BENDROJO TEISMO (penktoji kolegija) SPRENDIMAS

2019 m. gegužės 23 d.*

„Europos Sąjungos prekių ženklas – Registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra – Žodinis Europos Sąjungos prekių ženklas ANN TAYLOR ir vaizdinis prekių ženklas AT ANN TAYLOR – Absoliutus negaliojimo pagrindas – Reglamento (ES) 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punktas – Nesąžiningumas“

Sujungtose bylose T-3/18 ir T-4/18

Holzer y Cia, SA de CV, įsteigta Meksike (Meksika), atstovaujama advokatų N. Fernández Fernández-Pacheco ir A. Fernández Fernández-Pacheco,

ieškovė,

prieš

Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybą (EUIPO), atstovaujamą A. Lukošiūtės ir H. O'Neill,

atsakovę,

kita procedūros EUIPO apeliacinėje taryboje šalis, įstojusi į bylą Bendrajame Teisme,

Annco, Inc., įsteigta Niujorke (Niujorkas, Jungtinės Amerikos Valstijos), atstovaujama solisitorių D. Rose, J. Warner, E. Preston ir QC P. Roberts,

dėl dviejų ieškinių, pareikštų dėl 2017 m. lapkričio 2 d. EUIPO antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 2370/2016-2) ir 2017 m. lapkričio 8 d. sprendimo (byla R 2371/2016-2), susijusių su dviem registracijos pripažinimo negaliojančia procedūromis tarp *Annco* ir *Holzer y Cia*,

BENDRASIS TEISMAS (penktoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas D. Gratsias (pranešėjas), teisėjai I. Labucka ir I. Ulloa Rubio,

posėdžio sekretorė: N. Schall, administratorė,

susipažinęs su ieškiniais, kuriuos Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. sausio 9 d.,

susipažinęs su EUIPO atsakymais į ieškinius, kuriuos Bendrojo Teismo kanceliarija gavo 2018 m. kovo 23 d.,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies atsakymais į ieškinius, kuriuos Bendrojo Teismo kanceliarijai gavo 2018 m. kovo 23 d.,

* Proceso kalba: anglų.

susipažinęs su 2018 m. spalio 22 d. sprendimu sujungti bylas T-3/18 ir T-4/18, kad būtų bendrai vykdoma žodinė proceso dalis ir priimtas galutinis sprendimas,

įvykus 2018 m. lapkričio 22 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

(Praleista)

Dėl teisės

(Praleista)

24 Dėl esmės ieškovė nurodo vienintelį ieškinio pagrindą, iš esmės grindžiamą Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu, nes, kaip ji teigia, Apeliacinė taryba klaidingai nusprendė, jog ginčijamų prekių ženklų paraiškos buvo paduotos nesąžiningai. Grįsdama šį pagrindą, ji nurodo tris argumentus dėl vertinimo klaidų, atitinkamai susijusių su nagrinėjamų žymenų panašumo buvimu, dėl kurio atsirado galimybė supainioti, ir su tuo, kad ginčijamų prekių ženklų savininkas žinojo apie panašaus ar tapatus prekių ženklo egzistavimą, su ginčijamų prekių ženklų savininko ketinimais paraiškos padavimo metu ir su įstojusios į bylą šalies pateiktų įrodymų savo prašymui dėl paskelbimo negaliojančiu pagrįsti įrodomąja verte bei su įrodinėjimo pareiga.

25 Įstojusi į bylą šalis tvirtina, kad, pateikdama šiuos argumentus, ieškovė neatsižvelgia į Reglamento 2017/1001 72 straipsnio 2 dalies nuostatas, nes ji nenurodo jokios teisės klaidos ar klaidos, susijusios su procedūra Apeliacinėje taryboje, bet apsiriboja jos vertinimų ir išvadų ginčijimu.

26 Šiuo klausimu, pirma, reikia priminti, kad pagal Reglamento 2017/1001 72 straipsnio 2 dalį skundai dėl Apeliacinių tarybų priimtų sprendimų gali būti pateikti ir dėl šio reglamento pažeidimo.

27 Kaip nurodyta šio sprendimo 24 punkte, šis ieškinys grindžiamas vieninteliu ieškinio pagrindu, iš esmės susijusiu su Reglamento 2017/1001 nuostatos, t. y. minėto reglamento 59 straipsnio 1 dalies b punkto, pažeidimu.

28 Antra, iš jurisprudencijos matyti, kad, kiek tai susiję su Reglamento 2017/1001 72 straipsnio 2 dalimi, Bendrasis Teismas gali atlikti visapusišką EUIPO apeliacinių tarybų sprendimų teisėtumo kontrolę, kad nustatytų, ar šios apeliacinės tarybos teisiškai teisingai įvertino ginčo aplinkybes arba ar minėtoms apeliacinėms taryboms pateiktų faktinių aplinkybių vertinimas nėra klaidingas (šiuo klausimu žr. 2008 m. gruodžio 18 d. Sprendimo *Les Éditions Albert René / VRDT*, C-16/06 P, EU:C:2008:739, 39 punktą).

29 Taigi ieškovė turi teisę, pateikdama savo vienintelį ieškinio pagrindą, prašyti, kad Bendrasis Teismas patikrintų tiek teisinių, tiek faktinių vertinimų, kuriais grindžiami ginčijami sprendimai, tikslumą.

30 Visų pirma, priešingai, nei įstojusi į bylą šalis tvirtino teismo posėdyje, ieškovė turi teisę prašyti, kad Bendrasis Teismas, nagrinėdamas ginčijamų sprendimų teisėtumą, išnagrinėtų EUIPO pateiktus šalių įrodymus, kad galėtų patikrinti, ar Apeliacinė taryba pakankamai į juos atsižvelgė ir tinkamai įvertino jų svarbą arba įrodomąją galią ir ar tuo remdamasi, ji padarė teisėtą išvadą, jog ginčijamų prekių ženklų paraiškos buvo paduotos nesąžiningai.

31 Šiuo klausimu pažymėtina, kad nors nesąžiningumo sąvoka nėra apibrėžta Sąjungos teisės aktuose, iš jos įprastos reikšmės ir Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punkto konteksto ir tikslų galima daryti išvadą, kad, kaip generalinė advokatė E. Sharpston nurodė savo išvados byloje *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli* (C-529/07, EU:C:2009:148) 60 punkte, ši sąvoka susijusi su subjektyviais nagrinėjamo prekių ženklo paraišką pateikusio asmens ketinimais, t. y. su nesąžiningu ketinimu arba kitu žalą sukeliančiu motyvu, ir apima elgesį, kuriuo nukrypstama nuo pripažintų etiško elgesio principų ar sąžiningos komercinės ir pramoninės praktikos (generalinės advokatės E. Sharpston išvada byloje *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:148, 60 punktas ir 2016 m. liepos 7 d. Sprendimo *Copernicus-Trademarks / EUIPO – Maquet (LUCEO)*, T-82/14, EU:T:2016:396, 28 punktas).

32 Taigi ši sąvoka nėra taikoma, kai paraiška įregistruoti gali būti laikoma atitinkančia teisėtą tikslą ir kai pareiškėjo ketinimai neprieštarauja pagrindinei prekių ženklo funkcijai – garantuoti vartotojui ar galutiniam naudotojui atitinkamų prekių ar paslaugų kilmės tapatybę ir leisti jam nesuklydus atskirti šią prekę ar paslaugą nuo kitokios kilmės prekių ar paslaugų (šiuo klausimu žr. 2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, 44–49 punktus ir 2016 m. liepos 7 d. Sprendimo *LUCEO*, T-82/14, EU:T:2016:396, 29 punktą).

