Teismo praktikos rinkinys

BENDROJO TEISMO (pirmoji kolegija) SPRENDIMAS

2018 m. gruodžio 13 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Žodinio Europos Sąjungos prekių ženklo „upgrade your personality“ paraiška – Absoliutus atmetimo pagrindas – Skiriamojo požymio nebuvimas – Reklaminis šūkis – Reglamento (ES) 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b punktas“

Byloje T-102/18

Martin Knauf, gyvenantis Berlyne (Vokietija), atstovaujamas advokato H. Jaeger,

ieškovas,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą R. Manea ir A. Folliard-Monguiral,

atsakovę,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2017 m. gruodžio 18 d. EUIPO ketvirtosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 1011/2017-4), susijusio su paraiška įregistruoti žodinį žymenį „upgrade your personality“ kaip Europos Sąjungos prekių ženklą,

BENDRASIS TEISMAS (pirmoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkė I. Pelikánová (pranešėja), teisėjai P. Nihoul ir J. Svenningsen,

kancleris E. Coulon,

susipažinęs su ieškiniu, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. vasario 19 d.,

susipažinęs su atsakymu į ieškinį, kurį Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. balandžio 30 d.,

atsižvelgęs į tai, kad bylos šalys per tris savaites po to, kai buvo pranešta apie rašytinės proceso dalies pabaigą, nepateikė prašymo surengti teismo posėdį, ir pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 106 straipsnio 3 dalį nusprendęs priimti sprendimą be žodinės proceso dalies,

priima šį

* Proceso kalba: vokiečių.

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

1 2016 m. rugpjūčio 15 d. ieškovas Martin Knauf, remdamasis iš dalies pakeistu 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 207/2009 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 78, 2009, p. 1) (panaikintas 2017 m. birželio 14 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamentu (ES) 2017/1001 dėl Europos Sąjungos prekių ženklo (OL L 154, 2017, p. 1)), pateikė Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybai (EUIPO) paraišką įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą.

2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra žodinis žymuo „upgrade your personality“.

3 Prekės, kurioms buvo prašoma registracijos, visų pirma priklauso peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 9 ir 28 klasėms ir pagal kiekvieną iš šių klasių atitinka tokį aprašymą:

– 9 klasė: „Įrašytos kompiuterio programos; kompiuterio programos (atsisiunčiama programinė įranga); programinė įranga; žaidimų programinė įranga; vaizdo žaidimų programinė įranga; duomenų tvarkymo kompiuterinės programos; kompiuterinės grafikos programinė įranga; virtualios tikrovės žaidimų programinė įranga; iš anksto įrašytos magnetinės duomenų laikmenos; vaizdo žaidimų kasetės; vaizdajuostės; iš anksto įrašytos vaizdajuostės“,

– 28 klasė: „Žaidimų konsolės“.

4 2017 m. gegužės 3 d. ekspertas atmetė prekių ženklo paraišką dėl visų šio sprendimo 3 punkte nurodytų prekių motyvuodamas tuo, kad ji neatitinka Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punkto (dabar – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b punktas). Tačiau jis neprieštaravo dėl paraiškos, kiek tai susiję su kitomis 9, 28 ir 42 klasių prekėmis ir paslaugomis. 2017 m. gegužės 15 d. ieškovas dėl eksperto sprendimo pateikė EUIPO apeliaciją dėl to, kiek šiuo sprendimu minėta paraiška iš dalies atmesta.

5 2017 m. gruodžio 18 d. sprendimu EUIPO ketvirtoji apeliacinė taryba atmetė visą apeliaciją pasirėmusi tik Reglamento Nr. 207/2009 7 straipsnio 1 dalies b punktu (toliau – ginčijamas sprendimas). Ji iš esmės nusprendė, kad žodinis žymuo „upgrade your personality“ atliko tik giriamąją reklaminę funkciją ir negalėjo atlikti pagrindinės prekių ženklo funkcijos – teikti informaciją apie komercinę kilmę. Ši išvada taikytina visoms prekėms, kurioms prekių ženklą atsisakyta registruoti.

