TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2017. gada 20. septembrī*

Apelācija – Eiropas Savienības preču zīme – Regula (EK) Nr. 207/2009 – 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts – Vārdiskas un grafiskas preču zīmes, kas ietver vārdiskus elementus "darjeeling" vai "darjeeling collection de lingerie" – Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju īpašnieka iebildumi – Kolektīvas preču zīmes, ko veido ģeogrāfiskās izcelsmes norāde "Darjeeling" – 66. panta 2. punkts – Galvenā funkcija – Konflikts ar individuālu preču zīmju reģistrācijas pieteikumiem – Sajaukšanas iespēja – Jēdziens – Attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzība – Vērtēšanas kritēriji – 8. panta 5. punkts

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

par četrām apelācijas sūdzībām atbilstoši Eiropas Savienības Tiesas statūtu 56. pantam, ko 2015. gada 15. decembrī iesniedza

The Tea Board, Kalkāta [*Calcutta*] (Indija), ko pārstāv *C. Maier* un *A. Nordemann*, *Rechtsanwälte*,

apelācijas sūdzības iesniedzēja,

pārējie lietas dalībnieki –

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (*EUIPO*), ko pārstāv *J. Crespo Carrillo*, pārstāvis,

atbildētājs pirmajā instancē,

Delta Lingerie, Kašāna [*Cachan*] (Francija), ko pārstāv *G. Marchais* un *P. Martini-Berthon*, *avocats*,

persona, kas iestājusies lietā pirmajā instancē.

TIESA (otrā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs M. Ilešičs [*M. Ilešič*] (referents), tiesneši A. Prehala [*A. Prechal*], A. Ross [*A. Rosas*], K. Toadere [*C. Toader*] un E. Jarašūns [*E. Jarašiūnas*],

ģenerāladvokāts P. Mengoci [*P. Mengozzi*],

sekretāre L. Hjūleta [*L. Hewlett*], galvenā administratore,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2017. gada 25. janvāra tiesas sēdi,

noklausījusies ģenerāladvokāta secinājumus 2017. gada 31. maija tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – angļu.

Spriedums

1 Ar savām apelācijas sūdzībām *The Tea Board* lūdz atcelt Eiropas Savienības Vispārējās tiesas 2015. gada 2. oktobra spriedumu *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* (“Darjeeling”) (T-624/13, EU:T:2015:743), 2015. gada 2. oktobra spriedumu *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* (“Darjeeling collection de lingerie”) (T-625/13, nav publicēts, EU:T:2015:742), 2015. gada 2. oktobra spriedumu *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* (“DARJEELING collection de lingerie”) (T-626/13, nav publicēts, EU:T:2015:741) un 2015. gada 2. oktobra spriedumu *The Tea Board*/ITSB – *Delta Lingerie* (“Darjeeling”) (T-627/13, nav publicēts, EU:T:2015:740) (turpmāk tekstā kopā – “pārsūdzētie spriedumi”), ciktāl tajos Vispārējā tiesa ir daļēji noraidījusi tās prasības atcelt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas otrās padomes 2013. gada 11. un 17. septembra lēmumus (lietas R 1387/2012-2, R 1501/2012-2, R 1502/2012-2 un R 1504/2012-2, turpmāk tekstā – “strīdus lēmumi”) saistībā ar iebildumu procesiem starp *The Tea Board* un *Delta Lingerie*.

2 Ar savu pretapelācijas sūdzību *Delta Lingerie* lūdz atcelt pārsūdzētos spriedumus, ciktāl Vispārējā tiesa ar tiem ir atcēlusi strīdus lēmumus.

Atbilstošās tiesību normas

3 Līguma par ar tirdzniecību saistītām intelektuālā īpašuma tiesībām (turpmāk tekstā – “TRIPS”), kas ietverts 1.C pielikumā Līgumam par Pasaules Tirdzniecības organizācijas (PTO) izveidošanu, kurš 1994. gada 15. aprīlī parakstīts Marakešā un apstiprināts ar Padomes 1994. gada 22. decembra Lēmumu 94/800/EK par daudzpusējo sarunu Urugvajas kārtā (no 1986. līdz 1994. gadam) panākto nolīgumu slēgšanu Eiropas Kopienas vārdā jautājumos, kas ir tās kompetencē (OV 1994, L 336., 1. lpp.), 22. panta “Ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzība” 2. punkta a) apakšpunktā ir paredzēts:

“2. Attiecībā uz ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm dalībvalstis nodrošina ieinteresētās puses ar likumīgiem līdzekļiem, lai novērstu:

a) jebkuru tādu līdzekļu izmantošanu preču noformēšanā vai prezentācijā, kas norāda vai uzvedina uz domām, ka minētā prece cēlusies ģeogrāfiskajā teritorijā, kas nav patiesā preces izcelsmes vieta, tā ka sabiedrība tiek maldināta attiecībā uz preces ģeogrāfisko izcelsmi;

[..].”

4 Padomes 2009. gada 26. februāra Regulas (EK) Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.) 4. pantā ir noteikts:

“[Eiropas Savienības] preču zīme var tikt izveidota no visiem apzīmējumiem, ko var attēlot grafiski, jo īpaši no vārdiem – tostarp personvārdiem – modeļiem, burtiem, cipariem, preču vai to iepakojuma formas, ar nosacījumu, ka tās ir atšķiramas starp dažādu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem.”

5 Minētās Regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā ir paredzēts:

“Nereģistrē:

[..]

c) preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā, var kalpot, lai norādītu veidu, kvalitāti, daudzumu, paredzēto nolūku, vērtību, preču ražošanas vai pakalpojumu sniegšanas ģeogrāfisko izcelsmi vai laiku un citas preču un pakalpojumu īpašības”.

6 Minētās regulas 8. panta 1. un 5. punkts ir formulēti šādi:

"1. Ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi nereģistrē:

[..]

b) ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ pastāv iespēja maldināt sabiedrību tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme; iespēja maldināt ir asociāciju iespēja ar agrāko preču zīmi. [ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv to sajaukšanas iespēja; sajaukšanas iespēja ietver asociāciju iespēju ar agrāko preču zīmi].

[..]

5. Turklāt, ja 2. punkta nozīmē agrākās preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi nereģistrē, ja tā ir identiska vai līdzīga agrākajai preču zīmei un to reģistrē precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta agrākā preču zīme, ja attiecībā uz agrāku Kopienas preču zīmi tā ir Kopienā pazīstama un attiecībā uz agrāku valsts preču zīmi tā ir pazīstama attiecīgajā dalībvalstī un ja pieteiktās preču zīmes izmantošanā bez pietiekama iemesla varētu netaisnīgi gūt labumu no agrākās preču zīmes atšķirīguma vai atpazīstamības vai tai kaitēt."

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

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

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

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

8 Regulas Nr. 207/2009 67. panta "Noteikumi, kas reglamentē preču zīmes izmantošanu" 2. punktā ir noteikts:

Noteikumos, kas reglamentē tās izmantošanu, norāda personas, kam atļauts preču zīmi izmantot, nosacījumus, lai būtu apvienības loceklis, un, ja tādi ir, preču zīmes izmantošanas nosacījumus, ieskaitot sankcijas. Noteikumiem, kas reglamentē 66. panta 2. punktā minētās preču zīmes izmantošanu, jāatļauj visām personām, kuru preču vai pakalpojumu izcelšanās vieta ir attiecīgais ģeogrāfiskais apgabals, kļūt par tās apvienības locekli, kura ir preču zīmes īpašnieks."