33 Taigi Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punktas atitinka bendrojo intereso tikslą – užkirsti kelią piktnaudžiavimu pagrįstoms ar sąžiningai pramoninei ir komercinei praktikai prieštaraujančioms prekių ženklų registracijoms (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2010 m. birželio 3 d. Sprendimo *Internetportal und Marketing*, C-569/08, EU:C:2010:311, 36 ir 37 punktus). Iš tiesų tokios registracijos prieštarauja principui, kuriuo remiantis Sąjungos teisės nuostatų taikymo negalima išplėsti taip, kad jos apimtų ūkio subjektų piktnaudžiavimu pagrįstą veiklą, kuri neleidžia pasiekti nagrinėjamais teisės aktais nustatyto tikslo (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2000 m. gruodžio 14 d. Sprendimo *Emsland-Stärke*, C-110/99, EU:C:2000:695, 51 ir 52 punktus ir 2016 m. liepos 7 d. Sprendimo *LUCEO*, T-82/14, EU:T:2016:396, 52 punktą).

34 Pripažinti registraciją negaliojančia prašantis ir Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punktu ketinantis remtis asmuo privalo įrodyti aplinkybes, leidžiančias daryti išvadą, kad Europos Sąjungos prekių ženklo savininkas buvo nesąžiningas paduodamas paraišką įregistruoti šį prekių ženklą; pareiškėjo sąžiningumas preziumuojamas, kol neįrodyta priešingai (2017 m. kovo 8 d. Sprendimo *Biernacka-Hoba / EUIPO – Formata Bogusław Hoba (Formata)*, T-23/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:149, 45 punktas).

35 Šiuo klausimu pažymėtina, kad nors nesąžiningumas, kaip jis suprantamas pagal Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punktą, yra subjektyvus elementas, apibūdinantis pareiškėjo ketinimus paraiškos įregistruoti Europos Sąjungos prekių ženklą pateikimo momentu, jis turi būti nustatytas remiantis nagrinėjamo atvejo objektyviomis aplinkybėmis (šiuo klausimu žr. 2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, 42 punktą).

36 Kai EUIPO nustato, kad objektyviomis nagrinėjamo atvejo aplinkybėmis, kuriomis remiasi prašymą pripažinti registraciją negaliojančia pateikęs asmuo, galima paneigti prašymui įregistruoti ginčijamą prekių ženklą taikomą sąžiningumo prezumpciją, pareiškėjas turi pateikti tinkamus paaiškinimus dėl minėto prekių ženklo registracijos paraiškos tikslų ir komercinės logikos.

37 Iš tiesų prekių ženklo savininkas gali geriausiai informuoti EUIPO apie savo ketinimus, kurie egzistavo pateikiant šio prekių ženklo registravimo paraišką, ir pateikti įrodymų, leidžiančių ją įtikinti, kad, nepaisant objektyvių aplinkybių, tokių kaip minimos šio sprendimo 36 punkte, šie ketinimai buvo teisėti (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2016 m. lapkričio 9 d. Sprendimo *Birkenstock Sales / EUIPO* (*Banguotų susikertančių linijų rašto vaizdas*), T-579/14, EU:T:2016:650, 136 punktą ir 2017 m. gegužės 5 d. Sprendimo *PayPal / EUIPO – Hub Culture (VENMO)*, T-132/16, nepaskelbtas Rink., EU:T:2017:316, 51–59 punktus).

38 Ieškovės argumentai turi būti nagrinėjami atsižvelgiant būtent į šiuos samprotavimus.

Dėl pirmojo argumento, grindžiamo Apeliacinės tarybos vertinimo klaida, susijusia su žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumu, sukeliančiu galimybę supainioti, ir su tuo, kad ginčijamų prekių ženklų savininkas žinojo apie panašaus prekių ženklo egzistavimą

39 Ieškovė tvirtina, kad žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumas, sukeliantis galimybę supainioti, ir tai, kad ginčijamų prekių ženklų savininkas žinojo apie panašaus prekių ženklo egzistavimą, yra dvi sąlygos, apibūdinančios minėto savininko nesąžiningumą.

40 Šį argumentą sudaro dvi dalys: viena susijusi su pirmos sąlygos taikymo klaida, o kita – su antros sąlygos taikymo klaida.

41 Pirmoje dalyje ieškovė teigia, kad Apeliacinė taryba padarė klaidą nuspręsdama, kad egzistuoja nagrinėjamų žymenų panašumas, kuris gali klaidinti, nors jais žymimos prekės nėra tapačios arba panašios. Iš tiesų ieškovė tvirtina, kad iš EUIPO praktikos matyti, kad drabužiai ir laikrodžiai yra skirtingos prekės, todėl vartotojas nesusies nagrinėjamų prekių ženklų. Be to, ji mano, kad įstojusi į bylą šalis neįrodė, kad ankstesnis prekių ženklas turi reputaciją.

42 Antroje dalyje ieškovė tvirtina, kad šiuo atveju ginčijamų prekių ženklų paraiškos pateikimo momentu ji nežinojo apie tapataus ar panašaus prekių ženklo, kuris lemtų supainiojimo galimybės atsiradimą, egzistavimą, t. y. apie ankstesnio prekių ženklo, kuriame yra žodiniai elementai „ann taylor“, registraciją 14 klasės prekėms. Be to, ieškovė nurodo, kad netgi jeigu ji būtų žinojusi apie tokį prekių ženklą drabužiams žymėti, tai būtų nereikšminga aplinkybė.

43 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija šiuos argumentus.

44 Reikia iš eilės išnagrinėti dvi šio argumento dalis.

Dėl pirmos dalies, grindžiamos Apeliacinės tarybos klaida, atliekant žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo, sukeliančio galimybę supainioti, vertinimą

45 Visų pirma, reikėtų pažymėti, kad ši dalis grindžiama trimis prielaidomis.

46 Pirma, ieškovė tvirtina, kaip ji jau patvirtino per teismo posėdį, kad, atsižvelgiant į kriterijus, nustatytus 2009 m. birželio 11 d. Sprendime *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli* (C-529/07, EU:C:2009:361), įstojusi į bylą šalis, norėdama įrodyti nesąžiningumą, turėjo įrodyti, kad Sąjungoje naudojamas į žymenį, kurį įregistruoti prašoma, panašus ar tapatus žymuo tapačioms prekėms ir kad dėlto gali atsirasti galimybė supainioti.

47 Antra, ieškovė netiesiogiai, bet neišvengiamai remiasi prielaida, kad Apeliacinė taryba šiuo atveju nustatė, kad Sąjungoje egzistuoja toks tapatus ar panašus žymuo tapačioms ar panašioms prekėms, dėl kurio atsiranda galimybė supainioti.

48 Trečia, ieškovė teigia, kad, siekdama įrodyti nesąžiningumą, įstojusi į bylą šalis turėjo įrodyti ankstesnio prekių ženklo reputaciją Sąjungoje.

49 Vis dėlto šios trys prielaidos yra klaidingos.

50 Šiuo klausimu, pirma, kiek tai susiję su pirmąja iš šių prielaidų, reikia priminti, kad, remiantis jurisprudencija, pareiškėjo nesąžiningumas paduodant paraišką įregistruoti turi būti vertinamas visapusiškai, atsižvelgiant į visus veiksnius, susijusius su bylos aplinkybėmis (2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, 35 ir 37 punktai).

51 Teisingumo Teismas nusprendė, kad tokie susiję veiksniai galėtų būti visų pirma tai, kad pareiškėjas žino ar turi žinoti, jog trečiasis asmuo naudoja – bent vienoje valstybėje narėje – tapatų arba panašų žymenį tapačioms ar panašioms prekėms, kuris gali būti supainiotas su prašomu įregistruoti žymeniu, pareiškėjo ketinimas užkirsti kelią šiam trečiajam asmeniui toliau naudoti šį žymenį ir teisinės apsaugos, kuri taikoma trečiosios šalies žymeniui ir prašomam įregistruoti žymeniui, laipsnis (2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, 53 punktas).

