ĢENERĀLADVOKĀTA MANUELA KAMPOSA SANČESA-BORDONAS [*MANUEL CAMPOS SÁNCHEZ-BORDONA*]
SECINĀJUMI,
sniegti 2017. gada 25. janvārī[1]

Lieta C-437/15 P

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojs (*EUIPO*)
pret
Deluxe Laboratories, Inc.,

Deluxe Entertainment Services Group Inc.

Apelācija — Eiropas Savienības preču zīme — Grafiska preču zīme, kas ietver vārdisku elementu "deluxe" — Pārbaudītāja atteikums veikt reģistrāciju

1. Uzņēmums *Deluxe Entertainment Services Group Inc.* (turpmāk tekstā – "*Deluxe Inc.*")[2] vēlējās kā Savienības preču zīmi[3] reģistrēt grafiskā elementā iekļautu vārdu "deluxe", lai identificētu lielu preču un pakalpojumu skaitu (vairāk nekā deviņdesmit). Pārbaudītājs un Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas padome tā pieteikumu noraidīja, jo reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nebija atšķirtspējas attiecībā uz visām šīm precēm un pakalpojumiem.

2. Vispārējā tiesa, kurā *Deluxe Inc.* apstrīdēja Apelācijas padomes lēmumu, to atcēla ar 2015. gada 4. jūnija spriedumu (turpmāk tekstā – "pārsūdzētais spriedums")[4], konstatējot kļūdu lēmuma pamatojumā, jo saskaņā ar Vispārējās tiesas viedokli tā nebija veikusi preču zīmes atšķirtspējas uztveres pārbaudi attiecībā uz visām precēm un pakalpojumiem vai vismaz attiecībā uz kategorijām, kurās tie var tikt iekļauti.

3. *EUIPO* iesniedza apelācijas sūdzību par Vispārējās tiesas spriedumu, kopumā apgalvojot, ka atceltā lēmuma pamatojums ir pareizs.

1 — Oriģinālvaloda – spāņu.

2 — Sabiedrības *Deluxe Laboratories, Inc.* tiesību pārņēmēja.

3 — Vārdkopa "ES [Savienības] preču zīme" ir lietota Eiropas Parlamenta un Padomes 2015. gada 16. decembra Regulas (ES) 2015/2424, ar ko groza Padomes Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi, Komisijas Regulu (EK) Nr. 2868/95, ar ko īsteno Padomes Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi, un atceļ Komisijas Regulu (EK) Nr. 2869/95 par maksām, kas jāmaksā Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (OV 2015, L 341, 21. lpp.), 1. panta 2. punktā. Jēdzienus "Eiropas Savienības preču zīme" vai "Savienības preču zīme" lietošu bez izšķirības.

4 — Lieta T-222/14, *Deluxe Laboratories*/ITSB ("deluxe") (nav publicēts, EU:T:2015:364).

4. Apelācijas tiesvedībā rodas dažādi jautājumi, kas skar gan apzīmējuma "deluxe" atšķirtspēju, kuram piemīt zināms reklāmas [5] vai cildinošs [6] raksturs attiecībā uz – vismaz dažām – precēm un pakalpojumiem, kuru aizsardzība ir lūgta, gan absolūta atteikuma pamata piemērošanas gadījumā *EUIPO* paredzēto iespēju atsevišķi neanalizēt saikni starp reģistrējamo preču zīmi un attiecīgajām precēm un pakalpojumiem.

5. Apelācijas sūdzībā *EUIPO* norāda tikai uz Regulas (EK) Nr. 207/2009 [7] 75. panta, aplūkojot to kopsakarā ar šī paša tiesiskā regulējuma 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, pārkāpumu. Tāpēc tas neskar problēmas, kas varētu rasties saistībā ar Savienības preču zīmju absolūtu atteikuma pamatu, kas ir minēts šī paša panta c) punktā – šo jautājumu aplūkošu turpinājumā.

I. Atbilstošās tiesību normas

Regula Nr. 207/2009

6. Saskaņā ar tās 4. pantu

"[Savienības] preču zīme var tikt izveidota no visiem apzīmējumiem, ko var attēlot grafiski, [..] ar nosacījumu, ka tās ir atšķiramas starp dažādu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem [ka ar šo apzīmējumu palīdzību iespējams parādīt viena uzņēmuma preču un pakalpojumu atšķirību no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem]."

7. Tās 7. pantā, kura nosaukums ir "Absolūta atteikuma pamatojums [Absolūts atteikuma pamats]", ir noteikts:

"1. Nereģistrē:

a) apzīmējumus, kas neatbilst 4. panta prasībām;

b) preču zīmes, kam nav atšķirīgu īpašību [atšķirtspējas];

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;

[..]

