dėl to galėtų išlikti atmintyje, kad būtų pripažintas turinčiu skiriamąjį požymį (2014 m. vasario 12 d. Sprendimo *La qualité est la meilleure des recettes*, T-570/11, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2014:72, 25 punktas ir 2015 m. sausio 29 d. Sprendimo *Blackrock / VRDT (INVESTING FOR A NEW WORLD)*, T-59/14, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2015:56, 22 punktas).

32 Be to, vien aplinkybės, kad suinteresuotoji visuomenė suvokia prekių ženklą kaip reklaminę frazę ir kad, atsižvelgiant į jo pagiriamąjį pobūdį, jį iš esmės gali perimti ir kitos įmonės, savaime nepakanka išvadai, kad šis prekių ženklas neturi skiriamojo požymio (2014 m. vasario 12 d. Sprendimo *La qualité est la meilleure des recettes*, T-570/11, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2014:72, 26 punktas).

33 Žodinio prekių ženklo pagiriamoji konotacija neužkerta kelio jo tinkamumui garantuoti vartotojams juo žymimų prekių ar paslaugų kilmę. Taigi suinteresuotoji visuomenė gali suvokti tokį prekių ženklą kartu kaip reklaminę frazę ir kaip prekių ar paslaugų komercinės kilmės nuorodą. Vadinasi, jeigu visuomenė suvoks prekių ženklą kaip tokios kilmės nuorodą, aplinkybė, kad jis kartu ar net pirmiausia bus suvokiamas kaip reklaminė frazė, neturės reikšmės jo skiriamajam požymiui (2010 m. sausio 21 d. Sprendimo *Audi / VRDT*, C-398/08 P, EU:C:2010:29 45 punktas; 2014 m. vasario 12 d. Sprendimo *La qualité est la meilleure des recettes*, T-570/11, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2014:72, 27 punktas ir 2015 m. sausio 29 d. Sprendimo *INVESTING FOR A NEW WORLD*, T-59/14, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2015:56, 24 punktas).

34 Kitaip tariant, prekių ženklas, kurį sudaro reklaminis šūkis, turi būti laikomas neturinčiu skiriamojo požymio, jei atitinkama visuomenė gali jį suvokti tik kaip paprastą reklaminę frazę. Tačiau turi būti pripažįstama, jog toks prekių ženklas turi skiriamą požymį, jei atitinkama visuomenė, be jo reklaminės funkcijos, gali iš karto jį suvokti kaip atitinkamų prekių ir paslaugų komercinės kilmės nuorodą (2014 m. birželio 12 d. Nutarties *Delphi Technologies / VRDT*, C-448/13 P, neskelbiamos Rinkinyje, EU:C:2014:1746, 36 punktas ir 2015 m. lapkričio 24 d. Sprendimo *Intervog / VRDT (meet me)*, T-190/15, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2015:874, 20 punktas).

35 Dėl vaizdinių žymenų reikia nurodyti, kad, norint įvertinti nagrinėjamo žymens skiriamąjį požymį, reikia išnagrinėti, ar, protingai pastabių vidutinių vartotojų požiūriu, dėl vaizdinių elementų prašomas įregistruoti prekių ženklas gali būti suvokiamas kitaip nei paprasčiausi pavartoti žodiniai elementai (šiuo klausimu žr. 2015 m. lapkričio 24 d. Sprendimo *meet me*, T-190/15, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2015:874, 30 punktą).

36 Atsižvelgiant į šiuos principus, reikia nagrinėti šią bylą.

37 Žymimos prekės yra iš tabako pagamintos prekės, elektroninės cigaretės ir susijusios 9 ir 34 klasių prekės.

38 Dėl atitinkamos visuomenės Apeliacinė taryba nusprendė, o ieškovė jai neprieštaravo, kad tai yra, viena vertus, plačioji visuomenė ir, kita vertus, specialių žinių turinti visuomenė. Kadangi prašomas įregistruoti prekių ženklas yra sudarytas iš žodžio „mark“, kurį gali suprasti anglakalbė visuomenė, Apeliacinė taryba teisingai atsižvelgė į šią visuomenę ir ji neprivalėjo taip pat atsižvelgti į kitą visuomenę.