9 Eiropas Parlamenta un Padomes 2012. gada 21. novembra Regulas (ES) Nr. 1151/2012 par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu kvalitātes shēmām (OV 2012, L 343, 1. lpp.) 5. panta 2. punktā ir paredzēts:

"Šajā regulā "ģeogrāfiskās izcelsmes norāde" ir nosaukums, kas identificē produktu, kura:

a) izcelsme ir reģionā vai valstī, vai konkrētā vietā;

b) konkrētā kvalitāte, reputācija vai cita īpašība ir galvenokārt saistāma ar tā ģeogrāfisko izcelsmi; un

c) vismaz viens ražošanas posms notiek definētajā ģeogrāfiskajā apgabalā."

10 Šīs regulas 13. panta 1. punkta c) un d) apakšpunktā ir noteikts:

"1. Reģistrētos nosaukumus aizsargā pret:

[..]

c) jebkādu citu nepatiesu vai maldinošu norādi attiecībā uz produkta izcelsmi, cilmi, būtību vai būtiskām īpašībām, kura ir uz iekšējā vai ārējā iesaiņojuma, reklāmas materiālos vai dokumentos par attiecīgo produktu, kā arī pret tādas taras izmantošanu produkta iesaiņojumam, kas rada nepatiesu iespaidu par produkta izcelsmi;

d) jebkuru citu praksi, kas var maldināt patērētāju par produkta patieso izcelsmi.

[..]"

11 Minētās regulas 14. panta "Sakarības starp preču zīmēm, cilmes vietas nosaukumiem un ģeogrāfiskās izcelsmes norādēm" 1. punktā ir paredzēts:

"Ja cilmes vietas nosaukums vai ģeogrāfiskās izcelsmes norāde ir reģistrēta saskaņā ar šo regulu, tad preču zīmes reģistrāciju, kuras lietojums būtu pretrunā 13. panta 1. punktam un kura attiecas uz tā paša tipa produktu, noraida, ja preču zīmes reģistrācijas pieteikumu iesniedz pēc dienas, kad Komisijai iesniegts reģistrācijas pieteikums attiecībā uz cilmes vietas nosaukumu vai ģeogrāfiskās izcelsmes norādi."

Tiesvedības priekšvēsture

12 No pārsūdzētajiem spriedumiem izrietošās priekšvēstures kopsavilkums ir šāds.

13 2010. gada 21. un 22. oktobrī *Delta Lingerie* saskaņā ar Regulu Nr. 207/2009 *EUIPO* iesniedza Eiropas Savienības preču zīmju reģistrācijas pieteikumu.

14 Preču zīmes, kuru reģistrācija tika pieteikta, ir:

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



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



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



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



15 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz katru no kuriem tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 25., 35. un 38. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam Nicas 1957. gada 15. jūnija Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām (turpmāk tekstā – "Nicas nolīgums") un attiecībā uz katru no šīm klasēm atbilst šādam aprakstam:

– 25. klase: "sieviešu apakšveļa, kā arī dienas un nakts apakšveļas izstrādājumi, it īpaši elastīgās korsetes, triko, kleitas ar cieši piegulošu augšdaļu, korsetes ar zeķturiem, krūšturi, apakšbikses, īsās apakšbikses, stringbiksītes, krūšturi, šortiņi, bokseršorti, zeķtura elastīgās prievītes, prievītes, taisnas sieviešu blūzes, īsi naktskrekli, zeķbikses, pusgarās zeķes, peldkostīmi; apģērbi, trikotāžas izstrādājumi, apakšveļa, bezpiedurkņu krekli, T-krekli, korsetes, korsāžas, naktskrekli, boa, blūzes, kombinezoni, svīteri, triko, pidžamas, vīriešu naktskrekli, bikses, iekštelpu bikses, šalles, halāti, peldmēteļi, peldkostīmi, peldbikses, apakšsvārki, galvas lakati";

– 35. klase: "sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecība; padomi uzņēmējdarbībā attiecībā uz mazumtirdzniecības punktu, mazumtirdzniecības centrāļu un reklāmas izveidi un ekspluatēšanu; tirdzniecības veicināšana (trešo personu interesēs), reklāma, komercdarījumu vadīšana, komerciāla

administrēšana, tiešsaistes reklāma datortīklā, reklāmas materiāla izplatīšana (informācijas lapiņas, prospekti, bezmaksas laikraksti, paraugi), avīžu abonēšanas pakalpojumi trešo personu interesēs; darījumu informācijas sniegšana un izpēte; pasākumu, izstāžu rīkošana komerciālos vai reklāmas nolūkos, reklāmas vadība, reklāmas laukumu noma, radio un televīzijas reklāma, veicināšana ar reklāmu";

– 38. klase: "telesakari, paziņojumu un attēlu pārraide ar datoru palīdzību, interaktīvās teleapraides pakalpojumi saistībā ar preču prezentāciju, sakari, izmantojot datorterminālus, sakari atvērtā vai slēgtā globālajā tīmeklī".

16 2011. gada 7. janvārī šie pieteikumi tika publicēti *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetenā*] Nr. 4/2011.

17 2011. gada 7. aprīlī *The Tea Board*, uzņēmums, kurš dibināts ar Indijas 1953. gada Likumu Nr. 29 par tēju un kura uzdevums ir pārvaldīt tējas ražošanu, iesniedza iebildumus pret pieteikto preču zīmju reģistrāciju attiecībā uz iepriekš šī sprieduma 15. punktā minētajām precēm un pakalpojumiem.

18 Iebildumi tika balstīti uz šādām agrākajām preču zīmēm:

— agrāku Eiropas Savienības kolektīvo vārdisko preču zīmi "DARJEELING", kas 2006. gada 31. martā reģistrēta ar numuru 4325718;

— agrāku Eiropas Savienības kolektīvo grafisko preču zīmi, kas 2010. gada 23. aprīlī reģistrēta ar numuru 8674327, un ir attēlota šādi:



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

20 Iebildumu pamatojumam tika norādīti Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā un 5. punktā paredzētie pamati.

21 Ar četriem lēmumiem, kas pieņemti 2012. gada 31. maijā, 11. jūnijā un 10. jūlijā, Iebildumu nodaļa pret minētajām preču zīmēm iesniegtos iebildumus noraidīja. 2012. gada 27. jūlijā un 10. augustā *The Tea Board* par šiem lēmumiem iesniedza apelācijas sūdzības *EUIPO*, lai panāktu to atcelšanu.