Šalių reikalavimai

6 Ieškovas Bendrojo Teismo prašo:

– panaikinti ginčijamą sprendimą,

– įregistruoti prašomą prekių ženklą,

7 EUIPO Bendrojo Teismo prašo:

– atmesti ieškinį,

– priteisti iš ieškovo bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

Dėl ieškovo antrojo reikalavimo

8 Antruoju reikalavimu ieškovas Bendrojo Teismo prašo „įregistruoti prašomą prekių ženklą“.

9 EUIPO tvirtina, kad toks prašymas turi būti atmestas kaip nepriimtinas.

10 Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad ieškovo antrasis reikalavimas turi būti aiškinamas kaip prašymas pakeisti ginčijamą sprendimą, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 72 straipsnio 3 dalį, kurioje numatyta, kad, kalbant apie ieškinius dėl apeliacinių tarybų priimtų sprendimų, „Bendrasis Teismas turi jurisdikciją panaikinti arba pakeisti ginčijamą sprendimą.“

11 Reikia priminti, kad Bendrojo Teismo kompetencija pakeisti sprendimą reiškia, kad jis turi priimti sprendimą, kurį turėjo priimti Apeliacinė taryba pagal Reglamento Nr. 2017/1001 reikalavimus (šiuo klausimu žr. 2007 m. rugsėjo 12 d. Sprendimo *Koipe / VRDT – Aceites del Sur (La Española)*, T-363/04, EU:T:2007:264, 29 ir 30 punktus; 2009 m. vasario 11 d. Sprendimo *Bayern Innovativ / VRDT – Life Sciences Partners Perstock (LifeScience)*, T-413/07, nepaskelbtas Rink., EU:T:2009:34, 14–16 punktus ir 2011 m. rugsėjo 9 d. Sprendimo *Deutsche Bahn / VRDT– DSB (IC4)*, T-274/09, nepaskelbtas Rink., EU:T:2011:451, 22 punktą).

12 Taigi, reikalavimo, kuriuo siekiama, kad Bendrasis Teismas pakeistų Apeliacinės tarybos sprendimą, priimtinumas turi būti vertinamas atsižvelgiant į pagal Reglamentą 2017/1001 Apeliacinei tarybai suteiktus įgaliojimus.

13 Visų pirma nagrinėdama dėl eksperto sprendimo pateiktą apeliaciją Apeliacinė taryba nėra kompetentinga nagrinėti prašymo, kuriuo siekiama, kad ji įregistruotų Europos Sąjungos prekių ženklą (šiuo klausimu žr. 2018 m. vasario 1 d. Nutarties *ExpressVPN / EUIPO (EXPRESSVPN)*, T-265/17, EU:T:2018:79, 18–24 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).

14 Šiomis aplinkybėmis reikia konstatuoti, kad Bendrajam Teismui juo labiau nepriklauso nagrinėti prašymo pakeisti sprendimą, kuriuo siekiama, kad Bendrasis Teismas taip pakeistų Apeliacinės tarybos sprendimą (2009 m. birželio 30 d. Nutarties *Securvita / VRDT (Natur-Aktien-Index)*, T-285/08, EU:T:2009:230, 23 punktas).

15 Iš viso to, kas išdėstyta, matyti, kad ieškovo antrąjį reikalavimą reikia atmesti kaip nepriimtiną.

Dėl ieškovo pirmojo reikalavimo

16 Prašymą panaikinti ginčijamą sprendimą ieškovas iš esmės grindžia vieninteliu pagrindu – Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu. Jis iš esmės teigia, kad ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba suklydo vertindama prašomo įregistruoti prekių ženklo konkretų skiriamąjį požymį.

17 Pagal Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b punktą neregistruojami jokio skiriamojo požymio neturintys prekių ženklai. Pagal suformuotą jurisprudenciją šioje teisės nuostatoje nurodyti prekių ženklai laikomi negalinčiais atlikti esminės prekių ženklo funkcijos, t. y. nurodyti nagrinėjamos prekės ar paslaugos komercinės kilmės, kad vartotojas, įsigijęs prekių ženklu pažymėtą prekę ar paslaugą, ir vėliau įsigydamas tokią prekę ar paslaugą galėtų priimti tokį patį sprendimą, jeigu patirtis buvo teigiama, arba kitokį, jeigu ji buvo neigiama (2002 m. vasario 27 d. Sprendimo *Eurocool Logistik / VRDT (EUROCOOL)*, T-34/00, EU:T:2002:41, 37 punktas ir 2009 m. rugsėjo 15 d. Sprendimo *Wella / VRDT (TAME IT)*, T-471/07, EU:T:2009:328, 14 punktas).