2. Šā panta 1. punktu piemēro arī tad, ja pamatojums reģistrācijas atteikumam pastāv tikai kādā Kopienas daļā.

[..]"

5 — Tiesa ir izstrādājusi plašu judikatūru par preču zīmēm, kurās ir ietverti reklāmas saukļi. It īpaši skat. spriedumus, 2004. gada 21. oktobris, ITSB/*Erpo Möbelwerk* (C-64/02 P, EU:C:2004:645), 35. punkts, un 2010. gada 21. janvāris, *Audi*/ITSB (C-398/08 P, EU:C:2010:29), 45. punkts.

6 — Attiecībā uz judikatūru par cildinošiem apzīmējumiem skat. spriedumu, 2011. gada 13. janvāris, *Media-Saturn-Holding*/ITSB (C-92/10 P, nav publicēts, EU:C:2011:15), 51. punkts, un rīkojumu, 2014. gada 11. decembris, *FTI Touristik*/ITSB (C-253/14 P, nav publicēts, turpmāk tekstā – "*BigXtra*", EU:C:2014:2445), 35. punkts.

7 — Padomes 2009. gada 26. februāra Regula par Kopienas preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.). Regula 2015/2424 nav piemērojama *ratione temporis*.

8. [Regulas] 75. pantā “Lēmumu pamatojums” ir noteikts:

“Biroja lēmumos norāda to pamatojumu. Lēmumi balstās tikai uz tādiem iemesliem vai pierādījumiem, par ko attiecīgajām pusēm ir bijusi iespēja iesniegt savus apsvērumus.”

II. Tiesvedības priekšvēsture

1. Tiesvedības rašanās fakti

9. 2012. gada 10. oktobrī *Deluxe Inc.* saskaņā ar Regulu Nr. 207/2009 iesniedza preču zīmes reģistrācijas pieteikumu šādam grafiskam apzīmējumam:



10. Šajā pieteikumā [8] bija minēti šādi Nicas nolīguma [9] 9., 35., 37., 39.–42. un 45. klasē iekļautās preces un pakalpojumi, proti [10],

— 9. klase: “kinofilmas un televīzijas filmas, proti, mūzikas video, asa sižeta/piedzīvojumu filmas, komēdijas, drāmas, šausmu, ģimenes, bērnu, animācijas, sporta, dokumentālās, reklāmas, zinātniskās fantastikas, vēstures, izglītojošas filmas, tiešraides, kas veidotas datorā, animētas, 2D formātā, 3D formātā, reklāmas rullīši, reklāma par sabiedriskajiem pakalpojumiem, daiļliteratūru, dokumentālo prozu un trilleriem; digitālie ieraksti, konkrēti, DVD, augstas izšķirtspējas DVD un optisko disku matricās ierakstītie mūzikas video, asa sižeta un piedzīvojumu filmas, komēdijas, drāmas, šausmu, ģimenes, bērnu, animācijas, sporta, dokumentālās, reklāmas, zinātniskās fantastikas, vēstures, izglītojošas filmas, tiešraides, kas veidotas ar datoru, animētas, 2D formātā, 3D formātā, reklāmas rullīši, reklāma par sabiedriskajiem pakalpojumiem, daiļliteratūru, dokumentālo prozu un trilleriem; un video un audio ieraksti, kas ir lejupielādējami no kinofilmām, televīzijas programmām un video programmām”.

8 — Reģistrācijas pieteikums tika publicēts 2009. gada 16. novembra *Kopienas Preču Zīmju Biļetenā* Nr. 2009/044.

9 — 1957. gada 15. jūnija Nolīgums par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām tā pārskatītajā un grozītajā redakcijā.

10 — Sprieduma tiesvedības valodas (spāņu) redakcijā preces un pakalpojumi bija aprakstīti angļu valodā, tāpat tie tika minēti arī tiesvedībā Vispārējā tiesā. Tādējādi šeit ir lietots neoficiāls tulkojums.