52 Iš 2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli* (C-529/07, EU:C:2009:361) motyvų matyti, kad šio sprendimo 51 punkte nurodyti trys veiksniai yra tik pavyzdžiai elementų, į kuriuos gali būti atsižvelgta, siekiant nustatyti prekių ženklo paraišką pateikusio asmens nesąžiningumą paraiškos pateikimo momentu (2012 m. vasario 14 d. Sprendimo *Peeters Landbouwmachines / VRDT – Fors MW (BIGAB)*, T-33/11, EU:T:2012:77, 20 punktas). Iš tiesų šioje byloje Teisingumo Teismas tiesiog atsakė į prašymą priimti prejudicinį sprendimą pateikusio teismo klausimus, kurie iš esmės buvo susiję su tuo, ar tokie veiksniai buvo svarbūs (šiuo klausimu žr. 2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, 22 ir 38 punktus). Taigi vieno ar kito šių veiksnių nebuvimas nebūtinai trukdo tam, kad atitinkamomis aplinkybėmis būtų nustatytas pareiškėjo nesąžiningumas (šiuo klausimu žr. 2016 m. liepos 7 d. Sprendimo *LUCEO*, T-82/14, EU:T:2016:396, 147 punktą).

53 Šiuo klausimu reikia pažymėti, kad, kaip pabrėžė generalinė advokatė E. Sharpston savo išvados byloje *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli* (C-529/07, EU:C:2009:148) 60 punkte, sąvoka „nesąžiningumas“, kaip ji suprantama pagal Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punktą, negali būti grindžiama vien konkrečiomis tam tikros kategorijos aplinkybėmis. Iš tiesų šių nuostatų bendrojo intereso tikslas, primintas šio sprendimo 33 punkte, – užkirsti kelią piktnaudžiavimu pagrįstoms ar sąžiningai pramoninei ir komercinei praktikai prieštaraujančioms prekių ženklų registracijoms, negalėtų būti pasiektas, jeigu nesąžiningumą galima būtų įrodyti tik aplinkybėmis, nurodytomis 2009 m. birželio 11 d. Sprendime *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli* (C-529/07, EU:C:2009:361) (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2010 m. birželio 3 d. Sprendimo *Internetportal und Marketing*, C-569/08, EU:C:2010:311, 37 punktą).

54 Taigi iš suformuotos jurisprudencijos matyti, kad, atliekant visapusišką pareiškėjo nesąžiningumo analizę, gali būti atsižvelgta į ginčijamo žymens kilmę ir naudojimą nuo jo sukūrimo, komercinę logiką, kuria vadovautasi paduodant paraišką įregistruoti šį žymenį kaip Europos Sąjungos prekių ženklą, ir į su minėtu padavimu susijusių įvykių chronologiją (žr. 2015 m. vasario 26 d. Sprendimo *Pangyrus / VRDT – RSVP Design (COLOURBLIND)*, T-257/11, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:115, 68 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

55 Be to, reikia pažymėti, kad, priešingai nei Reglamento 2017/1001 60 straipsniu, kuriame nurodyti santykiniai Europos Sąjungos prekių ženklo negaliojimo pagrindai ir kuriuo yra siekiama apsaugoti tam tikrų ankstesnių teisių, prieštaraujančių nagrinėjamam prekių ženklui, savininkų privačius interesus, to paties reglamento 59 straipsnio 1 dalimi, kur numatyta, kad pareiškėjo nesąžiningumas paduodant prekių ženklo paraišką yra absoliutus prekių ženklo negaliojimo pagrindas, siekiama apsaugoti visų interesus. Taigi vertinimai, svarbūs siekiant nustatyti vieną iš minėtų santykinių negaliojimo pagrindų, nebūtinai gali būti taikomi konstatuojant nesąžiningumą (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2015 m. spalio 22 d. Sprendimo *BGW*, C-20/14, EU:C:2015:714, 23–34 punktus).

56 Visų pirma, negali būti sistemingai reikalaujama, kad prašymą pripažinti registraciją negaliojančia pateikęs asmuo, kuris remiasi nesąžiningumu, įrodytų, kad egzistuoja galimybė supainioti, kaip ji suprantama pagal Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 1 dalies b punktą, kiek tai susiję su ankstesniu

jam priklausančiu prekių ženklu ir ginčijamu prekių ženklu. Iš tiesų, kaip EUIPO ir įstojusi į bylą šalis nurodė per posėdį, pirma, tai reikštų, kad Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punkto nuostatos prarastų savo veiksmingumą. Antra, šiomis nuostatomis, kuriomis siekiama apsaugoti bendrąjį interesą, gali remtis bet kuris fizinis arba juridinis asmuo, o ne tik ankstesnių teisių turėtojai.

57 Šiuo atveju pakanka pažymėti, kad, siekdama įrodyti pareiškėjo nesąžiningumą paduodant ginčijamo prekių ženklų paraišką, įstojusi į bylą šalis EUIPO nurodė aplinkybes, susijusias su pirmosios bendrovės ginčijamiems prekių ženklams tapačių prekių ženklų paraiškomis ir naudojimu Meksikoje; jos teigimu, tokios aplinkybės parodo minėtos bendrovės siekį nesąžiningai pasisavinti jos panašų prekių ženklą, kurio paraiška pateikta drabužiams Amerikoje. Vis dėlto aišku, kad Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 1 dalies b punkte nustatytos sąlygos negali būti tinkami kriterijai siekiant nustatyti, kokią reikšmę turi šios aplinkybės.

58 Be to, kalbant apie šios dalies antrąją prielaidą, pakanka pažymėti, kad nagrinėjamu atveju Apeliacinė taryba paprasčiausiai nustatė ginčijamų prekių ženklų ir įstojusios į bylą šalies žymenų tapatumą ar panašumą ir egzistuojantį ryšį tarp laikrodžių, priskiriamų prie 14 klasės ir žymimų minėtais prekių ženklais, ir aprangos sektoriui priklausančių prekių, priskiriamų prie 25 klasės ir kurios buvo žymimos minėtais žymenimis. Vis dėlto, kaip pabrėžė pati ieškovė, ginčijamų sprendimų 26 punkte Apeliacinė taryba aiškiai nurodė, kad šios prekės negali būti laikomos panašiomis, kaip tai suprantama pagal 1998 m. rugsėjo 29 d. Sprendimą *Canon* (C-39/97, EU:C:1998:442), kur buvo kalbama apie sąlygas, kurioms esant prekių ar paslaugų panašumas gali lemti galimybės supainioti atsiradimą. Taigi Apeliacinė taryba negali būti kaltinama pagrindusi ginčijamus sprendimus neteisingomis faktinėmis aplinkybėmis, remiantis tuo, kad ji neva neteisingai nustatė, kad šioje byloje egzistuoja galimybė supainioti.

59 Galiausiai, kiek tai susiję su trečia šios dalies prielaida, reikia pažymėti, kad ankstesnio prekių ženklo reputacija yra, be kita ko, Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 5 dalies ir 60 straipsnio 1 dalies a punkto taikymo sąlyga, kuria galima remtis, kai yra rizika, kad naudojant prašomą įregistruoti prekių ženklą bus nesąžiningai pasinaudota ankstesnio prekių ženklo skiriamuoju požymiu ar reputacija arba jiems pakenkta. Pagal suformuotą jurisprudenciją šiose nuostatose numatyta įvairi žala padaroma dėl to, kad tarp ankstesnio prekių ženklo ir prašomo įregistruoti prekių ženklo yra tam tikras panašumas, dėl kurio suinteresuotoji visuomenė šiuos du prekių ženklus susieja, t. y. nustato tarp jų ryšį, nors jų gali ir nepainioti (žr. 2014 m. gruodžio 11 d. Sprendimo *Coca-Cola / VRDT – Mitico (Master)*, T-480/12, EU:T:2014:1062, 26 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

60 Priešingai, dėl priežasčių, panašių į tas, kurios paminėtos šio sprendimo 55 ir 56 punktuose, nors ankstesnio žymens reputacija Sąjungoje gali, nelygu bylos aplinkybės, būti svarbus veiksnys vertinant nesąžiningumą, negali būti reikalaujama, kad prašymą pripažinti registraciją negaliojančia pateikęs asmuo, kuris remiasi nesąžiningumu, sistemingai įrodytų tokią reputaciją, kaip to reikalaujama iš prašymą pripažinti registraciją negaliojančia pateikusio asmens, kuris remiasi Reglamento 2017/1001 60 straipsnio 1 dalies a punktu ir 8 straipsnio 5 dalimi. Visų pirma, kaip priminta šio sprendimo 35 punkte, nesąžiningumas turi būti būdingas pareiškėjo ketinimams ginčijamo prekių ženklo paraiškos pateikimo momentu. Vis dėlto, kaip pažymėjo įstojusi į bylą šalis per posėdį, galimas šio prekių ženklo naudojimo poveikis ankstesnio prekių ženklo reputacijai nebūtinai yra svarbus.