22 No pārsūdzētajiem spriedumiem izriet, ka šo prasību ietvaros *The Tea Board EUIPO* Apelācijas otrajā padomē (turpmāk tekstā – "Apelācijas padome") ir iesniegusi pierādījumus, kas apliecina, ka vārdiskais elements "darjeeling", proti, vārdiskais elements, kurš ir konfliktējošajiem apzīmējumiem kopīgs, ir tāda aizsargāta ģeogrāfiskās izcelsmes norāde attiecībā uz tēju, kas reģistrēta atbilstoši Komisijas 2011. gada 20. oktobra Īstenošanas regulai (ES) Nr. 1050/2011 par nosaukuma ierakstīšanu Aizsargāto cilmes vietas nosaukumu un aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu reģistrā (*Darjeeling* (AĢIN)) (OV 2011, L 276, 5. lpp.), pēc pieteikuma, kas saņemts 2007. gada 12. novembrī. Šī īstenošanas regula tika pieņemta, pamatojoties uz Padomes 2006. gada 20. marta Regulu (EK) Nr. 510/2006 par lauksaimniecības produktu un pārtikas produktu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu un cilmes vietu nosaukumu aizsardzību (OV 2006, L 93, 12. lpp.), kas pašlaik ir aizstāta ar Regulu Nr. 1151/2012.

23 Ar apstrīdētajiem lēmumiem Apelācijas padome noraidīja apelācijas sūdzības un apstiprināja Iebildumu nodaļas lēmumus. It īpaši tā secināja, ka, ņemot vērā ar konfliktējošiem apzīmējumiem aptverto preču un pakalpojumu līdzības neesamību, sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta

b) apakšpunkta izpratnē nepastāv. Tāpat tā noraidīja apgalvojumu, ka būtu pārkāpts šīs regulas 8. panta 5. punkts, jo ar *The Tea Board* iesniegtajiem pierādījumiem neesot pietiekami, lai konstatētu, ka ir izpildīti minētā panta piemērošanas nosacījumi.

Tiesvedība Vispārējā tiesā un pārsūdzētie spriedumi

24 Ar prasības pieteikumiem, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegti 2013. gada 25. novembrī, *The Tea Board* cēla četras prasības atcelt četrus apstrīdētos lēmumus.

25 Katras no šīm prasībām pamatojumā tā izvirzīja divus pamatus, no kuriem pirmais bija saistīts ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu, jo Apelācijas padome neesot ievērojusi Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju specifisko funkciju, kas izriet no šīs regulas 66. panta 2. punkta, un otrais pamats bija saistīts ar minētās regulas 8. panta 5. punktu pārkāpumu.

26 Ar pārsūdzētajiem spriedumiem Vispārējā tiesa, pirmkārt, noraidīja pirmo pamatu, kā nepamatotu, būtībā uzskatot, Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju, tostarp to, kas veido norādi, kuras mērķis var būt aptverto preču ģeogrāfiskās izcelsmes apzīmēšana, galvenā funkcija neatšķiras no Eiropas Savienības individuālo preču zīmju galvenās funkcijas, un ka izskatāmajā lietā sajaukšanas iespējas esamība tika noraidīta, jo konfliktējošās preces un pakalpojumi nav nedz identiski, nedz līdzīgi.

27 Otrkārt, Vispārējā tiesa daļēji apmierināja otro pamatu. Ņemot vērā hipotētisku pieņēmumu par agrāku preču zīmju izcilo reputāciju, uz kuru Apelācijas padome bija balstījusi savu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas analīzi, tā uzskatīja, ka Apelācijas padome kļūdaini ir izslēgusi attiecībā uz visām atbilstoši Nicas nolīgumam 25. klasē ietilpstošajām precēm un attiecībā uz atbilstoši šim pašam nolīgumam 35. klasē ietilpstošajiem "sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības [pakalpojumiem]", un attiecībā uz tiem, kuriem ir pieteikta reģistrācija, iespēju, ka pastāv risks gūt labumu, bez pietiekama iemesla izmantojot šīs preču zīmes. Šajā ziņā Vispārējā tiesa apstrīdētos lēmumus ir atcēlusi.

Tiesvedība Tiesā un lietas dalībnieku prasījumi

28 Katrā no savām apelācijas sūdzībām *The Tea Board* lūdz Tiesu:

– atcelt pārsūdzēto spriedumu, ciktāl Vispārējā tiesa ir noraidījusi prasību;

– nepieciešamības gadījumā nodot lietu atpakaļ Vispārējai tiesai;

– piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

29 Saskaņā ar Tiesas priekšsēdētāja 2016. gada 12. februāra lēmumu šīs lietas ir apvienotas gan rakstveida un mutvārdu procesa nolūkos, gan sprieduma taisīšanai.

30 *EUIPO* un *Delta Lingerie* lūdz Tiesu noraidīt apelācijas sūdzības un piespriest *The Tea Board* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

31 Savā pretapelācijas sūdzībā *Delta Lingerie* lūdz Tiesu:

– atcelt pārsūdzētos spriedumus, ciktāl Vispārējā tiesa ir atcēlusi apstrīdētos lēmumus;

– ja nepieciešams, nodot lietu atpakaļ Vispārējai tiesai;

– piespriest *The Tea Board* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

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

Par galvenajām apelācijas sūdzībām

33 *The Tea Board* izvirza divus pamatus, kas saistīti, pirmkārt, ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu un, otrkārt, ar šīs regulas 8. panta 5. punkta pārkāpumu.

Par pirmo pamatu

Lietas dalībnieku argumenti

34 Pirmkārt, *The Tea Board* norāda, ka Vispārējā tiesa esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā un/vai sagrozījusi faktus, pārsūdzēto spriedumu 39.–41. punktā secinot, ka kolektīvās preču zīmes, kuras veido apzīmējumi vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai apzīmētu "preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi", pamata funkcija Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta izpratnē neatšķiroties no Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes pamata funkcijas šī paša panta 1. punkta izpratnē un ka tādējādi Vispārējā tiesa esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, secinot, ka abos gadījumos preču zīmju funkcija esot būt par komerciālās izcelsmes norādi.

35 Šajā ziņā tā vispirms norāda, ka Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts nozīmē izņēmumu no šī regulas 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētajiem absolūtajiem atteikuma pamatiem, kurā apvienības locekļiem ir skaidri atļauts monopolizēt ar Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmi aizsargāto apzīmējumu.

36 Turklāt atbilstoši minētās regulas 67. panta 2. punktam tiesiskajam regulējumam par Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes izmantošanu jebkurai personai, kuras preces vai pakalpojumi nāk no attiecīgā ģeogrāfiskā reģiona, ir jāatļauj kļūt par apvienības, kas ir attiecīgās preču zīmes īpašniece, locekli un līdz ar to Eiropas Savienības kolektīvā preču zīme, kuru veido ģeogrāfiskā norāde, nekad neļautu nošķirt apvienības, kas ir šīs preču zīmes īpašniece, preces un pakalpojumus no pārējo uzņēmumu precēm un pakalpojumiem. Šajā ziņā Tiesa savā 2011. gada 29. marta spriedumā *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189, 147. punkts) ir nospriedusi, ka ģeogrāfiskās izcelsmes norādes pamatfunkcija ir garantēt patērētājiem preču ģeogrāfisko izcelsmi un īpašas tām raksturīgas īpašības.