— 35. klase: “informatizēta tranzītā esošu paku kontrole, pārraudzība un izsekošana; kinofilmu, televīzijas programmu un reklāmas publiskošana un mārketings; audiovizuālā noformējuma sagatavošana mūzikas video, kinofilmu, televīzijas programmu un reklāmas paziņojumu jomā; audiovizuālā noformējuma sagatavošana reklāmas vajadzībām; montāžas pakalpojumi video un audio reklāmai pēcfotografēšanas posmā; preču tirdzniecība; pakalpojumu pārvaldība, konkrēti, apakšuzņēmuma līgumu slēgšana par tulkošanu saistībā ar audiovizuālo darbu subtitriem un tekstu pārsūtīšanu; tādu aktīvu kā televīzijas programmas, kinofilmas un reklāmas paziņojumi, un komerciālā, rūpniecības un uzņēmējdarbības audiovizuālā multivides satura pārvaldība; gadatirgu, izstāžu izklaides, televīzijas, programmatūras un videospēļu jomās organizēšana komerciālos vai reklamēšanas nolūkos un vadīšana; organizēšanas pakalpojumi, proti, digitālo datņu, kas ietver kinematogrāfisko, video, audio, dokumentālo saturu un ilustrācijas, indeksēšana pēcfotografēšanas posmā; digitālo datņu, kas ietver kinematogrāfisko, video, audio, dokumentālo saturu un ilustrācijas, pārvaldība pēcfotografēšanas posmā; inventāra pārvaldība, proti, digitālo datņu, kas ietver kinematogrāfisko, video, audio, dokumentālo saturu un ilustrācijas, lokalizēšanas pakalpojumi pēcfotografēšanas posmā; tirgus vadības pakalpojumi, proti, digitālo aktīvu un intelektuālā īpašuma pārvaldība”.

— 37. klase: “filmu, lenšu, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricu un citu ierakstītu, digitālo, lejupielādējamu un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju atjaunošanas pakalpojumi, proti, filmu, lenšu, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricu un citu ierakstītu, digitālo, lejupielādējamu un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju tīrīšana”.

— 39. klase: “kameru, filmu, video, digitālo ierakstu, informācijas apstrādes ierīču un ar to saistītu palīgierieču pārvadājumi un uzglabāšana; kinematogrāfisko, digitālo un video ierakstu, ar kinofilmām, televīzijas programmām un reklāmu saistīta reklāmas materiāla, proti, vāciņu, afišu, reklāmas rullīšu, televīzijas programmu un reklāmas uzkrāšana un glabāšana; digitālo attēlu un video, digitālo audio un kinematogrāfisko ierakstu elektroniska uzglabāšana; kinofilmu, televīzijas programmu, reklāmu, digitālā kino, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricu un citu digitālo un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju uzglabāšana; video disku, audiokasešu un oriģinālu kompaktdisku, kas satur mūziku un attēlus, uzglabāšana; ierakstu pārvaldība, proti, digitālo datņu, kas satur kinematogrāfiskus, video, audio, fotogrāfisku un dokumentālus ierakstus, pārsūtīšana, arhivēšana un pārcelšana pēcfotografēšanas posmā; preču iesaiņošana pārvadājumiem; preču pārvadājumi ar autotransportu; preču uzglabāšana un uzglabāšanas pakalpojumi; preču iepakošana trešajām personām, proti, mūzikas ierakstu, ierakstītu video, DVD, DVD HD, optisko disku matricu un citu ierakstītu, digitālo, lejupielādējamu un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju iepakošana; pēc individuāla pasūtījuma un specifikācijām izgatavotu audio, video un datu ierakstu iepakošanas pakalpojumi”.

— 40. klase: “kinofilmu, televīzijas programmu, reklāmu un video programmu reproducēšana un kopēšana kinolentēs, videolentēs, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricās un citos ierakstītos, digitālajos, lejupielādējamos un tiešsaistē izmantojamos datu nesējos; kinofilmu pozitīvu un negatīvu reproducēšana un kopēšana videolentēs, DVD, optisko disku matricās un citos ierakstītos, digitālajos, lejupielādējamos un tiešsaistē izmantojamos datu nesējos; negatīvu apgriešana; iespiedmašīnu un iespiediekārtu noma rūpnieciskajai iespiešanai un izstrādei fotogrāfijas, kinematogrāfijas un televīzijas nozarēs; melnbaltu kinofilmu krāsas akcentēšana; kodēta filmu un video subtitrēšana; video digitālās uzlabošanas, proti, krāsu uzlabošanas pakalpojumi un kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmu videofilmās konvertēšanas pakalpojumi; kinematogrāfisku ierakstu un citu video ierakstu reproducēšana, proti, filmu formāta maiņa; optisko disku izgatavošana pēc pasūtījuma; video lenšu, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricu un citu ierakstāmu, digitālo, lejupielādējamu un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju reproducēšana visos profesionālajos formātos; ar video saistīti pakalpojumi, proti, profesionālu videolenšu, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricu un citu ierakstāmu, digitālo, lejupielādējamu un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju matricu izgatavošanas un reproducēšanas pakalpojumi; filmu attīstīšanas pakalpojumi; uz videolentēm, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricām

un citiem ierakstītiem, digitālajiem, lejupielādējamiem un tiešsaistē izmantojamiem nesējiem ierakstītu filmu pārcelšanas pakalpojumi, it īpaši uz videolentēm, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricām un citiem ierakstītiem, digitālajiem, lejupielādējamiem un tiešsaistē izmantojamiem datu nesējiem ierakstītu kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmu konvertēšana; kinematogrāfisku un citu video ierakstu saglabāšana, piemēram, kinofilmu digitāla saglabāšana un restaurēšana; iespiešanas pakalpojumi audio video un datu ierakstiem; kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas apstrāde un iespiešana; 2D formātā esošu kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas digitāla konvertēšana 3D formātā; laboratoriju izmantošana kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas apstrādei; ierakstu un digitālo datu formatēšana un konvertēšana; videokasetēs, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricās un citos ierakstītos, digitālajos un tiešsaistē izmantojamos datu nesējos saglabāto kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas digitāla konvertēšana; videokasetēs ierakstīto filmu digitālās pārcelšanas pakalpojumi, proti, filmu pārcelšana uz DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricām, ierakstītiem, digitālajiem, lejupielādējamiem un tiešsaistē izmantojamiem datu nesējiem”.

— 41. klase: “laboratorijas un pēcfotografēšanas pakalpojumi attiecībā uz kinofilmām, televīzijas filmām un reklāmām, digitālo video un videolentēm, proti, augstas rezolūcijas filmu skenēšana, krāsu digitālā kalibrēšana, augstas izšķirtspējas attēlu un digitālo video ierakstīšana ar lāzeri uz filmām; digitālo un video matricu izgatavošanas kinofilmām, televīzijas filmām un reklāmām pakalpojumi; ar digitālajiem attēliem saistīti pakalpojumi; attēlu digitālā un elektroniskā apstrāde kinolentēm, televīzijas filmām un reklāmām; digitālo attēlu ierakstīšana uz kinolentēm; video un audio satura sagatavošana, proti, videokasešu, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricu un citu ierakstītu, digitālo, lejupielādējamu un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju sagatavošana trešajām personām; īpašo vizuālo, optisko un digitālo efektu sagatavošana trešajām personām, televīzijai, kinofilmām, reklāmām, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricām un citiem ierakstītiem, digitālajiem, lejupielādējamiem un tiešsaistē izmantojamiem datu nesējiem, proti, digitālajam kino; audio ierakstīšanas un sagatavošanas pakalpojumi; filmu montāžas pakalpojumi; kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas sagatavošana, izmantojot videokasetes, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricas un citus ierakstītus, digitālos, lejupielādējamus un tiešsaistē izmantojamus datu nesējus; vizuālo specefektu sagatavošana videokasetēm, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricām un citiem ierakstītiem, digitālajiem, lejupielādējamiem un tiešsaistē izmantojamiem datu nesējiem; kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas veidošana un izplatīšana; aizkadra balss ieskaņošana videokasetēs, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricās un citos ierakstītos, digitālajos, lejupielādējamos un tiešsaistē izmantojamos datu nesējos; ar filmu veidošanu un izplatīšanu saistīti atbalsta pakalpojumi; videodisku, audiokasešu un oriģinālo kompaktdisku, kas satur mūziku un attēlus, ierakstīšana; kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas izplatīšanas vai pārraidīšanas organizēšana; filmu, lenšu, DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricu un citu ierakstītu, digitālo, lejupielādējamu un tiešsaistē izmantojamu datu nesēju izplatīšanas pakalpojumi; dublēšanas un montāžas pakalpojumi; video un audio ieraksti kino, televīzijai un reklāmai”.

— 42. klase: “programmatūras koncepciju plānošana un izstrāde; pētniecība un preču izstrāde; tīmekļa vietņu izmitināšana trešajām personām; tīmekļa vietņu izstrāde trešajām personām; digitālās ūdenszīmes; grafikas pakalpojumi preses reklāmai izklaides jomā; DVD izvēlņu izstrāde trešajām personām; mūzikas ierakstu, video, DVD un digitālo datu nesēju iepakojuma izveide trešajām personām; digitālo video un filmu kopēšana, izplatīšana un reproducēšanas kvalitātes kontrole trešajām personām; satura veidošanas pakalpojumi, proti, interaktīvas programmatūras un cita multivides satura veidošana un izstrāde; multivides izstrādājumu koncepcijas veidošana un izstrāde, proti, DVD izvēlņu izstrāde trešajām personām; digitālo datņu ar kinematogrāfisku, video, audio, fotogrāfisko un dokumentālo saturu atgūšana pēcfotografēšanas posmā; datu vai dokumentu konvertēšana no fiziskiem uz elektroniskiem datu nesējiem; izstrādes pakalpojumi DVD, augstas izšķirtspējas DVD, optisko disku matricām un citiem ierakstītiem, digitālajiem, lejupielādējamiem

un tiešsaistē izmantojamiem datu nesējiem; datu digitālā saspiešana; audio un video datu digitālā saspiešana; kinematogrāfisko un video datu digitālā saspiešana; ierakstu un digitālo datu saspiešanas pakalpojumi".