61 Bet kuriuo atveju, darant prielaidą, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklų reputacija yra reikšminga nagrinėjamu atveju, atsižvelgiant į įstojusios į bylą šalies nurodytas aplinkybes, reikia įvertinti jų reputaciją ne Sąjungoje, o Jungtinėse Valstijose ir Meksikoje. Kaip savo pastabomis per teismo posėdį patvirtino ieškovė, ji remiasi tik įstojusios į bylą šalies prekių ženklų reputacijos nebuvimu Sąjungos teritorijoje.

62 Iš to, kas išdėstyta, matyti, kad šiuo atveju Apeliacinė taryba nepadarė teisės ar vertinimo klaidos, nes nėra panašaus ar tapataus žymens panašioms ar tapačioms prekėms, dėl kurio gali atsirasti galimybė supainioti su žymenimis, kurių registracijos prašoma, arba į bylą įstojusios šalies ankstesni žymenys neturi reputacijos Sąjungoje.

63 Vis dėlto, nepaisant klaidingo prielaidų, kuriomis grindžiama ši dalis, pobūdžio, reikia išnagrinėti jos pagrįstumą tiek, kiek ji susijusi su klaida, kurią tariamai padarė Apeliacinė taryba nuspręsdama, kad yra ryšys tarp prekių, žymimų ginčijamais prekių ženklais, ir prekių, žymimų įstojusios į bylą šalies naudojamais žymenimis, ir kad šis ryšys yra svarbus nustatant pareiškėjo nesąžiningumą paduodant prekių ženklų paraiškas.

64 Šiuo klausimu reikia pažymėti, pirma, kad faktas, jog egzistuoja tapatūs ar panašūs žymenys, naudojami prekėms, priklausančioms rinkos segmentui, artimam tam, kuriam priklauso prekės, kurioms buvo įregistruotas ginčijamas prekių ženklas, gali būti svarbus nustatant pareiškėjo nesąžiningumą.

65 Iš tiesų net jeigu tokiu atveju prekės, žymimos panašiais ar tapačiais žymenimis, yra skirtingos, atitinkamų rinkos segmentų panašumas gali sudaryti ginčijamo prekių ženklo pareiškėjui galimybę, jeigu tai nėra jo ketinimas, įgyvendinti prekių ženklo naudojimo strategijas, neatitinkančias etikos ir sąžiningos praktikos pramoninėje ir komercinėje veikloje normų. Pavyzdžiui, jis galėtų naudoti prekių ženklą sąmoningai siekdamas to sektoriaus specialistų ar visuomenės mintyse sukurti asociaciją su įmone, kuriai priklauso panašus ar tapatus žymuo ar kuri tokį žymenį naudoja, arba siekdamas sutrukdyti tokios įmonės veiklos plėtrą rinkos segmente, kuriam užregistruotas jo prekių ženklas, nors tokia veiklos plėtra minėtai įmonei gali būti teisėtos komercinės plėtros strategijos dalis.

66 Antra, reikia pažymėti, kad Apeliacinės tarybos išvados, susijusios, viena vertus, su tuo, jog įstojusi į bylą šalis naudoja žymenį ANN TAYLOR (ar labai panašų žymenį ANNTAYLOR), ir, kita vertus, su ginčijamų prekių ženklų ir šių žymenų tapatumu ar panašumu, nėra klaidingos.

67 Šiuo klausimu pakanka konstatuoti, pirma, kad, atsižvelgiant į įstojusios į bylą šalies pateiktus įrodymus vykstant registracijos pripažinimo negaliojančia procedūrai, Apeliacinė taryba teisingai nustatė, kad ši įmonė naudojo prekių ženklą ANN TAYLOR drabužiams žymėti nuo 1954 m. bent jau Jungtinėse Valstijose ir kad ši įmonė buvo įregistravusi panašius ar tapačius prekių ženklus tokioms pačioms prekėms beveik 90 šalių. Visų pirma reikia pažymėti, kad įstojusi į bylą šalis pateikė EUIPO ir valstybių narių institucijoms paraiškas įregistruoti prekių ženklus žymeniui ANN TAYLOR arba labai panašiems žymenims prieš tai, kai buvo paduotos ginčijamų prekių ženklų paraiškos.

68 Antra, reikia konstatuoti, kad ginčijamas žodinis prekių ženklas yra tapatus įstojusiai į bylą šaliai priklausančiam žodiniam prekių ženklui ANN TAYLOR ir panašus į jos kitą žodinį žymenį ANNTAYLOR (vienintelis skirtumas pastaruoju atveju yra tai, kad tarp elemento „ann“ ir elemento „taylor“ yra tarpas). Be to, tiesa, kad, kaip matyti iš Apeliacinės tarybos patvirtintų Anuliavimo skyriaus išvadų, ginčijamo vaizdinio prekių ženklo sukurtas bendras įspūdis iš esmės nesiskiria nuo minėtų įstojusios į bylą šalies prekių ženklų, nes minėtame vaizdiniame prekių ženkle yra didžiosiomis raidėmis pateiktas elementas „ANN TAYLOR“, užimantis dominuojančią ir autonomišką padėtį.

69 Trečia, iš jurisprudencijos matyti, kad, neatsižvelgiant į tai, ar 14 klasės prekės, pavyzdžiui, laikrodžiai, ir 25 klasei priklausančios prekės, pavyzdžiui, drabužių sektoriaus prekės, yra panašios, kaip apibrėžta Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 1 dalies b punkte, tokios prekės priklauso artimiems rinkos sektoriams. Iš tiesų ypač prabangos prekių srityje prekės yra parduodamos pažymėtos žinomais kūrėjų ir gerą reputaciją turinčių gamintojų prekių ženklais, ir drabužių gamintojai atsižvelgia į prekių, priklausančių 14 klasei, įskaitant laikrodžius, rinką (šiuo klausimu žr. 2015 m. vasario 12 d. Sprendimo *Compagnie des montres Longines, Francillon / VRDT – Cheng (B)*, T-505/12, EU:T:2015:95, 47–49 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).

70 Be to, iš jurisprudencijos matyti, kad, net jei papildomasis ryšys tarp laikrodžių ir aprangos prekių negali būti konstatuotas, siekiant nustatyti, kad šios prekės yra panašios, tai nedaro įtakos tam, kad šios prekės turi bendrą bruožą – jų vaidmuo susijęs su žmogaus išvaizda ir jų įsigijimas gali būti nulemtas bent jau iš dalies to, kokį įvaizdį jos kuria, ar tam tikro „estetinio papildymo“ ieškojimo (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2015 m. liepos 9 d. Sprendimo *CMT / VRDT – Camomilla (Camomilla)*, T-98/13 ir T-99/13, nepaskelbtas Rink., EU:T:2015:480, 75 punktą ir 2016 m. rugsėjo 28 d. Sprendimo *The Art Company B & S / EUIPO – G-Star Raw (THE ART OF RAW)*, T-593/15, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:572, 42 punktą).

71 Taigi Apeliacinė taryba, nepadarydama klaidos, konstatavo, kad yra ryšys tarp prekių, kurioms skirti ginčijami prekių ženklai, ir aprangos sektoriaus prekių, kurioms buvo naudojami arba dėl kurių buvo prašoma įregistruoti įstojusios į bylą šalies prekių ženklus. Be to, Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad mados dizainerių praktika išplėsti savo pasiūlą prekėms, priklausančioms drabužių rinkai artimiems segmentams, šioje byloje buvo iliustruota praplečiant įstojusios į bylą šalies prekių ženklais žymimų prekių gamą kitomis nei drabužiai prekėmis, pavyzdžiui, avalyne, juvelyriniais dirbiniais, akiniais nuo saulės, kvepalais ir laikrodžiais.