18 Remiantis suformuota jurisprudencija, prekių ženklo, sudaryto iš žymenų ar nuorodų, kurie taip pat naudojami kaip reklaminiai šūkiai, kokybės nuorodos ar žodžių junginiai, skatinantys pirkti prekes ar naudotis paslaugomis, kurioms šis prekių ženklas skirtas, negalima atsisakyti įregistruoti vien dėl tokio naudojimo. Tačiau toks prekių ženklas, kuris, kaip reklaminis šūkis, atlieka kitas netradicines prekių ženklo funkcijas, turi skiriamąjį požymį, kaip tai suprantama pagal Reglamento Nr. 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b punktą, tik tuomet, jeigu jis iš karto gali būti suvoktas kaip juo žymimų prekių ar paslaugų komercinės kilmės nuoroda, kad suinteresuotoji visuomenė galėtų neklysdama atskirti prekių ženklo savininko prekes ar paslaugas nuo kitos komercinės kilmės prekių ar paslaugų (2003 m. liepos 3 d. Sprendimo *Best Buy Concepts / VRDT (BEST BUY)*, T-122/01, EU:T:2003:183, 21 punktas ir 2009 m. rugsėjo 15 d. Sprendimo *TAME IT*, EU:T:2009:328, 15 punktas).

19 Kad būtų pripažintas skiriamojo požymio nebuvimas, pakanka to, kad nagrinėjamo žodinio prekių ženklo semantinis turinys vartotojui nurodytų prekės ar paslaugos savybę, susijusią su jos prekybine verte, kuri, būdama neapibrėžta, kyla iš realizavimą skatinančios ar reklaminio pobūdžio informacijos, kurią atitinkama visuomenė iš pirmo žvilgsnio greičiau suvoks būtent taip, o ne kaip nagrinėjamos prekės ar paslaugos komercinės kilmės nuorodą (2004 m. birželio 30 d. Sprendimo *Norma Lebensmittelfilialbetrieb / VRDT (Mehr für Ihr Geld)*, T-281/02, EU:T:2004:198, 31 punktas ir 2009 m. rugsėjo 15 d. Sprendimo *TAME IT*, EU:T:2009:328, 16 punktas).

20 Vis dėlto Teisingumo Teismas konstatavo, kad kartais suinteresuotoji visuomenė gali suvokti tokį prekių ženklą kartu kaip reklaminę frazę ir kaip prekių ar paslaugų komercinės kilmės nuorodą. Tokiu atveju jis nusprendė, kad jeigu ši 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).

21 Prekių ženklo skiriamasis požymis turi būti vertinamas, pirma, atsižvelgiant į prekes ar paslaugas, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, ir, antra, į atitinkamos visuomenės, kurią sudaro vidutiniai šių prekių ar paslaugų vartotojai, suvokimą (2004 m. balandžio 29 d. Sprendimo *Henkel / VRDT*, C-456/01 P ir C-457/01 P, EU:C:2004:258, 35 punktas ir 2009 m. rugsėjo 15 d. Sprendimo *TAME IT*, EU:T:2009:328, 17 punktas).

Dėl atitinkamos visuomenės

22 Apeliacinė taryba tinkamai nusprendė, o bylos šalys to neginčijo, kad prekės, kurioms atsisakyta įregistruoti prekių ženklą, yra susijusios su programine įranga ir vaizdo žaidimais ir visų pirma yra skirtos vidutiniam vartotojui; be to, kadangi prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro bazinio anglų kalbos žodyno žodžiai, o informacinių technologijų srityje (įskaitant Vokietiją) įprasta vartoti šią kalbą, reikėjo atsižvelgti į angliškai kalbančius vartotojus Europos Sąjungoje, o ne tik Jungtinėje Karalystėje ar Airijoje.

Dėl prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamojo požymio nebuvimo

23 Apeliacinė taryba iš esmės nusprendė, kad žodinis elementas „upgrade your personality“ buvo tik giriamojo ir reklaminio pobūdžio ir jo tikslas – skatinti vartotoją naudoti ieškovo prekes tam, kad patobulintų savo paties asmenybę. Kadangi šis šūkis skirtas tik vartotojui ir juo perteikiami tam tikri pažadai, jis negali užtikrinti pagrindinės prekių ženklo funkcijos – teikti informaciją apie komercinę kilmę.

24 Ieškovas šiuo klausimu nurodo, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas yra ne tik giriamojo ir reklaminio pobūdžio žinutė; visų pirma, Apeliacinės tarybos tvirtinimas, kad šis prekių ženklas neturi būti aiškinamas kalbiniu požiūriu, yra klaidingas.