— 45. klase: "izstrādājumu drošības atbalsta pakalpojumi kinematogrāfijas, televīzijas un reklāmas nozarē, proti, ierakstu autentiskuma noteikšana un pirātisma konstatēšana, digitālo datu ierakstīšana un izsekošana; drošības kodu iespiešana, proti, digitālo datu un ierakstu kodēšana, lai tos izmantotu kā avotu neatļautas kopēšanas avotu izsekošanai, un ierakstu un digitālo datu kodēšanas un pārkodēšanas pakalpojumi; kinofilmu, televīzijas filmu un reklāmas kodēšana, lai tos izmantotu kā avotu neatļautas kopēšanas izsekošanai; ierakstītā satura aizsardzības pakalpojumi; tiesību uz aizsardzību pret pirātismu pārvaldība, proti, preču drošības pakalpojumi kinematogrāfijas, televīzijas un reklāmas industrijā; ar drošību saistīti pakalpojumi un tehnoloģija, proti, izsekošana un uzraudzība, lai nodrošinātu un izsekotu pret krāpšanu, pirātismu un viltošanu kodētas filmas; elektroniska satura aizsardzības pakalpojumi; pētniecība un izstrāde saistībā ar kinematogrāfijas, televīzijas un reklāmas digitālo datņu nelikumīgu lejupielādi un glabāšanu".

11. Ar 2013. gada 13. jūnija lēmumu pārbaudītājs noraidīja pieteikumu attiecībā uz visām tajā norādītajām precēm un pakalpojumiem, jo saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunktu preču zīmei "deluxe" nav atšķirtspējas un tā informē par strīdīgo preču un pakalpojumu kvalitāti.

12. Pārbaudītāja lēmums tika pārsūdzēts ITSB, un šī Biroja Apelācijas otrā padome ar savu 2014. gada 22. janvāra lēmumu (turpmāk tekstā – "apstrīdētais lēmums") to apstiprināja, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu, vienlaikus norādot, ka pārbaudītāja argumentācija attiecībā uz šīs pašas tiesību normas c) apakšpunktu paliek spēkā.

13. Tostarp Apelācijas padome uzskatīja, ka tajā Eiropas Savienības daļā, kurā saprot angļu valodu, vārdisks elements "deluxe" pats par sevi neļauj parādīt atšķirību starp prasītāja precēm un pakalpojumiem un viņa konkurentu precēm un pakalpojumiem, jo runa ir par vispārēju reklamēšanas veidu un tajā ir minēts tikai "apgalvojums par augstāko kvalitāti". Tā piebilda, ka jēdziens "deluxe" pieder to jēdzienu kategorijai, kas ir jāizslēdz no preču zīmes monopola, un ka ar tam pievienoto grafisko elementu nepietiek, lai reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei piešķirtu atšķirtspēju. Šo pašu iemeslu dēļ Apelācijas padome apstiprināja pārbaudītāja lēmumu par to, ka ar šo preču zīmi patērētāji tiek informēti par strīdīgo preču un pakalpojumu kvalitāti. Visbeidzot tā noraidīja, ka preču zīme būtu ieguvusi atšķirtspēju tās lietošanas Savienībā dēļ.

2. Pārsūdzētais spriedums

14. Nebūdama apmierināta ar Apelācijas padomes lēmumu, *Deluxe Inc.* 2014. gada 10. aprīlī cēla par to prasību Vispārējā tiesā.

15. Prasība attiecās uz pieciem pārkāpumiem, kuru pieļaušanu apstrīdētajā lēmumā pārmeta *Deluxe Inc.*, un saistībā ar tiem tā izvirzīja atcelšanas pamatus. Pēc tās domām, Apelācijas padome bija pārkāpusi šādas Regulas Nr. 207/2009 normas: 1) 75. pantu, ar kuru *EUIPO* ir uzlikts pienākums norādīt savu lēmumu pamatojumu, 2) 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu saistībā ar apzīmējuma atšķirtspēju; 3) 7. panta 1. punkta c) apakšpunktu saistībā ar apzīmējuma aprakstošo raksturu; 4) 7. panta 3. punktu saistībā ar iespējamo atšķirtspējas iegūšanu [apzīmējuma] lietošanas rezultātā un 5) tiesiskās paļāvības, iegūto tiesību aizsardzības un Kopienas tiesību aktu tiesiskuma principus.

16. Vispārējā tiesa kopumā analizēja tikai divus pirmos prasības pamatus [11], kurus apmierinot tā atzina apstrīdēto lēmumu par spēkā neesošu un piesprieda *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

11 — Skat. pārsūdzētā sprieduma 22.–24. punktu.