39 Kalbant apie prašomą įregistruoti žymenį, ieškovės argumentai iš esmės gali būti apibendrinami kaip nurodoma toliau. Pirma, žodis „mark“ gali turėti kelias reikšmes, todėl jis negali būti laikomas neturinčiu skiriamojo požymio. Antra, skaitmuo 1 negali būti suvokiamas tiesiog kaip reklaminė nuoroda. Net jeigu prašomas įregistruoti žymuo būtų aiškinamas kaip reklaminis šūkis, jis turėtų skiriamąjį požymį. Trečia, skiriamąjį požymį sustiprina grafinė žymens koncepcija.

40 Šiuo klausimu reikia nurodyti, kad tai, jog žodis „mark“ gali turėti kelias reikšmes, nėra lemiamas veiksnys. Ieškovė neginčija, kad viena iš šių reikšmių yra prekių ženklas. Atlikdamas visapusį prašomo įregistruoti prekių ženklo vertinimą Bendrasis Teismas mano, kad juo akivaizdžiai ir iš esmės giriamos ir reklamuojamos atitinkamos prekės. Iš tiesų juo iš esmės bandoma įteigti atitinkamai visuomenei, kad paraiškoje nurodytų prekių atveju tai yra „prekių ženklas Nr. 1“. Susidūrusi su šiuo prekių ženklu atitinkama visuomenė neįžvelgs jokios komercinės šių prekių kilmės nuorodos, o matys tik reklaminę informaciją, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas yra „numeris 1“.

41 Prašomo įregistruoti žymens giriamoji ir reklaminė reikšmė (būtent taip atitinkama visuomenė jį iš karto suvokia) užgožia bet kokią atitinkamų prekių komercinės kilmės nuorodą, todėl šio prekių ženklo atitinkama visuomenė neprisimins kaip kilmės nuorodos. Reikia priminti, kad pagal teismo praktiką tai, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas gali turėti kelias reikšmes, nebūtinai reiškia, kad jis turi skiriamąjį požymį, kai atitinkama visuomenė jį iš karto suvokia kaip perduodantį reklaminę informaciją, o ne kaip atitinkamų prekių ar paslaugų komercinė kilmės nuorodą (2015 m. spalio 8 d. Sprendimo *Société des produits Nestlé / VRDT (NOURISHING PERSONAL HEALTH)*, T-336/14, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2015:770, 41 punktas). Net jeigu tai, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas gali turėti kelias reikšmes, yra viena iš charakteristikų, kuri iš principo gali suteikti žymeniui skiriamąjį požymį, tai nėra lemiamas veiksnys sprendžiant dėl šio skiriamojo požymio (2015 m. sausio 29 d. Sprendimo *INVESTING FOR A NEW WORLD*, T-59/14, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2015:56, 38 punktas).

42 Vadinasi, prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro ne prekių komercinės kilmės nuoroda, o veikiau reklaminis šūkis ir jis neturi reikalaujamo minimalaus skiriamojo požymio. Todėl nėra pagrindo ginčyti Apeliacinės tarybos vertinimo, kad jis savaime neapima elementų, kurie suteiktų jam skiriamąjį požymį.

43 Dėl vaizdinių elementų reikšmės Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad grafiniai elementai yra paprasto pobūdžio ir niekaip nekeičia prašomo įregistruoti prekių ženklo žodinio elemento vertinimo.

44 Šiuo klausimu reikia nurodyti, kad juodos spalvos, kuria parašytas žodis, ir raudonos spalvos, kuria parašytas skaitmuo, derinys, nežymiai išsiskiriantis šriftas ir skirtingo dydžio žodis ir skaitmuo yra per mažai saviti, todėl nesuteikia jokio skiriamojo požymio visam prašomam įregistruoti prekių ženklui. Iš tiesų, kalbant apie fantaziją ar būdą, kuriuo jie sujungti, reikia pasakyti, kad šie elementai neturi požymių, leidžiančių prekių ženklui įvykdyti esminę funkciją, kiek tai susiję su prekėmis, nurodytomis registracijos paraiškoje.

45 Galiausiai reikia taip pat atmesti ieškovės argumentą, kad Apeliacinės tarybos požiūris neatitinka to, kad anksčiau kaip Europos Sąjungos ar nacionaliniai prekių ženklai buvo įregistruoti keli panašūs žymenys.