37 Visbeidzot, Regula Nr. 207/2009 būtu jāinterpretē, ņemot vērā Regulas Nr. 1151/2012 13. panta 1. punkta c) un d) apakšpunktu un TRIPS līguma 22. pantu, kurā ir paredzēts, ka dalībvalstīm ir jānodrošina ieinteresētās puses ar likumīgiem līdzekļiem, lai novērstu jebkuru tādu līdzekļu izmantošanu preču noformēšanā vai prezentācijā, kas norāda vai uzvedina uz domām, ka minētā prece cēlusies ģeogrāfiskajā teritorijā, kas nav patiesā preces izcelsmes vieta, tā ka sabiedrība tiek maldināta attiecībā uz preces ģeogrāfisko izcelsmi.

38 Otrkārt, Vispārējā tiesa esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā un/vai sagrozījusi faktus, pārsūdzēto spriedumu 49. un 51.–53., kā arī 60. punktā secinot, ka, ja pastāv kolektīvā preču zīme, kam piemērojams Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts un ko veido norāde, kuras mērķis ir aptverto preču ģeogrāfiskās izcelsmes apzīmēšana, attiecīgo preču vai pakalpojumu reālā vai potenciālā ģeogrāfiskā izcelsme nevar tikt ņemta vērā, ja šīs preces un pakalpojumi tiek salīdzināti Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta kontekstā.

39 Treškārt, Vispārējā tiesa esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā un/vai sagrozījusi faktus, pārsūdzēto spriedumu 60. punktā secinot, ka, ja pastāv kolektīvā preču zīme Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta izpratnē, šo preču vai šo pakalpojumu reālā vai potenciālā izcelsme nevar tikt ņemta vērā, veicot visaptverošu sajaukšanas iespējas vērtējumu saskaņā ar šīs pašas regulas 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas nolūkā, un ka faktam, ka sabiedrība varētu vai nevarētu domāt, ka attiecīgajām precēm vai izejvielām, kas tiek izmantotas to ražošanai, vai pakalpojumiem, kas ir aptverti ar attiecīgajām preču zīmēm, varētu būt tāda pati ģeogrāfiskā izcelsme, nav nozīmes.

40 *EUIPO*, kā arī *Delta Lingerie* apstrīd *The Tea Board* argumentāciju.

Tiesas vērtējums

41 Vispirms, runājot par *The Tea Board* izvirzīto [faktu] sagrozīšanu, ir jāatgādina, ka ņemot vērā iebilduma par sagrozīšanu izņēmuma raksturu, LESD 256. pantā, Eiropas Savienības Tiesas statūtu 58. panta pirmajā daļā un Tiesas Reglamenta 168. panta 1. punkta d) apakšpunktā it īpaši ir noteikts, ka apelācijas sūdzības iesniedzējam ir konkrēti jānorāda, kurus pierādījumus Vispārējā tiesa ir sagrozījusi, un jānorāda tās kļūdas vērtējumā, kuru dēļ Vispārējā tiesa, viņaprāt, ir izdarījusi šo sagrozīšanu. Šādai sagrozīšanai ir skaidri jāizriet no lietas materiāliem, lai nebūtu jāveic jauna faktu un pierādījumu izvērtēšana (spriedums, 2017. gada 11. maijs, *Yoshida Metal Industry/EUIPO*, C-421/15 P, EU:C:2017:360, 23. punkts un tajā minētā judikatūra).

42 Tomēr ir jākonstatē, ka *The Tea Board* apgalvotā sagrozīšana nekādā ziņā nav pamatota un ka līdz ar to šis iebildums ir jānoraida kā nepamatots.

43 Turklāt runājot par *The Tea Board* izvirzītajām kļūdām tiesību piemērošanā, ir jānorāda, ka pārsūdzēto spriedumu 41.–43. punktā Vispārējā tiesa būtībā ir nospriedusi, ka Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes pamata funkcija ir nošķirt apvienības, kas ir [šīs preču zīmes] īpašniece, locekļu preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem, pamatojoties uz to ģeogrāfisko izcelsmi.

44 Ņemot vērā šo apstākli, Vispārējā tiesa minēto spriedumu 49. un 51.–53. punktā uzskatīja, ka, ja iebildumu procesa kontekstā konfliktējošie apzīmējumi ir kolektīvas preču zīmes, no vienas puses, un individuālas preču zīmes, no otras puses, aptverto preču un pakalpojumu salīdzinājums ir jāveic atbilstoši tiem pašiem kritērijiem, kādi ir piemērojami, kad tiek vērtēta līdzība vai identiskums starp precēm un pakalpojumiem, kuri aptverti ar divām individuālām preču zīmēm. Tādējādi Vispārējā tiesa noraidīja *The Tea Board* argumentu, saskaņā ar kuru tas, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm un pakalpojumiem ir viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme, varētu būt pietiekams kritērijs, lai pierādītu to identiskumu vai līdzību Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas nolūkā.

45 Visbeidzot, pārsūdzēto spriedumu 60. punktā Vispārējā tiesa noraidīja *The Tea Board* argumentu, saskaņā ar kuru, vērtējot, vai pastāv sajaukšanas iespēja, ja runa ir par Eiropas Savienības kolektīvajām preču zīmēm un individuālajām preču zīmēm, šo [sajaukšanas] iespēju neradītu tas, ka sabiedrība varētu domāt, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm vai pakalpojumiem vai šo preču ražošanai izmantotajām izejvielām var būt viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme.

46 Šajā ziņā jāatgādina, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā, kas, ja vien šīs regulas 67.–74. pantā nav paredzēts citādi, ir piemērojams Eiropas Savienības kolektīvajām preču zīmēm atbilstoši šīs pašas regulas 66. panta 3. punktam, ir paredzēts, ka, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieteikto preču zīmi nereģistrē, ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, kas tiek apzīmēti ar abām preču zīmēm, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai tajā teritorijā, kurā ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv sajaukšanas iespēja.

47 No pastāvīgās judikatūras izriet, ka, lai piemērotu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, sajaukšanas iespējas priekšnoteikums ir reģistrācijai pieteiktās preču zīmes un agrākās preču zīmes identiskums vai līdzība un vienlaikus reģistrācijas pieteikumā minēto preču vai pakalpojumu identiskums vai līdzība ar tiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta agrākā preču zīme, un ka tie ir kumulatīvi nosacījumi (spriedums, 2014. gada 23. janvāris, ITSB/*riha WeserGold Getränke*, C-558/12 P, EU:C:2014:22, 41. punkts un tajā minētā judikatūra).

48 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzības novērtējums ir jāveic, ņemot vērā visus atbilstošos faktorus, kuri raksturo saikni starp precēm vai pakalpojumiem. Šie faktori it īpaši ietver to raksturu, funkcionālo uzdevumu, lietojumu, kā arī to konkurējošo vai papildinošo raksturu (skat. it īpaši spriedumus, 2006. gada 11. maijs, *Sunrider*/ITSB, C-416/04 P, EU:C:2006:310, 85. punkts, un 2008. gada 18. decembris, *Les Éditions Albert René*/ITSB, C-16/06 P, EU:C:2008:739, 65. punkts).