17. Pārsūdzētajā spriedumā tā atgādināja Tiesas judikatūru, saskaņā ar kuru gadījumā, ja preču zīmes reģistrācija tiek lūgta attiecībā uz dažādām precēm un pakalpojumiem, Apelācijas padomei ir jāpārbauda *in concreto*, vai attiecīgai preču zīmei nav piemērojams kāds no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punktā minētajiem reģistrācijas atteikuma pamatiem, ņemot vērā katru no šīm precēm vai pakalpojumiem, un tā var izdarīt atšķirīgus secinājumus atkarībā no precēm un pakalpojumiem. Tādējādi Apelācijas padomei, ja tā atsakās reģistrēt preču zīmi, savā lēmumā ir jānorāda tās secinājumi, kurus tā ir izdarījusi attiecībā uz katru no reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm un pakalpojumiem, neatkarīgi no tā, kā šis pieteikums ir formulēts. Tomēr, ja viens un tas pats atteikuma pamatojums ir sniegts attiecībā uz kādu preču vai pakalpojumu kategoriju vai grupu, kompetentā iestāde var sniegt tikai vispārēju vērtējumu attiecībā uz visām attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem [12].

18. Saskaņā ar Vispārējās tiesas viedokli Apelācijas padome bija pārbaudījusi apzīmējuma "deluxe" atšķirtspēju, neatsaucoties uz katru no precēm un pakalpojumiem, kas bija iekļauti reģistrācijas pieteikumā attiecībā uz 9., 35., 37., 39.–42. un 45. klasi. Tāpēc tā bija sniegusi vispārēju pamatojumu attiecībā uz visiem tiem, nenorādot, ka tos vieno pietiekami tieša un konkrēta saikne, lai veidotu viendabīgu kategoriju, kas ir pretrunā judikatūrai.

III. Tiesvedība Tiesā un lietas dalībnieku prasījumi

19. *EUIPO* apelācijas sūdzību Tiesas kancelejā iesniedza 2015. gada 10. augustā, un *Deluxe Inc*. atbildes raksts uz apelācijas sūdzību tika iesniegts 2016. gada 25. aprīlī.

20. *EUIPO* lūdz Tiesu atcelt pārsūdzēto spriedumu un piespriest *Deluxe Inc*. atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

21. *Deluxe Inc*. lūdz Tiesu noraidīt apelācijas sūdzību un piespriest *EUIPO* atlīdzināt *Deluxe Inc*. tiesāšanās izdevumus abās instancēs.

22. Pēc *Deluxe Inc*. lūguma saskaņā ar Reglamenta 76. panta 1. punktu 2016. gada 9. novembrī notika tiesas sēde, kurā piedalījās abi lietas dalībnieki.

IV. Lietas dalībnieku argumenti

23. Apelācijas sūdzība ir balstīta uz vienu pamatu, kuram ir divas daļas. Pirmajā daļā *EUIPO* pārmet Vispārējai tiesai kļūdu tiesību piemērošanā, jo tā bija noteikusi ierobežojumu Biroja iespējai sniegt savu lēmumu vispārēju pamatojumu, paredzot to tikai tādā gadījumā, ja preces un pakalpojumi veido viendabīgas kategorijas. *EUIPO* uzskata, ka, ja tāds apzīmējums kā "deluxe" nepastarpināti sniedz cildinošu vēstījumu, kas ir piemērojams visām rūpniecības nozarēm un pakalpojumiem, tā noraidīšanai ir sniedzams vispārējs pamatojums. Šis pamatojums adresātam ļauj apstrīdēt attiecīgos iemeslus, kā arī Vispārējai tiesai veikt likumības pārbaudi.

24. *EUIPO* uzskata, ka preču un pakalpojumu viendabīgums nav obligāts nosacījums: pietiek ar vienu kopēju īpašību, lai pieņemtu vispārēju pamatojumu attiecībā uz visām precēm un pakalpojumiem. Šajā lietā kopējā iezīme esot tā, ka visām precēm un pakalpojumiem bez izņēmuma var būt vairāk vai mazāk augsta kvalitāte, tādējādi jēdzienam "deluxe" raksturīgā norāde uz augstāko kvalitāti tiks uztverta kā vienkāršs tirdzniecības arguments attiecībā uz visām precēm un pakalpojumiem.

12 — Vispārējā tiesa tostarp minēja rīkojumu, 2010. gada 18. marts, *CFCMCEE*/ITSB (C-282/09 P, EU:C:2010:153), 37. un 38. punkts, un pēc analoģijas arī spriedumu, 2007. gada 15. februāris, *BVBA Management, Training en Consultancy* (C-239/05, EU:C:2007:99), 32., 34. un 38. punkts.