72 Taigi Apeliacinė taryba teisingai nustatė, jog tai, kad ginčijamiems prekių ženklams tapatūs arba labai panašūs į juos prekių ženklai buvo naudojami ir saugomi nuo 1954 m. prekėms, priklausančioms artimam rinkos segmentui, šioje byloje yra reikšmingas veiksnys, vertinant ieškovės nesąžiningumą paduodant ginčijamų prekių ženklų paraiškas.

73 Ieškovės argumentai ir įrodymai, pateikti siekiant patvirtinti šiuos argumentus, negali paneigti šios išvados.

74 Viena vertus, tiesa yra tai, kad nors pagal vienodo požiūrio ir gero administravimo principus EUIPO turi atsižvelgti į sprendimus, kurie jau buvo priimti dėl panašių paraiškų, ir ypatingą dėmesį skirti klausimui, ar reikia priimti tokį patį sprendimą, šių principų taikymas turi būti suderinamas su teisėtumo principu (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2018 m. birželio 28 d. Sprendimo *EUIPO / Puma*, C-564/16 P, EU:C:2018:509, 61 punktą ir jame nurodytą jurisprudenciją).

75 Šiuo atveju, pirma, ieškovė Bendrajame Teisme remiasi dviem sprendimais, kurie buvo priimti po to, kai buvo priimti skundžiami sprendimai. Taigi negalima kaltinti Apeliacinės tarybos, kad ji į juos neatsižvelgė. Be to, pagal suformuotą jurisprudenciją Reglamento 2017/1001 65 straipsnyje numatytu ieškiniu Bendrajame Teisme siekiama patikrinti apeliacinių tarybų sprendimų teisėtumą, o nagrinėjant ieškinį dėl panaikinimo ginčijamo teisės akto teisėtumas turi būti vertinamas atsižvelgiant į teisines ir faktines aplinkybes, buvusias priimant teisės aktą. Taigi Bendrojo Teismo užduotis nėra iš naujo vertinti faktines aplinkybes, remiantis pirmą kartą jam pateiktais įrodymais (žr. 2012 m. kovo 21 d. Sprendimo *Feng Shen Technology / VRDT – Majtczak (FS)*, T-227/09, EU:T:2012:138, patvirtintą 2013 m. vasario 7 d. Nutartimi *Majtczak / Feng Shen Technology ir VRDT* (C-266/12 P, nepaskelbta Rink., EU:C:2013:73, 45 punktas) 25 punktą).

76 Antra, kiek tai susiję su EUIPO sprendimais, kuriais ji rėmėsi vykstant registracijos pripažinimo negaliojančia procedūrai, ieškovė paprasčiausiai tvirtina, tiksliai neišskirdama nė vieno iš jų, kad tokių sprendimų yra daugiau kaip penkiasdešimt ir juose visuose padaryta išvada, kad egzistuoja skirtumas tarp laikrodžių ir drabužių. Vis dėlto tokie argumentai, žinoma, nėra pakankami, kad būtų įrodyta, jog Apeliacinė taryba turėjo atsižvelgti į šiuos sprendimus. Be to, remiantis suformuota jurisprudencija, bendra nuoroda į kitus dokumentus negali kompensuoti pagrindinių teisinės argumentacijos elementų nebuvimo; jie turi būti nurodyti pačiame ieškinyje. Taigi, kiek tai susiję su ieškiniu dėl EUIPO apeliacinės tarybos sprendimo, Bendrasis Teismas neprivalo procedūros EUIPO dokumentuose ieškoti argumentų, į kuriuos ieškovė galėjo padaryti nuorodą, ir jų nagrinėti (šiuo klausimu žr. 2008 m. birželio 17 d. Sprendimo *El Corte Inglés / VRDT – Abril Sánchez et Ricote Saugar (BoomerangTV)*, T-420/03, EU:T:2008:203, 92 ir 93 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją).

77 Trečia, reikia pažymėti, kad sprendimuose, kuriais ieškovė rėmėsi tiek EUIPO, tiek ir Bendrajame Teisme, argumentai dėl skirtumų tarp laikrodžių ir drabužių yra susiję su Reglamento 2017/1001 8 straipsnio 1 dalies b punkto arba to paties reglamento 8 straipsnio 5 dalies taikymu. Taigi dėl priežasčių, išdėstytų šio sprendimo 55–61 punktuose, šie sprendimai nėra reikšmingi.

78 Kita vertus, ieškovės argumentai, kad tarp ginčijamų prekių ženklų ir įstojusios į bylą šalies ankstesnių prekių ženklų nėra ryšio dėl to, kad juos sudaro dažnai vartojami moters vardas ir pavardė, turi būti atmesti. Iš tiesų, kaip ginčijamo sprendimo 25 punkte teisingai konstatavo Apeliacinė taryba, tai, kad vardas „Ann“ ir pavardė „Taylor“ yra dažnai vartojami angliškai kalbančiose šalyse, nereiškia, kad jų derinys taip pat yra dažnai vartojamas. Be to, kaip ji taip pat pažymėjo, nėra teigiama, kad tretieji asmenys naudotų rinkoje kitus prekių ženklus, kuriuose yra šis derinys. To nesimato ir iš bylos dokumentų, pateiktų vykstant procedūrai EUIPO dėl registracijos pripažinimo negaliojančia. Taigi ryšys tarp ginčijamų prekių ženklų ir įstojusios į bylą šalies prekių ženklų, kurie yra identiški arba labai panašūs, nėra silpnesnis dėl šiems prekių ženklams būdingo skiriamojo požymio laipsnio ar jų naudojimo.

79 Iš to, kas paminėta, matyti, kad pirmojo argumento pirma dalis yra atmestina.

Dėl pirmojo argumento antros dalies, grindžiamos Apeliacinės tarybos klaida, susijusia su tuo, jog ieškovė, paduodama ginčijamų prekių ženklų paraišką, žinojo apie įstojusios į bylą šalies panašius ar tapačius prekių ženklus

(Praleista)

83 Nagrinėjamu atveju Apeliacinė taryba nusprendė, kad faktas, jog ieškovė žinojo apie įstojusios į bylą šalies teises, susijusias su ginčijamiems prekių ženklams tapačiais ar panašiais žymenimis, kuriais žymimi drabužiai, buvo nustatytas remiantis toliau nurodytomis aplinkybėmis.

84 Pirma, ginčijamo sprendimo 33–37 punktuose Apeliacinė taryba, remdamasi įstojusios į bylą šalies interesus ginančių advokatų priesaika patvirtintais rašytiniais pareiškimais ir ieškovės advokato elektroniniu laišku vienam iš pirmiau minėtų įstojusios į bylą šalies advokatų, pažymėjo, kad buvo nustatyta, jog ieškovės vadovas A. Holzer bandė kreiptis į įstojusios į bylą šalies vadovus, siekdamas gauti pritarimą dėl pasaulinės licencijos apie 2000 m. pradžią. Apeliacinė taryba konstatavo, kad šie faktai įvyko iki 2003 m., kai Meksikoje buvo pateikta prekių ženklo ANN TAYLOR (pirmasis ieškovės prekių ženklas, kuriame yra „ann taylor“ elementas šioje šalyje ir kuriuo ji remiasi siekdama pateisinti savo komercinę plėtrą Sąjungoje) paraiška. Apeliacinė taryba nusprendė, kad, nepaisant jos argumentų, ieškovė pripažino, kad toks bandymas iš tikrųjų buvo.