25 EUIPO ginčija ieškovo argumentus.

26 Ieškovas teigia, kad nėra lengva suprasti žodžių junginiu „upgrade your personality“ išreiškiamą kvietimą. Jis tvirtina, kad asmenybės sąvoka, kuri apima visas asmens individualias savybes, savaime yra neutrali, taigi, ją galima aiškinti įvairiai. Kadangi terminas „upgrade“, kuriuo išreiškiamas patobulinimas techniniu lygiu, iš principo nesuderinamas su nuoroda į žmogų ir jo asmenines savybes, pats prašomas įregistruoti prekių ženklas išreiškia tam tikrą konceptualią prieštarą. Taigi, tikslinė visuomenė yra raginama savo nuožiūra aiškinti galiausiai turimą pasiekti rezultatą, todėl minėtu žodžių junginiu taip pat skatinama savistaba tam, kad asmuo suprastų savo stipriąsias ir silpnąsias asmenines savybes. Ypač dėl kompiuterinių žaidimų ieškovas pabrėžia, kad žaidžiant galima patobulinti žaidimų personažą ir kad šiuo žodžių junginiu norima pasakyti, kad tokia sėkmė žaidime atsispindės ir realiame tikslinių asmenų gyvenime. Jis nurodo kitus panašius prekių ženklus, kuriuos įregistravo EUIPO. Galiausiai jis teigia, kad Apeliacinė taryba nepateikė objektyvių priežasčių, kurios pateisintų tai, kad prašomas prekių ženklas gali būti įregistruotas vienoms prekėms ir paslaugoms, o kitoms – ne.

27 Reikia konstatuoti, kad ieškovo argumentai nėra tinkami, kad galėtų paneigti Apeliacinės tarybos analizę.

28 Pirma, priešingai, nei teigia ieškovas, prašomu įregistruoti prekių ženklu perteikiama žinutė yra lengvai suprantama. Iš tiesių šūkiu „upgrade your personality“ perteikiamas vartotojui skirtas kvietimas, pasitelkiant į pagalbą prašomu įregistruoti prekių ženklu žymimas prekes, pagerinti ar toliau vystyti savo asmenybę; šis šūkis galimai susietas su pažadu, kad naudojantis tokiomis prekėmis minėtas pagerinimas ar tolesnis vystymas taps įmanomi arba tai juos palengvins. Tai, kad šis šūkis gali lemti tam tikrus jo supratimo niuansus visiškai nereiškia, kad jo reikšmė neaiški, netiksli ar dviprasmiška. Visų pirma tai, kad asmenybės sąvoka gali būti aiškinama įvairiai, neužkerta vartotojui kelio suprasti šūkiu perteikiamą žinutę remiantis tuo, kaip jis pats supranta šią sąvoką.

29 Antra, tai, kad terminas „upgrade“ siejamas su informacinių technologijų sritimi, visiškai nesukuria „konceptualios priešpriešos“, kokią nurodo ieškovas. Viena vertus, toks terminas šiuo metu vartojamas daug plačiau, o ne tik informacinių technologijų srityje, ir, kita vertus, reikia atsižvelgti į tai, kad prašomu įregistruoti prekių ženklu numatytos žymėti prekės priklauso būtent informacinių technologijų sričiai, taigi, tokio termino vartojimas natūralus ir negali stebinti atitinkamos visuomenės.

30 Trečia, nėra reikalo nagrinėti, ar, kaip tvirtina ieškovas, žmogaus asmenybė negali būti tobulinama technine prasme („upgrade“), nes kalbama apie reklaminį šūkį, kurio ryšys su realybe nėra reikšmingas vertinimo kriterijus. Iš tiesų vartotojas yra pripratęs prie reklaminių žinučių, kuriomis jam tiesiogiai arba netiesiogiai duodami negalimi įgyvendinti pažadai.

31 Iš to matyti, kad semantiniu prašomo įregistruoti prekių ženklo turiniu vartotojui nurodoma šiuo prekių ženklu numatytų žymėti prekių prekybinė vertė, kuri nėra tiksli, bet išplaukia iš skatinamojo ar reklaminio pobūdžio informacijos, kurią taip supras visuomenė; visuomenė jos nesupras kaip nagrinėjamų prekių komercinės kilmės nuorodos, kaip tai suprantama pagal šio sprendimo 19 punkte nurodytą jurisprudenciją.

32 Taigi Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamojo požymio, kaip tai suprantama pagal Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalies b punktą, kiek tai susiję su visomis prekėmis, dėl kurių registracijos paraiška buvo atmesta.