49 Izskatāmajā lietā *The Tea Board* būtībā apgalvo, ka, ņemot vērā to, ka Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju, ko veido apzīmējumi vai norādes, kuri var kalpot tirdzniecībā, lai apzīmētu preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, pamata funkcija, tās ieskatā, ir norādīt šo preču vai šo pakalpojumu kolektīvo ģeogrāfisko izcelsmi, Vispārējā tiesa ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzības vērtējumā neizmantojot kā atbilstošo faktoru to reālo vai potenciālo kolektīvo ģeogrāfisko izcelsmi šī sprieduma 48. punkta izpratnē.

50 Ir jākonstatē, ka šī argumentācija ir balstīta uz tēzi, saskaņā ar kuru Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju, uz ko ir attiecināms Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts, pamata funkcija ir atšķirīga no tās, kāda ir šīm preču zīmēm, uz kurām ir attiecināms šīs tiesību normas 1. punkts. Tomēr šī tēze ir kļūdaina. Pirmkārt, kā izriet no paša Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta formulējuma, Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes, ko veido apzīmējumi vai norādes, kuras tirdzniecībā var kalpot, lai apzīmētu preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, ir Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes šī paša panta 1. punkta izpratnē. Atbilstoši šim 1. punktam Eiropas Savienības kolektīvas preču zīmes var būt vienīgi apzīmējumi, kas ļauj atšķirt tās apvienības locekļu, kuri ir šīs preču zīmes īpašnieki, preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem.

51 Turklāt Regulas Nr. 207/2009 4. pantā, kas saskaņā ar šīs pašas regulas 66. panta 3. punktu ir piemērojums kolektīvajām preču zīmēm, būtībā ir paredzēts, ka Eiropas Savienības preču zīmes var būt vienīgi apzīmējumi, kas var nošķirt to preču vai pakalpojumu komercizcelsmi, uz kuriem šie apzīmējumi ir izvietoti.

52 Tiesa vairākkārt ir nospriedusi, ka preču zīmes pamata funkcija ir garantēt patērētajiem preces izcelsmi tādā ziņā, ka ir iespējams identificēt ar preču zīmi aptverto preci vai pakalpojumu kā tādu, kas ir no noteikta uzņēmuma, un tādējādi nošķirt šo preci vai šo pakalpojumu no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem (spriedums, 2014. gada 6. marts, *Backaldrin Österreich The Kornspitz Company*, C-409/12, EU:C:2014:130, 20. punkts un tajā minētā judikatūra).

53 Lai gan Tiesa jau ir atzinusi, ka preču zīmei var būt arī citas funkcijas, nevis tikai izcelsmes norādīšana, kas arī aizsargā pret trešo personu kaitējumiem, piemēram, tādas, kuru uzdevums ir nodrošināt tās preces vai pakalpojuma kvalitāti, uz kura tā ir izvietota, vai saziņas, investīciju vai reklāmas funkcija, tomēr Tiesa vienmēr ir uzsvērusi, ka preču zīmes pamata funkcija ir tās izcelsmes norādīšanas funkcija (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2010. gada 23. marts, *Google France* un *Google*, no C-236/08 līdz C-238/08, EU:C:2010:159, 77. un 82, punkts, kā arī 2011. gada 22. septembris, *Interflora* un *Interflora British Unit*, C-323/09, EU:C:2011:604, 37.–40. punkts, kā arī tajos minētā judikatūra).

54 Līdz ar to, uzskatīt, ka Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā minētās Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes pamata funkcija ir kalpot par ģeogrāfiskās izcelsmes norādi ar šādu preču zīmi piedāvātajām precēm vai pakalpojumiem, nevis par to komercizcelmes norādi, nozīmētu šīs pamata funkcijas neievērošanu.

55 Šo secinājumu nevar atspēkot ar *The Tea Board* argumentiem, kas balstīti uz Regulas Nr. 207/2009 67. panta 2. punktu un judikatūru, kas izriet no 2011. gada 29. marta sprieduma *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189, 147. pants), saskaņā ar kuriem Eiropas Savienības kolektīvā preču zīme, kas noteikta Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā, pēc būtības nespējot pildīt šādu atšķirtspējas funkciju.

56 Lai gan *The Tea Board* arguments, kas balstīts uz Regulas Nr. 207/2009 67. panta 2. punktu, joprojām ir ne īpaši skaidrs un nepamatots, ir jāsecina, ka Tiesa savā 2011. gada 29. marta spriedumā *Anheuser-Busch/Budějovický Budvar* (C-96/09 P, EU:C:2011:189, 147. punkts), ir vienīgi uzskatījusi, ka ģeogrāfiskās norādes pamatfunkcija ir garantēt patērētājiem preču ģeogrāfisko izcelsmi un īpašas tām raksturīgās īpašības. Turpretī Tiesa tajā nav sniegusi nekādus apsvērumus par Eiropas Savienības kolektīvo preču zīmju pamata funkciju Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkta izpratnē.

57 Otrām kārtām, lai arī, kā to apgalvo *The Tea Board*, Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punkts nozīmē izņēmumu no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētā absolūtā reģistrācijas atteikuma pamata, tomēr ar šo apstākli nevar atspēkot faktu, ka Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā noteiktās Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes pamata funkcija ir garantēt ar šo preču zīmi tirgoto preču kolektīvo komercizcelsmi, nevis to kolektīvo ģeogrāfisko izcelsmi.

58 Kā savu secinājumu 34.–36. punktā ir norādījis ģenerāladvokāts, atkāpe no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta, kura paredzēta šīs regulas 66. panta 2. punktā, ir izskaidrojama ar paša apzīmējuma, kas ir aptverts ar minētajā 2. punktā norādītajām kolektīvajām preču zīmēm, raksturu.

59 Šajā ziņā Tiesa jau ir nospriedusi, ka minētajam 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam ir vispārēju interešu mērķis, kas prasa, lai norādes vai apzīmējumi, kuri apraksta reģistrācijai pieteikto preču vai pakalpojumu kategoriju, tostarp kā kolektīvas preču zīmes vai kombinētas vai grafiskas preču zīmes, visiem būtu iespēja brīvi izmantot. Šī tiesību norma tātad neļauj rezervēt šādus apzīmējumus vai norādes tikai vienam uzņēmumam, reģistrējot tos kā individuālu preču zīmi (šajā nozīmē skat. spriedumus, 1999. gada 4. maijs, *Windsurfing Chiemsee*, C-108/97 un C-109/97, EU:C:1999:230, 25. punkts, un 2007. gada 19. aprīlis, ITSB/*Celltech*, C-273/05 P, EU:C:2007:224, 75. punkts un tajā minētā judikatūra).

60 Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktā noteiktā Eiropas Savienības kolektīvā preču zīme nav pretrunā šim vispārējo interešu mērķim, jo, pirmkārt, atbilstoši šī 2. punkta pēdējam teikumam šāda preču zīme neļauj tās īpašniekam aizliegt trešajām personām šos apzīmējumus vai norādes izmantot tirdznieciskos darījumos, ar nosacījumu, ka trešās personas rūpnieciskos vai komercdarījumos tās izmanto godīgi, un, otrkārt, šīs pašas regulas 67. panta 2. punktā ir noteikts, ka šajā 66. panta 2. punktā minētās preču zīmes izmantošanas regulējumā ir atļauts ikvienai personai, kuras preču vai pakalpojumu izcelsme ir no attiecīgā ģeogrāfiskā reģiona, kļūt par apvienības, kas ir preču zīmes īpašniece, locekli.