25. Pamatojumam *EUIPO* min Tiesas argumentāciju lietā *BigXtra* [13], kurā tā ir atzinusi pietiekoši tiešu un konkrētu saikni starp apzīmētajām precēm un pakalpojumiem [14] (uz tiem visiem varēja attiecināt īpašas priekšrocības vai atlaides), kas attaisnoja vispārēju pamatojumu. Attiecībā uz kopējo iezīmi apzīmējums "BigXtra" tiktu saprasts kā norāde uz preču un pakalpojumu labo kvalitāti, proti, tā tiktu uztverta kā reklāmas apsolījums.

26. *EUIPO* ieskatā, pārsūdzētajā spriedumā, kurā tika atzīts, ka apstrīdētajā lēmumā nav norādīts pamatojums [15], nav ievērota Tiesas judikatūra. Vispārējā tiesa ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, noraidot apzīmējuma "deluxe" cildinoša un reklamējoša rakstura nozīmi, kas ir piemērojams visām strīdīgajām precēm un pakalpojumiem.

27. Pēc *EUIPO* domām, Apelācijas padome bija pietiekami labi izskaidrojusi iemeslus, kuru dēļ "deluxe" nav atšķirtspējas attiecībā uz katru preci un pakalpojumu. Šie iemesli ļāva [16] *Deluxe Inc.* apstrīdēt to, ka reģistrācijai pieteiktais apzīmējums noteikti tiktu uztverts tikai kā norāde uz izcilību vai kā augstākās kvalitātes cildināšana reklāmas nolūkos.

28. *EUIPO* uzskata, ka, ja Apelācijas padomei tiktu prasīts veikt katras preces un pakalpojuma atsevišķu analīzi (tostarp – atbilstoši katrai kategorijai), atteikuma galvenais iemesls sistemātiski un formāli tiktu atkārtots, proti, ka apzīmējumam nav atšķirtspējas attiecībā uz katru no precēm un pakalpojumiem. Šī atkārtošana nekādā ziņā nepapildinātu argumentu, kas pamato atteikumu reģistrēt preču zīmi (tā atšķirtspējas neesamība).

29. Visbeidzot *EUIPO* apgalvo, ka Vispārējā tiesa virknē spriedumu esot atzinusi, ka dažiem saukļiem nav atšķirtspējas attiecībā uz preču vai pakalpojumu klāstu, ja apzīmējums kā reklāmas vēstījums tiek uztverts tūlītēji un nemainīgi attiecībā uz visām precēm un pakalpojumiem [17].

30. Apelācijas sūdzības vienīgā pamata otrajā daļā *EUIPO* saistībā ar vispārēju pamatojumu atsaucas uz plašāku viendabīguma jēdzienu. Pietiekot ar to, ka attiecīgajām precēm un pakalpojumiem ir kopēja iezīme, un tā varot piemist precēm un pakalpojumiem, kas pieder pilnīgi atšķirīgām nozarēm, obligāti neizrietot no preču un pakalpojumu līdzības atbilstoši to būtībai un mērķim. Tāpat tas noraida, ka izveidojas saikne starp "viendabīgas kategorijas" esamību un preču un pakalpojumu aprakstu, kā tas bija pārsūdzētajā spriedumā [18].

31. *EUIPO* uzskata, ka, lai arī judikatūrā [19] ir prasīta pietiekoši tieša un konkrēta saikne starp precēm un pakalpojumiem, lai tie veidotu pietiekoši viendabīgu kategoriju (kas ļauj sniegt vispārēju pamatojumu), tajā nav norādīts, kādai ir jābūt ciešas saiknes būtībai, bet tikai tās pastāvēšanas nepieciešamība. Šajā kontekstā tā norāda, ka turklāt no judikatūras [20] neizriet, ka būtiskie viendabīguma novērtēšanas kritēriji ir iepriekš noteikti izsmeļoši vai ka tie ir kumulatīvi.

13 — 2014. gada 11. decembra rīkojums (C-253/14 P, nav publicēts, EU:C:2014:2445), 48. un 49. punkts.

14 — Šajā lietā preču zīmes aizsardzība tika lūgta Nicas nolīguma 16., 35., 39., 41., 42. un 43. klasē iekļautajām precēm un pakalpojumiem.

15 — It īpaši skat. sprieduma 23. un 24. punktu.

16 — Tādējādi pienākums norādīt pamatojumu ir izpildīts.

17 — Vispārējās tiesas spriedumi, 2008. gada 12. marts, *Suez*/ITSB ("Delivering the essentials of life") (T-128/07, nav publicēts, EU:T:2008:72), 33. punkts; 2014. gada 25. marts, *Deutsche Bank*/ITSB ("Leistung aus Leidenschaft") (T-539/11, nav publicēts, EU:T:2014:154), 16. punkts, un 2014. gada 12. decembris, *Wilo*/ITSB ("Pioneering for You") (T-601/13, nav publicēts, EU:T:2014:1067), 37, punkts.