46 Reikia priminti, kad EUIPO savo įgaliojimus turi vykdyti vadovaudamasi bendraisiais Sąjungos teisės principais, kaip antai vienodo vertinimo ir gero administravimo principais (2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 73 punktas).

47 Pagal šiuos du principus EUIPO, nagrinėdama paraišką įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą, turi atsižvelgti į sprendimus, kurie jau buvo priimti dėl panašių paraiškų, ir ypatingą dėmesį skirti klausimui, ar reikia priimti tokį patį sprendimą (2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 74 punktas).

48 Taigi vienodo vertinimo ir gero administravimo principai turi būti derinami su teisėtumo užtikrinimu (2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 75 punktas).

49 Todėl asmuo, prašantis įregistruoti žymenį kaip prekių ženklą, negali savo labui remtis kitų naudai padarytais galbūt neteisėtais veiksmais, siekdamas, kad būtų priimtas tapatus sprendimas (2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 76 punktas).

50 Be to, dėl priežasčių, susijusių su teisiniu saugumu ir, konkrečiai kalbant, geru administravimu, visos registracijos paraiškos turi būti nagrinėjamos griežtai ir išsamiai, siekiant, kad prekių ženklai nebūtų įregistruoti nepagrįstai. Šis nagrinėjimas turi būti atliekamas kiekvienu konkrečiu atveju. Iš tikrųjų žymens registracija kaip prekių ženklo priklauso nuo konkrečių kriterijų, kurie taikomi atsižvelgiant į

faktines nagrinėjamo atvejo aplinkybes ir kurie skirti patikrinti, ar nagrinėjamam žymeniui taikomas kuris nors atmetimo pagrindas (2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 77 punktas).

51 Nagrinėjamu atveju aišku, kad, skirtingai, nei galėjo būti kai kurių kitų ankstesnių paraiškų įregistruoti žymenis atveju, nagrinėjamos paraiškos registracijai taikomas vienas iš Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalyje nurodytų atmetimo pagrindų.

52 Šiomis aplinkybėmis, atsižvelgiant į prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamojo požymio nebuvimą, ieškovei negalima pagrįstai remtis ankstesniais EUIPO sprendimais, kaip teisingai ginčijamame sprendime konstatavo Apeliacinė taryba.

53 Be to, reikia pripažinti, jog, kaip teigia EUIPO, prašomas įregistruoti prekių ženklas nepanašus į žymenis, kurie sudaryti žodį „mark“ siejant su kitais skaitmenimis, kaip antai 10 arba 11, arba romėniškais skaitmenimis, kaip antai V arba VII. Šiomis aplinkybėmis reikia atmesti argumentą, susijusį su vienodo požiūrio principo, pagal kurį reikalaujama, jog panašios situacijos nebūtų vertinamos skirtingai, o skirtingos situacijos – vienodai, jeigu toks požiūris nėra pateisinamas objektyviomis priežastimis, pažeidimu.

54 Dėl *Bundespatentgericht* (Federalinis patentų teismas) sprendimo, kuriuo remiasi ieškovė, reikia nurodyti, kad pats šis sprendimas negali lemti šios bylos vertinimo. Iš tiesų Europos Sąjungos prekių ženklų sistema yra autonominė sistema, sudaryta iš taisyklių visumos, ir ja siekiama jai būdingų tikslų, o jos taikymas nepriklauso nuo jokios nacionalinės sistemos. Todėl EUIPO ir prireikus Sąjungos teismui nėra privalomi valstybių narių priimti sprendimai (2014 m. gegužės 15 d. Sprendimo *Katjes Fassin / VRDT (Yoghurt-Gums)*, T-366/12, neskelbiamo Rinkinyje, EU:T:2014:256, 28 punktas).

55 Remiantis tuo, kas nurodyta, matyti, kad vienintelis ieškovės pagrindas turi būti atmestas kaip nepagrįstas.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

56 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to reikalavo. Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti savo ir EUIPO bylinėjimosi išlaidas pagal šios reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (šeštoji kolegija)

nusprendžia:

1. **Atmesti ieškinį.**

2. ***GRE Grand River Enterprises Deutschland GmbH* padengia savo ir Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) patirtas bylinėjimosi išlaidas.**

Frimodt Nielsen Dehousse Collins

Paskelbta 2016 m. gegužės 12 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Parašai.