61 Treškārt, *The Tea Board* savas tēzes pamatojumam nevar atsaukties nedz uz Regulas Nr. 1151/2012 13. panta 1. punkta c) un d) apakšpunktu, nedz uz TRIPS līguma 22. punktu, kuri ir saistīti ar aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu aizsardzību.

62 Šajā ziņā atliek konstatēt, ka minētās ģeogrāfiskās izcelsmes norādes, no vienas puses, un Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes, kuras veido apzīmējumi vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai apzīmētu preču vai pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi, no otras puses, ir apzīmējumi, kuri izriet no atšķirīgiem tiesiskajiem regulējumiem, un tiem ir atšķirīgi mērķi. Tādējādi Eiropas Savienības preču zīme saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 4. pantu ir apzīmējums, kas var nošķirt to preču vai pakalpojumu komercizcelsmi, uz kuriem šie apzīmējumi ir izvietoti, savukārt ģeogrāfiskās izcelsmes norāde saskaņā ar Regulas Nr. 1151/2012 5. panta 2. punktu ir nosaukums, kas identificē preci kā

tādu, kuras izcelsme ir no noteiktas ģeogrāfiskās teritorijas, kuras kvalitāti, reputāciju vai citu raksturīgo īpašību var attiecināt galvenokārt uz šo ģeogrāfisko izcelsmi un kuras vismaz viens ražošanas posms atrodas ierobežotā ģeogrāfiskā teritorijā.

63 Ņemot vērā iepriekš izklāstītos apsvērumus, Vispārējā tiesa, nepieļaujot kļūdu tiesību piemērošanā, pārsūdzēto spriedumu 41.–43. punktā ir nospriedusi, ka Eiropas Savienības kolektīvās preču zīmes pamata funkcija ir nošķirt apvienības, kas ir [šīs preču zīmes] īpašniece, locekļu preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem, pamatojoties uz to ģeogrāfisko izcelsmi.

64 No tā izriet arī, ka Vispārējā tiesa, nepieļaujot kļūdu tiesību piemērošanā, būtībā minēto spriedumu 49. un 51.–53. punktā ir uzskatījusi, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanas ietvaros, ja konfliktējošie apzīmējumi ir kolektīvas preču zīmes, no vienas puses, un individuālas preču zīmes, no otras puses, iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm un pakalpojumiem ir viena un tā pati ģeogrāfiskā izcelsme, varētu būt atbilstošs faktors, lai pierādītu to identiskumu vai līdzību.

65 Kā pārsūdzēto spriedumu 52. punktā norāda Vispārējā tiesa, vienā un tajā pašā ģeogrāfiskajā reģionā var tikt ražots vai sniegts ārkārtīgi plašs preču un pakalpojumu klāsts. Tāpat nekas neizslēdz to, ka reģions, kura ģeogrāfiskais nosaukums ir reģistrēts kā Eiropas Savienības kolektīvā preču zīme atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 66. panta 2. punktam, var būt avots dažādām izejvielām, ko var izmantot dažādu un atšķirīgu preču izgatavošanā.

66 Visbeidzot, runājot par apgalvoto kļūdu tiesību piemērošanā, kas pieļauta Vispārējās tiesas pārsūdzēto spriedumu 60. punktā, atliek norādīt, ka minētais punkts ir *ad abundantiam*, jo pārsūdzēto spriedumu 56.–59. punktā Vispārējā tiesa būtībā pamatoti, kā tas izriet no šī sprieduma 43.–63. punkta, jau ir secinājusi, ka izskatāmajā lietā Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts nav piemērojams, jo nav izpildīts viens no tā piemērošanas nosacījumiem. Līdz ar to *The Tea Board* iebildums šajā jautājumā ir neiedarbīgs un ir jānoraida (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2007. gada 19. aprīlis, ITSB/*Celltech*, C-273/05 P, EU:C:2007:224, 56. un 57. punkts).

67 No visiem iepriekš minētajiem apsvērumiem izriet, ka pirmais pamats ir jānoraida.

Par otro pamatu

Lietas dalībnieku argumenti

68 *The Tea Board* norāda, ka Vispārējā tiesa neesot ievērojusi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu un/vai esot sagrozījusi izskatāmās lietas faktus, pārsūdzēto spriedumu 145. punktā secinot, ka pozitīvās īpašības, uz kurām aplinkus norāda vārdiskais elements "darjeeling", nevarot nedz tikt pārnestas uz atbilstoši Nicas nolīgumam 35. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, izņemot sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumus, nedz uz kādu no atbilstoši Nicas nolīgumam 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, kas aptverti ar strīdus preču zīmēm. Konkrētāk, Vispārējā tiesa kļūdaini esot apgalvojusi, ka neesot pamatojuma tam, ka strīdus preču zīmju izmantošana sniegtu *Delta Lingerie* saistībā ar aplūkotajiem pakalpojumiem komerciālas priekšrocības. Izsmalcināta, ekskluzīva un vienreizējas kvalitātes produkta īpašības, kuras, Vispārējās tiesas ieskatā, atspoguļo vārdiskais elements "darjeeling", varētu tikt pārnestas uz tādiem pakalpojumiem kā padomi uzņēmējdarbībā vai telekomunikāciju pakalpojumiem un šajā ziņā pastiprināt strīdus preču zīmju pievilkšanas spēju. Tāpat Vispārējā tiesa neesot sniegusi pamatojumu secinājumam, kurš izriet no pārsūdzēto spriedumu 145. punkta un saskaņā ar kuru ar vārdisko elementu "darjeeling" asociējoties īpašības, kas nevar tikt pārnestas uz atbilstoši Nicas nolīgumam 35. un 38. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem.

69 *EUIPO* un *Delta Lingerie* norāda, ka otrais pamats ir nepieņemams, jo *The Tea Board* vēloties panākt to, lai Tiesa ar savu vērtējumu aizstātu Vispārējās tiesas vērtējumu, un ka tas katrā ziņā neesot pamatots, jo *The Tea Board* neesot pierādījusi nedz kļūdu tiesību piemērošanā, nedz faktu sagrozīšanu.

Tiesas vērtējums

70 Vispirms, ņemot vērā iepriekš šī sprieduma 41. punktā atgādināto judikatūru, *The Tea Board* iebildums par faktu sagrozīšanu ir jānoraida, jo pēdējā minētā šo iebildumu nekādi nav pamatojusi.

71 Runājot par iebildumu, kurš attiecas uz pamatojuma nenorādīšanu saistībā ar pārsūdzēto spriedumu 145. punktā ietverto secinājumu, atliek norādīt, ka šajā punktā Vispārējā tiesa noraidīja argumentu, kas tai bija iesniegts tādēļ, ka iemesls, kura dēļ strīdus preču zīmju izmantošana sniedzot *Delta Lingerie* komerciālas priekšrocības saistībā ar pakalpojumiem, kas nav sieviešu apakšveļas un sieviešu apakšveļas piederumu, smaržu, tualetes ūdens un kosmētikas, mājas un vannas veļas mazumtirdzniecības pakalpojumi, nekādi neizrietēja no lietas materiāliem un *The Tea Board* nav iesniegusi nevienu konkrētu elementu, ar ko varētu pierādīt šādas priekšrocības. Tātad apgalvotā pamatojuma neesamība nav pierādīta.