(Praleista)

91 Be to, ieškovė ginčija, pirma, priesaika patvirtintų rašytinių įstojusios į bylą šalies advokatų pareiškimų galiojimą, remdamasi tuo, kad minėti advokatai dirbo toje bendrovėje, ir, antra, vieno iš šių advokatų elektroninio laiško galiojimą, remdamasi tuo, kad minėtas advokatas tiesiogiai nežinojo M. Holzer kreipimųsi turinio ir tikslo ir kad dėl šio elektroninio laiško konfidencialumo EUIPO negali į jį atsižvelgti.

92 Nagrinėjamu atveju pirmiausia pažymėtina, kad nė vienas bylos medžiagoje esantis dokumentas neleidžia daryti išvados, kad advokatai, kurie pateikė minėtus pareiškimus ir kurie atstovauja įstojusios į bylą šalies interesams, yra jos įdarbinti ar kitaip su ja susiję.

93 Priešingai, iš prašymo pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia priedų, kuriuose pateikti šie pareiškimai, matyti, kad du iš šių advokatų yra advokatų kontoros F., Z., L. ir Z., įsteigtos Niujorke, Niujorko valstijoje (Jungtinės Valstijos), partneriai ir kad du kiti yra kitų dviejų advokatų kontorų Meksikoje partneriai: pirmasis advokatų kontoroje A. & L., o antrasis advokatų kontoroje *O. & Cia*.

94 Taigi reikia daryti išvadą, kad tokie advokatai yra nepriklausomi ir yra tretieji asmenys, kiek tai susiję su įstojusia į bylą šalimi.

95 Be to, advokatams iš esmės yra taikomos profesinės drausmės taisyklės, kurios, be kita ko, nustato sąžiningumo reikalavimą, kurių nesilaikius taikomos drausminės nuobaudos (šiuo klausimu žr. 2010 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo *Akzo Nobel Chemicals ir Akcros Chemicals / Komisija ir kt.*, C-550/07 P, EU:C:2010:512, 42 ir 45 punktus).

96 Taigi priesaika patvirtintų pareiškimų įrodomoji vertė yra neišvengiamai didesnė nei į bylą įstojusios šalies darbuotojų arba asmenų, susijusių su ja vienu ar kitu būdu (šiuo klausimu žr. 2012 m. birželio 13 d. Sprendimo *Süd-Chemie / VRDT – Byk-Cera (CERATIX)*, T-312/11, nepaskelbtas Rink., EU:T:2012:296, 30 punktą).

(Praleista)

102 Be to, reikia priminti, kad, remiantis suformuota jurisprudencija, advokato ir kliento bendravimo konfidencialumui apsauga turi būti suteikiama Sąjungos lygiu tiek, kiek susirašinėjimas su advokatu yra susijęs su kliento atstovavimu, ir jeigu minėtas advokatas yra nepriklausomas (žr. 2010 m. rugsėjo 14 d. Sprendimo *Akzo Nobel Chemicals ir Akcros Chemicals / Komisija ir kt.*, C-550/07 P, EU:C:2010:512, 40 ir 41 punktus ir juose nurodytą jurisprudenciją). Konkurencijos srityje tokia apsauga leidžia tokiems pranešimams netaikyti Komisijos tyrimų įgaliojimų ir prieštarauti tam, kad Komisija jais remtųsi priimdama sprendimą nustatyti baudą už Sąjungos konkurencijos teisės pažeidimą (2016 m. vasario 29 d. Sprendimo *Deutsche Bahn ir kt. / Komisija*, T-267/12, nepaskelbtas Rink., EU:T:2016:110, 49 punktas).

103 Vis dėlto net darant prielaidą, jog ši jurisprudencija yra taikytina įrodymams, pateiktiems vykstant procedūrai EUIPO, šio sprendimo 84 punkte nurodytas ieškovės advokato elektroninis laiškas yra adresuotas vienam iš įstojusios į bylą šalies advokatų. Taigi tai nėra advokato ir kliento susirašinėjimas, kaip tai suprantama remiantis šio sprendimo 102 punkte nurodyta jurisprudencija. Nors tiesa tai, kad šiame elektroniniame laiške yra elementų, apie kuriuos ieškovė pranešė savo advokatui, vis dėlto reikia konstatuoti, kad ji nenurodo, kad būtų neleidusi atskleisti šių elementų įstojusios į bylą šalies atstovams ar pačiai į bylą įstojusiai šaliai, be to, to taip pat nematyti iš šio elektroninio laiško. Įspėjimas elektroninio laiško apačioje, kuris paprastai yra nurodomas profesinėje korespondencijoje, neleidžia atskleisti šio elektroninio laiško tik tretiesiems asmenims arba jo paskelbti, tačiau netrukdo, kad jis būtų naudojamas vykstant registracijos pripažinimo negaliojančia procedūrai, kuri susijusi su pačia ieškove ir įstojusia į bylą šalimi.

104 Bet kuriuo atveju reikia pažymėti, kad šiame elektroniniame laiške pateikti įrodymai, susiję su A. Holzer bandymais kreiptis į įstojusią į bylą šalį, taip pat buvo nurodyti įstojusios į bylą šalies advokato priesaika patvirtintuose pareiškimuose, ir ieškovė pati juos iš dalies nurodė savo pastabose EUIPO, Kaip nurodyta šio sprendimo 87 punkte. Taigi šie įrodymai patys savaime nebuvo konfidencialūs.

105 Vadinasi, Apeliacinė taryba turėjo teisę manyti, kad įstojusios į bylą šalies advokato priesaika patvirtinti rašytiniai pareiškimai ir vieno iš jos advokatų elektroninis laiškas yra teisėti įrodymai, turintys įrodomąją vertę, siekiant nustatyti A. Holzer kreipimųsi į įstojusią į bylą šalį prieš įregistruojant prekių ženklą ANN TAYLOR Meksikoje tikslą.

106 Be to, reikia pažymėti, kad, nors ieškovė ginčija, kad šių kreipimųsi tikslas buvo sudaryti susitarimą dėl prekybos laikrodžiais, pažymėtais prekių ženklu ANN TAYLOR, ji nepateikė jokio paaiškinimo dėl šių veiksmų tikslo ir turinio, tačiau pripažino jų egzistavimą. Tačiau būtent ji galėjo geriausiai informuoti Apeliacinę tarybą apie šių kreipimųsi tikslą ir ją įtikinti, kad, nepaisant minėtų įrodymų, minėti kreipimaisi nebuvo susiję su prekių ženklo ANN TAYLOR komercinio naudojimo tikslais.

(Praleista)

Dėl antrojo argumento, grindžiamo Apeliacinės tarybos vertinimo klaida, susijusia su ieškovės ketinimais ginčijamų prekių ženklų paraiškos padavimo momentu

111 Antrąjį argumentą sudaro dvi dalys.

112 Pirma, ieškovė tvirtina, kad negali būti atsižvelgta į aplinkybes, kuriomis Apeliacinė taryba rėmėsi, nuspręsdama, jog ginčijamų prekių ženklų savininkas sąmoningai ketino sukurti asociaciją tarp ginčijamų prekių ženklų ir įstojusios į bylą šalies prekių ženklų, nes jos nėra jai tiesiogiai priskirtinos ir nėra jos kontroliuojamos ar veikiamos.

113 Antra, ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į kitas aplinkybes, galinčias paaiškinti jos elgesį ir įrodyti jos sąžiningumą. Šiuo klausimu ji tvirtina, kad ji negali būti kaltinama piktnaudžiavusi įstojusios į bylą šalies prekių ženklo reputacija, nes: jis neturi tokios reputacijos; prekės, žymimos konfliktuojančiais žymenimis, skiriasi; du ginčijami prekių ženklai naudojami iš tikrųjų ir nepertraukiamai. Be to, ieškovė tvirtina, kad nėra jokių įrodymų, patvirtinančių, kad ginčijamų prekių ženklų įregistravimu (tai logiškas jos komercinės strategijos žingsnis) buvo siekiama užkirsti kelią trečiajam asmeniui patekti į rinką. Ji taip pat tvirtina, kad nebuvo nustatytas joks ankstesnis ryšys su įstojusia į bylą šalimi ir kad ginčijami prekių ženklai yra savarankiški kūriniai.