33 Tiek, kiek ieškovė remiasi EUIPO kaip prekių ženklai įregistruotais prašomam įregistruoti prekių ženklui analogiškais žodiniais žymenimis „upgrade your life“, „upgrade your garden“ ir „upgrade yourself“, reikia priminti, kad sprendimai dėl žymens įregistravimo kaip Europos Sąjungos prekių ženklo, kuriuos EUIPO apeliacinės tarybos priima remdamosi Reglamentu 2017/1001, priskiriami ribotai kompetencijai, o ne diskrecijai. Todėl minėtų sprendimų teisėtumas turi būti vertinamas tik remiantis minėtu reglamentu, o ne ankstesne apeliacinių tarybų praktika (2007 m. balandžio 26 d.

Sprendimo *Alcon / VRDT*, C-412/05 P, EU:C:2007:252, 65 punktas ir 2005 m. lapkričio 24 d. Sprendimo *Sadas / VRDT – LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE)*, T-346/04, EU:T:2005:420, 71 punktas).

34 Nors atsižvelgdama į vienodo vertinimo ir gero administravimo principus EUIPO turi atsižvelgti į jau priimtus sprendimus ir ypatingą dėmesį skirti klausimui, ar reikia priimti tokį patį sprendimą, šie principai turi būti derinami su teisėtumo principo užtikrinimu (2014 m. liepos 17 d. Sprendimo *Reber Holding / VRDT*, C-141/13 P, EU:C:2014:2089, 45 punktas; taip pat šiuo klausimu žr. 2011 m. kovo 10 d. Sprendimo *Agencja Wydawnicza Technopol / VRDT*, C-51/10 P, EU:C:2011:139, 73–75 punktus).

35 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).

36 Be to, dėl priežasčių, susijusių su teisiniu saugumu, ir, konkrečiai kalbant, su 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).

37 Šiuo atveju paaiškėjo, kad, kiek tai susiję su tam tikromis prekėmis, kurioms prašyta įregistruoti prekių ženklą, ir atsižvelgus į suinteresuotosios visuomenės suvokimą, nagrinėjamai registracijos paraiškai taikytinas vienas iš Reglamento 2017/1001 7 straipsnio 1 dalyje nurodytų atmetimo pagrindų (žr. šio sprendimo 32 punktą).

38 Galiausiai ieškovas pabrėžia, kad Apeliacinė taryba nenurodė objektyvių priežasčių, pateisinančių skirtingą vertinimą, kiek tai susiję su, pirma, prekėmis, kurioms jis atsisakė įregistruoti prašomą prekių ženklą, ir, antra, prekėmis, dėl kurių ekspertas nepateikė jokių prieštaravimų. Toks nenurodymas, jo nuomone, yra nepagrįstas.

39 Šiuo klausimu pakanka nurodyti, kad dėl eksperto sprendimo pateiktos apeliacijos dalykas buvo tik jo atsisakymas įregistruoti prašomą prekių ženklą tam tikroms prekėms, taigi, Apeliacinės tarybos nagrinėtoje byloje nekelta klausimo dėl to, kad ekspertas nepateikė prieštaravimų dėl kitų registracijos paraiškoje nurodytų prekių; beje, Apeliacinė taryba tai nurodė ginčijamo sprendimo 9 punkte. Todėl minėta taryba neturėjo pateikti nuomonės dėl priežasčių, dėl kurių ekspertas neprieštaravo dėl registracijos tam tikroms prekėms, taip pat neturėjo nagrinėti klausimo, kuo prekės, dėl kurių ekspertas nepateikė prieštaravimo, skyrėsi nuo prekių, kurioms jis atsisakė įregistruoti prekių ženklą.

40 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, ieškovo nurodytą vienintelį ieškinio pagrindą reikia atmesti, todėl atmestinas ir visas ieškinys.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

41 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį iš pralaimėjusios šalies priteisiamos bylinėjimosi išlaidos, jei laimėjusi šalis to reikalavo. Kadangi ieškovas pralaimėjo bylą, jis turi padengti bylinėjimosi išlaidas pagal EUIPO pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (pirmoji kolegija)

nusprendžia:

1. **Atmesti ieškinį.**

2. **Martin Knauf padengia savo bylinėjimosi išlaidas ir iš jo priteisiamos Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) patirtos bylinėjimosi išlaidos.**

Pelikánová Nihoul Svenningsen

Paskelbtas 2018 m. gruodžio 13 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.