72 Runājot par argumentu, saskaņā ar kuru īpašības, ko atspoguļo vārdiskais elements "darjeeling", varētu tikt pārnestas uz visiem pakalpojumiem, attiecībā uz kuriem ir pieteikta reģistrācija, tā mērķis ir faktiski saņemt Tiesas veiktu faktisko un tiesisko vērtējumu, kā rezultātā tas ir noraidāms kā nepieņemams (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2011. gada 24. marts, *Ferrero*/ITSB, C-552/09 P, EU:C:2011:177, 73. un 89. punkts).

73 No tā izriet, ka otrais pamats un līdz ar to pamata apelācijas sūdzības kopumā ir jānoraida.

Par pretapelācijas sūdzību

74 Savas pretapelācijas sūdzības pamatojumam *Delta Lingerie* izvirza vienu vienīgu pamatu saistībā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta pārkāpumu. Šim pamatam ir divas daļas, no kurām pirmā ir saistīta ar preču zīmju, no vienas puses, un aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu, no otras puses, attiecīgo funkciju sagrozīšanu, un otrā daļa ir saistīta ar pamatojuma pretrunīgumu un kļūdu tiesību piemērošanā, piemērojot Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu.

Par vienīgā pamata pirmo daļu

Lietas dalībnieku argumenti

75 *Delta Lingerie* norāda, ka preču zīmes funkcija ir garantēt komercizcelsmi, turpretī ģeogrāfiskās izcelsmes norādes funkcija ir garantēt ģeogrāfisko izcelsmi. Ņemot vērā šīs atšķirīgās funkcijas, nekad nevarētu uzskatīt, ka aizsargātas ģeogrāfiskās izcelsmes norādes reputāciju patiešām varētu pārnest uz tādu pašu apzīmējumu, kas attiecībā uz identiskām precēm ir aizsargāts kā kolektīvā preču zīme. No tā izrietot, ka, atsaucoties uz hipotētisku premisu, saskaņā ar kuru agrāko preču zīmju reputācija esot pierādīta, ar secinājumu, ka reputācija, kāda piemīt nosaukumam "Darjeeling" kā aizsargātai ģeogrāfiskās izcelsmes norādei attiecībā uz tēju, esot pārnesta uz tādu pašu apzīmējumu, kas ir aizsargāts kā kolektīvā preču zīme attiecībā uz identiskām precēm, Vispārējā tiesa esot pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, sagrozot preču zīmju, no vienas puses, un aizsargātu ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu, no otras puses, attiecīgās funkcijas.

76 *EUIPO*, kā arī *The Tea Board* apstrīd *Delta Lingerie* argumentāciju.

Tiesas vērtējums

77 Ir jānorāda, ka pārsūdzēto spriedumu 79. punktā Vispārējā tiesa, runājot par to, vai agrākajām preču zīmēm ir vai nav reputācija Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē, konstatēja, ka strīdus lēmumu formulējums ir mazākais neskaidrs. Tomēr vispārējā tiesa uzsvēra, ka vienīgais teikums, kurš šajā strīdus lēmumu sadaļā nav neskaidrs, ir tas, ka "Apelācijas padome nav galīgi konstatējusi agrāko preču zīmju reputācijas esamību". Vispārējā tiesa arī norādīja, ka atbildot šajā ziņā uz jautājumu tiesas sēdē, *EUIPO* apstiprināja galīgā konstatējuma šajā ziņā neesamību.

78 Pārsūdzēto spriedumu 80. punktā Vispārējā tiesa tomēr secināja, ka, tā kā Apelācijas padome savu analīzi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nolūkā turpināja, bija jāuzskata, ka šī analīze ir balstīta uz hipotētisku premisu, ka agrāko preču zīmju reputācija ir pierādīta.

79 Pārsūdzēto spriedumu 146. punktā Vispārējā tiesa, ņemot vērā apstākli, ka strīdus lēmumi ir balstīti uz hipotētisku premisu par agrāko preču zīmju īpaši augsto reputāciju, nolēma daļēji tos atcelt, ciktāl Apelācijas padome ir noraidījusi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērojamību, attiecībā uz visām atbilstoši Nicas nolīgumam 25. klasē ietilpstošajām precēm un atbilstoši Nicas nolīgumam 35. klasē ietilpstošajiem mazumtirdzniecības pakalpojumiem, ko aptver reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, izslēdzot iespējamo risku, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmju izmantošanu bez pietiekama iemesla tiks netaisnīgi gūts labums. Minēto spriedumu 147. punktā Vispārējā tiesa norādīja, ka pēc šīs daļējās atcelšanas Apelācijas padomei būtu jāformulē galīgais secinājums par agrāko preču zīmju reputācijas pastāvēšanu un nepieciešamības gadījumā – par tās intensitāti.

80 Tādējādi, pretēji *Delta Lingerie* apgalvotajam un kā savu secinājumu 85. punktā ir norādījis ģenerāladvokāts, Vispārējā tiesa ne tikai pati nav ieņēmusi nostāju jautājumā par to, vai ir sniegts pierādījums par agrāko preču zīmju reputāciju, bet tā arī nav paudusi nostāju jautājumā par to, vai šāda pierādījuma nolūkā reputācija, kāda ir nosaukumam "Darjeeling" kā aizsargātai ģeogrāfiskās izcelsmes norādei attiecībā uz tēju, varētu tikt pārnesta uz tādu pašu apzīmējumu, kas aizsargāts kā kolektīvā preču zīme attiecībā uz identiskām precēm.

81 Tātad *Delta Lingerie* vienīgais pamats ir balstīts uz pārsūdzēto spriedumu kļūdainu interpretāciju un līdz ar to ir noraidāms kā nepamatots.

Par vienīgā pamata otro daļu

Lietas dalībnieku argumenti

82 *Delta Lingerie* apgalvo, ka Vispārējā tiesa pārsūdzētajos spriedumos esot sniegusi pretrunīgu pamatojumu un pārkāpusi Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu.

83 It īpaši pārsūdzēto spriedumu 89., 107., 111. un 120. punktā Vispārējā tiesa esot secinājusi, ka ir jāapstiprina Apelācijas padomes konstatējumi, saskaņā ar kuriem nepastāvēja risks, ka tiks nodarīts kaitējums agrāko preču zīmju reputācijai, ņemot vērā, ka nav veikta nekāda īpaša analīze, kas būtu veltīta saiknes starp konfliktējošajiem apzīmējumiem pastāvēšanai, no vienas puses, un pilnīgu ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču un pakalpojumu līdzības neesamību, no otras puses. Šie konstatējumi esot pretrunā secinājumam saistībā ar netaisnīgi gūto labumu no agrāko preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas, saskaņā ar kuru Vispārējā tiesa pārsūdzēto spriedumu 141. punktā ir nospriedusi, ka nekas neliedz sabiedrības daļu, kurai ir adresētas reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, piesaistīt, pārnesot uz šīm preču zīmēm vērtības un pozitīvās īpašības, kas saistītas ar Dārdžilingas [*Darjeeling*] (Indija) reģionu.