114 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija šiuos argumentus.

Dėl antrojo argumento pirmos dalies, grindžiamos tuo, kad buvo neteisingai atsižvelgta į aplinkybes, nepriskirtinas ieškovei

(Praleista)

124 Pirma, reikėtų pažymėti, kad, kaip matyti iš šio sprendimo 87–105 punktų, Apeliacinė taryba, nepadarydama jokios klaidos, galėjo manyti, kad teisiškai buvo įrodyta, jog iki pirmosios prekių ženklo ANN TAYLOR paraiškos Meksikoje padavimo ieškovė siekė gauti teisę prekiauti laikrodžiais, žymimais tapačiu įstojusiai į bylą šaliai priklausančiu prekių ženklu, bet pastaroji po ieškovės kreipimųsi atsisakė suteikti tokią teisę.

125 Taigi Apeliacinė taryba turėjo teisę manyti, kad šios aplinkybės yra pirmasis ieškovės nesąžiningumo požymis. Iš tiesų šioms aplinkybėms būdingų įvykių seka leidžia manyti, kad ieškovės siekis naudoti prekių ženklą ANN TAYLOR yra susijęs su jos ketinimu pasisavinti šį žymenį siekiant prekiauti laikrodžiais ir sukurti asociaciją su ankstesniais įstojusios į bylą šalies tapačiais ar panašiais žymenimis be jos sutikimo, nes toks sutikimas nebuvo gautas ir įstojusi į bylą šalis netgi aiškiai prieštaravo tokiam minėto prekių ženklo naudojimui.

126 Antra, reikia pažymėti, kad, kaip buvo priminta šio sprendimo 54 punkte, ginčijamo žymens naudojimas gali būti aplinkybė, į kurią reikia atsižvelgti apibūdinant ketinimus prieš paraiškos registruoti šį žymenį padavimą, įskaitant jo naudojimą po paraiškos padavimo dienos. Vadinasi, Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad nors įstojusios į bylą šalies nurodytos aplinkybės, kiek jos susijusios su ieškovės meksikietiškų prekių ženklų naudojimu, atsirado po ginčijamų prekių ženklų

paraiškos padavimo, jų pobūdis leidžia tiksliau nustatyti ketinimus, egzistavusius paduodant paraišką, todėl į jas turi būti atsižvelgiama (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2017 m. gegužės 16 d. Sprendimo *Airhole Facemasks / EUIPO – sindustrysurf (AIR HOLE FACE MASKS YOU IDIOT)*, T-107/16, EU:T:2017:335, 41 punktą).

(Praleista)

Dėl antrojo argumento antros dalies, grindžiamos tuo, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į ieškovės nurodytas aplinkybes, galinčias padėti nustatyti jos sąžiningumą

157 Ieškovė remiasi tuo, kad šiuo atveju nėra aplinkybių, nustatytų ankstesnėje jurisprudencijoje, kurios gali būti laikomos nesąžiningumo įrodymais: pavyzdžiui, ketinimų pasinaudoti gero vardo sėkme arba ankstesnio prekių ženklo reputacija (2014 m. gegužės 8 d. Sprendimo *Simca Europe / VRDT – PSA Peugeot Citroën (Simca)*, T-327/12, EU:T:2014:240, 56 punktas), fakto, kad prašoma įregistruoti prekių ženklą turint vienintelį tikslą – užkirsti kelią trečiajam asmeniui patekti į rinką ir naudoti savo prekių ženklą (2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, 44 punktas), finansinės kompensacijos prašymo (2014 m. gegužės 8 d. Sprendimo *Simca*, T-327/12, EU:T:2014:240, 72 punktas), taip pat aplinkybių, kurioms esant ginčijamas žymuo buvo sukurtas, jo naudojimo nuo sukūrimo, komercinės logikos, kuria grindžiamas prašymas įregistruoti žymenį kaip Europos Sąjungos prekių ženklą, ir įvykių, dėl kurių buvo paduota ši paraiška, chronologijos.

158 Šiuo klausimu pažymėtina, pirma, kad iš šio sprendimo 52 punkte nurodytos jurisprudencijos matyti, kad, atsižvelgiant į konkretų ginčo ar klausimo, į kurį jie turėjo atsakyti, kontekstą, tai, kad nėra faktoriaus, kurį Bendrasis Teismas ar Teisingumo Teismas anksčiau pripažino svarbiu nustatant pareiškėjo nesąžiningumą, netrukdo nustatyti prekių ženklo paraišką pateikusio asmens nesąžiningumo atsižvelgiant į kitokias aplinkybes. Iš tikrųjų, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 53 punkte, nesąžiningumo sąvoka, kaip ji suprantama pagal Reglamento 2017/1001 59 straipsnio 1 dalies b punktą, negali būti grindžiama vien konkrečiomis tam tikros kategorijos aplinkybėmis.

159 Antra, priešingai, nei tvirtina ieškovė, tiek aplinkybės, kurioms esant buvo sukurtas ginčijamas žymuo, tiek jo naudojimas ir komercinė logika, kuria buvo grindžiama ginčijamų prekių ženklų paraiška bei įvykių chronologija iki paraiškos padavimo, šioje byloje yra reikšmingos aplinkybės, galinčios pagrįsti nesąžiningumą.

160 Iš tiesų, kadangi, kaip nurodo pati ieškovė, ginčijamų prekių ženklų tikslas – tapačių prekių ženklų, kurių paraiška pirmą kartą paduota Meksikoje, apsauga, Apeliacinė taryba teisingai atsižvelgė į aplinkybes, kurioms esant jie buvo sukurti, į jų naudojimą, tokio naudojimo komercinę logiką bei įvykių chronologiją iki jų paraiškos pateikimo. Taigi, kaip matyti iš šio sprendimo 124–155 punktų, Apeliacinė taryba pagrįstai galėjo daryti išvadą, pirma, remdamasi faktinių aplinkybių seka, kuri apibūdina pirmo ieškovės meksikietiško prekių ženklo ANN TAYLOR sukūrimą, kad tokia seka parodo jos siekį naudoti įstojusios į bylą šalies tapatų prekių ženklą be jos sutikimo ir sukuriant asociaciją su įstojusia į bylą šalimi, antra, remdamasi tokio meksikietiško prekių ženklo naudojimu, kad buvo sukurta komercinė strategija, kuria buvo siekiama sukelti tokią asociaciją.

161 Tai, kad šios aplinkybės nėra tiesiogiai susijusios su ginčijamų prekių ženklų paraiškomis ir jų naudojimu Sąjungoje, nėra reikšminga, nes ieškovė nepateikė jokių įrodymų, kurie galėtų patvirtinti, kad minėta paraiška ir naudojimas buvo grindžiami kitais tikslais nei prekių ženklų, kuriuos ji užregistravo Meksikoje, paraiškos ir naudojimas. Priešingai, remiantis pačios ieškovės pareiškimais, ginčijamų prekių ženklų paraiškos yra dalis komercinės strategijos išplėsti jos ankstesnių prekių ženklų Meksikoje apsaugą.

162 Trečia, ieškovės argumentai, kuriais remiantis ji negali būti kaltinama dėl to, kad pasinaudojo įstojusios į bylą šalies prekių ženklo ANN TAYLOR reputacija, kai nėra tokios reputacijos, negali būti priimti.

163 Iš tiesų, viena vertus, įrodymai, kuriais rėmėsi Apeliacinė taryba, nesant jokio patikimo alternatyvaus paaiškinimo, rodo, kad naudojimasis asociacija tarp įstojusios į bylą šalies amerikietiško prekių ženklo ANN TAYLOR ir ieškovės tapataus meksikietiško prekių ženklo yra ieškovės komercinės strategijos dalis. Vadinasi, iš to reikia daryti išvadą, kad ieškovė manė, kad ji yra suinteresuota tokiu naudojimu, neatsižvelgiant į tai, ar įstojusios į bylą šalies prekių ženklo reputacija buvo nustatyta.