84 EUIPO apstrīd *Delta Lingerie* argumentus.

85 *Tea Board* uzskata, ka šī vienīgā pamata daļa ir nepieņemama un ka tā katrā ziņā ir nepamatota.

Tiesas vērtējums

86 Pirmkārt, runājot par Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā paredzētajiem kaitējuma riskiem, kurus Vispārējā tiesa ir atgādinājusi pārsūdzēto spriedumu 94. punktā, ir jānorāda, ka šīs tiesību normas ietver trīs dažādu veidu riskus, proti, ka ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanu bez pietiekama iemesla, pirmkārt, tiek nodarīts kaitējums agrākās preču zīmes atšķirtspējai, otrkārt, tiek nodarīts kaitējums agrākās preču zīmes reputācijai vai, treškārt, netaisnīgi tiek gūts labums no agrākas preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas.

87 Pārsūdzētajos spriedumos Vispārējā tiesa ir pārbaudījusi katru šī sprieduma iepriekšējā punktā minēto kaitējuma risku atsevišķi. Vispirms, runājot par agrāko preču zīmju atšķirtspējai nodarīto kaitējumu, Vispārējā tiesa pārsūdzēto spriedumu 107. un 111. punktā ir uzskatījusi, ka, pirmkārt, ņemot vērā ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču un pakalpojumu līdzības pilnīgu neesamību, *The Tea Board* izvirzītais risks šķiet pilnībā hipotētisks un, otrkārt, ir maz ticams, ka konkrētā sabiedrības daļa varētu tikt vedināta domāt, ka ar reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm aptverto preču un pakalpojumu izcelsme ir no Dārdžilingas reģiona.

88 Turpinājumā, runājot par agrāko preču zīmju reputācijai nodarīto kaitējumu, Vispārējā tiesa pārsūdzēto spriedumu 120. punktā ir norādījusi, ka vienreizējā saikne, kas pastāv starp Dārdžilingas reģionu un ar agrākajām preču zīmēm aptverto preču kategoriju, un šādas saiknes neesamība starp precēm un pakalpojumiem, ko aptver reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, un minēto reģionu palielina hipotētisko risku, ka varētu mazināties agrāko preču zīmju pievilkšanas spēks.

89 Visbeidzot, runājot par netaisnīgi gūto labumu no agrāko preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas, Vispārējā tiesa pārsūdzēto spriedumu 141. punktā ir nospriedusi, ka nekas neliedz sabiedrības daļu, kurai ir adresētas reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, piesaistīt, pārnesot uz reģistrācijai pieteiktajām preču zīmēm vērtības un pozitīvās īpašības, kas saistītas ar minēto reģionu.

90 Šajā ziņā no pārsūdzētajiem spriedumiem neizriet nekādas pretrunas pamatojumā.

91 Pārsūdzēto spriedumu 107., 111. un 120. punkts ir veltīti attiecīgi analīzei par to, vai pastāv nopietns risks attiecībā uz kaitējumu, kas varētu tikt radīts agrāko preču zīmju atšķirtspējai un reputācijai, savukārt minēto spriedumu 141. punkts attiecas uz Vispārējās tiesas veikto pārbaudi par to, vai pastāv risks, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmju izmantošanu bez pietiekama iemesla varētu tikt netaisnīgi gūts labums no agrāko preču zīmju atšķirtspējas vai reputācijas.

92 Kā savu secinājumu 90. punktā būtībā arī ir norādījis ģenerāladvokāts, šo dažādo risku veidu vērtējums ir pakļauts pārbaudei, kuras kritērijiem nav obligāti jāpārklājas. Šajā ziņā, kā pārsūdzēto spriedumu 71. un 95. punktā atgādināja Vispārējā tiesa, tas, vai pastāv risks, ka būs aizskārumi, kurus rada kaitējums agrākās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai, ir jāvērtē, ņemot vērā preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta šī preču zīme, vidusmēra patērētāju, kas ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs. Turpretī tāda kaitējuma esamība, kad netaisnīgi tiek gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas, ciktāl tas, kas ir aizliegts, ir labums, kuru no šīs preču zīmes gūst vēlākās preču zīmes īpašnieks, ir jāvērtē, ņemot vērā preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem ir iesniegts vēlākās preču zīmes reģistrācijas pieteikums, vidusmēra patērētāju, kas ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs.

93 Tāpēc Vispārējā tiesa nav nonākusi pretrunās, konstatējot, ka, no vienas puses, preces, kas ir aptvertas ar agrākajām preču zīmēm, izskatāmajā lietā – tēja, patērētājam neliks domāt, ka preces un pakalpojumi, kurus aptver *Delta Lingerie* reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, ir no Dārdžilingas

reģiona, un, no otras puses, ka šo preču un pakalpojumu, kurus aptver *Delta Lingerie* reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, patērētājus varētu piesaistīt vērtības un pozitīvās īpašības, kas saistītas ar šo reģionu.

94 Otrām kārtām, runājot konkrēti par Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta pārkāpumu, atliek konstatēt, ka šī apgalvojuma pamatojumam nav izvirzīts neviens cits arguments kā vien tas, ka pārsūdzēto spriedumu pamatojumā esot pretrunas, bet šis arguments, kā izriet no šī sprieduma 90.–93. punkta, nav pamatots.

95 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, ir jānoraida vienīgā pamata otrā daļa, kā arī pretapelācijas sūdzība kopumā.

Par tiesāšanās izdevumiem

96 Saskaņā ar Tiesas Reglamenta 184. panta 2. punktu, ja apelācijas sūdzība nav pamatota, Tiesa lemj par tiesāšanās izdevumiem. Atbilstoši šī reglamenta 138. panta 1. punktam, kas piemērojams apelācijas tiesvedībā, pamatojoties uz tā 184. panta 1. punktu, lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs.

97 Tā kā *The Tea Board* spriedums par tās pamata apelācijas sūdzībām ir nelabvēlīgs un tā kā *EUIPO*, kā arī *Delta Lingerie* ir prasījuši piespriest *The Tea Board* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, tai ir jāpiespriež atlīdzināt ar pamata apelācijas sūdzībām saistītos tiesāšanās izdevumus.

98 Tā kā *Delta Lingerie* spriedums par tās pretapelācijas sūdzību ir nelabvēlīgs un tā kā *EUIPO*, kā arī *The Tea Board* ir prasījuši piespriest *Delta Lingerie* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, tai ir jāpiespriež atlīdzināt ar pretapelācijas sūdzību saistītos tiesāšanās izdevumus.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (otrā palāta) nospriež:

1) apelācijas sūdzības noraidīt;

2) *The Tea Board* atlīdzina ar pamata apelācijas sūdzībām saistītos tiesāšanās izdevumus;

3) *Delta Lingerie* atlīdzina ar pretapelācijas sūdzību saistītos tiesāšanās izdevumus.

[Paraksti]