164 Kita vertus, reikia pažymėti, kad įstojusi į bylą šalis pateikė prekių ženklų paraiškas EUIPO ir valstybių narių valdžios institucijoms dėl žymens ANN TAYLOR ar dėl panašių žymenų prieš tai, kai buvo paduotos ginčijamų prekių ženklų paraiškos. Reikia pridurti, kad įstojusi į bylą šalis pateikė tam tikrų įrodymų dėl jos prekių ženklo žinomumo tam tikriems mados sektoriaus specialistams Jungtinėje Karalystėje ir įrodymų apie prekių, žymimų šiuo prekių ženklu, pirkimus, kuriuos atliko Sąjungoje įsisteigę vartotojai. Šie įrodymai rodo, kad įstojusi į bylą šalis rengė Sąjungos vartotojams skirtą komercinę strategiją, kuria galėjo pasinaudoti ieškovė, atsižvelgiant į jos pačios strategiją. Taigi jais negali būti paneigti Apeliacinės tarybos argumentai, kuriais remiantis ginčijamų prekių ženklų paraiškos yra susijusios su ta pačia komercine strategija, kuria siekiama sukurti asociaciją su įstojusios į bylą šalies prekių ženklu ANN TAYLOR, kaip ir ta, kuria grindžiamos ieškovės prekių ženklų Meksikoje, kurių apsaugą jos siekia išplėsti, paraiškos ir jų naudojimas.

(Praleista)

166 Penkta, nei aplinkybė, kad ieškovė įstojusios į bylą šalies neprašė finansinės kompensacijos, nei faktas, jeigu jis būtų įrodytas, kad ginčijami prekių ženklai buvo iš tikrųjų ir nepertraukiamai naudojami nuo paraiškos padavimo, nėra tokie įrodymai, kurie, atsižvelgiant į šios bylos aplinkybes, galėtų būti laikomi patvirtinančiais tai, kad minėta paraiška buvo grindžiama teisėtais ketinimais. Iš tiesų Apeliacinės tarybos ieškovei priskirtas nesąžiningumas nėra susijęs nei su bandymu priversti įstojusią į bylą šalį jai atsilyginti finansiškai, nei su grynai spekuliacinio pobūdžio prekių ženklo paraiška, bet susijęs su siekiu pasisavinti prekių ženklą ANN TAYLOR be įstojusios į bylą šalies sutikimo ir siekiu sąmoningai sukurti asociaciją su įstojusios į bylą šalies tapačiais ar panašiais ankstesniais prekių ženklais.

(Praleista)

173 Taigi Apeliacinė taryba teisingai konstatavo, kad šio sprendimo 169 ir 170 punktuose nurodyti ieškovės kreipimaisi atspindi ieškovės ketinimą užkirsti kelią įstojusiai į bylą šaliai išplėsti savo prekių ženklo ANN TAYLOR naudojimą laikrodžių sektoriui Sąjungoje; jeigu įstojusi į bylą šalis ketino imtis tokio išplėtimo, jis galėtų atitikti teisėtą komercinę strategiją. Priešingai, kadangi buvo įrodyta, kad ginčijamų prekių ženklų paraiškos yra nesąžiningos strategijos, kuria siekiama be įstojusios į bylą šalies sutikimo pasisavinti prekių ženklą ANN TAYLOR ir sukurti asociaciją su tapačiais ar panašiais jos prekių ženklais, dalis, ieškovės bandymas sukliudyti negali būti vertinamas kaip atitinkantis teisėtą tikslą – apsaugoti minėtus ginčijamus prekių ženklus nuo nesąžiningo jų naudojimo neseniai rinkoje pradėjusio veikti trečiojo asmens (šiuo klausimu pagal analogiją žr. 2009 m. birželio 11 d. Sprendimo *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU:C:2009:361, 46–49 punktus).

174 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia atmesti antrojo argumento antrą dalį ir atitinkamai visą antrąjį argumentą.

Dėl trečiojo argumento, grindžiamo Apeliacinės tarybos vertinimo klaida, susijusia su įstojusios į bylą šalies pateiktų įrodymų, kuriais grindžiamas prašymas pripažinti prekių ženklo registraciją negaliojančia, įrodomąją galia ir su įrodinėjimo pareiga

175 Ieškovė teigia, kad Apeliacinės tarybos išvados yra pagrįstos antriniais įrodymais, kurie yra silpni ir abejotini, ir kad Apeliacinės tarybos jai nustatyta pareiga įrodyti tam tikrų įvykių nebuvimą yra *probatio diabolica*.

176 EUIPO ir įstojusi į bylą šalis ginčija šiuos argumentus.

177 Šiuo klausimu pakanka pažymėti, kad, kaip ir matyti iš analizės, atliktos nagrinėjant pirmus du argumentus, įrodymai, kuriais paremtos Apeliacinės tarybos išvados, negali būti laikomi silpnais, antriniais ar abejotinais.

178 Pirma, iš šio sprendimo 91–103 punktų matyti, kad ieškovė neįrodė, kad įrodymai, kuriuos įstojusi į bylą šalis pateikė siekdama įrodyti, kad A. Holzer siekė iš jos gauti pritarimą licencijos sutarčiai, nėra įtikinami ar kad Apeliacinė taryba neturėjo į juos atsižvelgti.

179 Antra, kaip matyti iš šio sprendimo 126–152 punktų, Apeliacinė taryba teisingai konstatavo, kad įstojusios į bylą šalies pateikti įrodymai, susiję su ieškovės meksikietiško prekių ženklo ANN TAYLOR komerciniu naudojimu, yra priskirtini ieškovei. Taip pat iš šio sprendimo 153–155 ir 169–173 punktų matyti, kad Apeliacinė taryba teisingai nustatė, jog minėti įrodymai buvo pagrįsti elementais, susijusiais su, viena vertus, ieškovės paraiška įregistruoti gerai žinomiems ankstesniems prekių ženklams tapačius prekių ženklus ir, kita vertus, su jos veiksmais, siekiant uždrausti įstojusios į bylą šalies prekių ženklo ANN TAYLOR naudojimą laikrodžiams Sąjungoje.

180 Taigi ieškovė negali tvirtinti, kad Apeliacinė taryba jos nenaudai perkėlė įrodinėjimo naštą ir jai skyrė pareigą pateikti įrodymų, kurių pateikti neįmanoma.

181 Tiesa, kaip primena ieškovė, prašymą pripažinti registraciją negaliojančia pateikęs asmuo turi įrodyti aplinkybes, leidžiančias padaryti išvadą dėl pareiškėjo nesąžiningumo paduodant ginčijamo prekių ženklo paraišką. Vis dėlto, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 36 punkte, ieškovė, kuri šiuo atžvilgiu yra geriausioje padėtyje, turi pateikti patikimus paaiškinimus, kuriais EUIPO gali būti įtikinta, kad jos ketinimai buvo teisėti, nepaisant objektyvių aplinkybių, kuriomis remiantis galima paneigti sąžiningumo prezumpciją, taikomą tokiai paraiškai. Šiuo atveju tokios objektyvios aplinkybės egzistavo ir ieškovė nepateikė jokio patikimo paaiškinimo, leidžiančio Apeliacinei tarybai nustatyti, kad, nepaisant šių aplinkybių, ginčijamų prekių ženklų paraiškos buvo pateiktos esant teisėtiems ketinimams.

182 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia atmesti trečiąjį argumentą, taigi ir ieškinius.

(Praleista)

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (penktoji kolegija)

nusprendžia:

1. **Atmesti ieškinius.**

2. ***Holzer y Cia, SA de CV*** **padengia savo, Europos Sąjungos intelektinės nuosavybės tarnybos (EUIPO) ir** ***Annco, Inc.*** **bylinėjimosi išlaidas.**

Gratsias Labucka Ulloa Rubio

Paskelbtas 2019 m. gegužės 23 d. viešame teismo posėdyje Liuksemburge.

Parašai.