18 — Sprieduma 20. un 21. punkts.

19 — Pārsūdzētā sprieduma 17. punkts, kurā ir atsauce uz rīkojumu, 2010. gada 18. marts, *CFCMCEE*/ITSB (C-282/09P, EU:C:2010:153), 40. punkts, un spriedumiem, 2009. gada 2. aprīlis, *Zuffa*/ITSB ("ULTIMATE FIGHTING CHAMPIONSHIP") (T-118/06, EU:T:2009:100), 28. punkts, un 2009. gada 23. septembris, *France Télécom*/ITSB (T-396/07, nav publicēts, EU:T:2009:353), 28. punkts.

20 — Skat. rīkojumu, 2010. gada 18. marts, *CFCMCEE*/ITSB (C-282/09 P, EU:C:2010:153), 46. punkts.

32. Prasot pārsūdzētajā spriedumā, lai viendabīguma kritērijs izrietētu no to preču un pakalpojumu apraksta, kuriem *Deluxe Inc*. lūdza preču zīmes aizsardzību, Vispārējā tiesa esot kļūdaini interpretējusi Tiesas lietoto jēdzienu "pietiekoši viendabīga" preču un pakalpojumu kategorija un tādējādi arī jēdzienu "pietiekoši tieša un konkrēta saikne", kas ir nepieciešama, lai veidotu šādu kategoriju.

33. Savukārt kopējā iezīme, ko šajā lietā bija identificējusi Apelācijas padome (proti, ka "visas preces var reklamēt kā preces, kurām ir augstākā kvalitāte, savukārt visi pakalpojumi var tikt reklamēti kā pakalpojumi, kas atbilst "augstākajai kvalitātei"")[21], lai gan tā tieši neizriet no minēto preču vai pakalpojumu apraksta tādējādi, ir vienīgā iezīme, kas tos definē, un ir pietiekošs kritērijs, lai uzskatītu, ka visas preces un pakalpojumi veido viendabīgu kategoriju, attiecībā uz kuru var pieņemt vispārēju pamatojumu. Vispārējā tiesa neesot izskaidrojusi iemeslus, kuru dēļ šī kopējā iezīme nav pietiekoši tieša un konkrēta saikne.

34. Uzņēmums *Deluxe Inc*. noraida *EUIPO* argumentus. It īpaši tas noliedz, ka tā preču zīmei attiecībā uz minētajām precēm un pakalpojumiem piemīt cildinošs raksturs, no attiecīgās sabiedrības viedokļa raugoties.

35. Attiecībā uz apelācijas sūdzības pamata pirmo daļu tas apgalvo, ka Birojs ir kļūdaini balstījies uz rīkojumu *BigXtra*[22], – šī lieta nav pielīdzināma izskatāmajai lietai, ņemot vērā, ka tajā tika konstatēts, ka minētais apzīmējums cildina preču pārdošanas *līdzekļus*. Tāpat tas noraida, ka būtu piemērojumi *EUIPO* minētie spriedumi attiecībā uz saukļiem[23], jo tajos ir runa par citu kontekstu, kas atšķiras no šajā lietā aplūkotā.

36. Attiecībā uz apelācijas sūdzības pamata otro daļu *Deluxe Inc*. apgalvo, ka preces un pakalpojumi, kuriem tas lūdza reģistrēt preču zīmi, nav viendabīgi un ka katrā ziņā *EUIPO* nav pamatojis, kāpēc tie būtu viendabīgi. Uzskatot, ka šī strīda patiesais risinājums ir saistīts ar attiecīgā apzīmējuma cildinošo raksturu, tas min preču un pakalpojumu piemērus, kuros vārdam "deluxe" nav cildinoša rakstura.

37. Tiesas sēdē *Deluxe Inc*. pārmeta *EUIPO*, ka tas uz visām precēm un pakalpojumiem bija attiecinājis pārāk vispārēju pieņēmumu, saskaņā ar kuru jēdzienam "deluxe" nepiemīt atšķirtspēja.

38. Lai pamatotu, ka šajā lietā vārda "deluxe" nozīme bija jāanalizē atsevišķi vismaz attiecībā uz vairākām precēm un pakalpojumiem, tas norādīja, ka: a) pirmkārt, dažiem no tiem nav pietiekošas kvalitātes spektra, lai saprastu, ka šāds jēdziens, būdams saistīts ar preču zīmi, varētu norādīt uz tā augstāko kvalitāti vai luksusu[24], un b) otrkārt, klienti, kas tos varētu iegādāties, ir profesionāli speciālisti, kuriem ir augsta uzmanības pakāpes un kuri vārdā "deluxe" neuztvertu norādi uz to augstāko kvalitāti. Šajā ziņā nebūtu jānosaka vienveidīga preču zīmes atšķirtspējas izslēgšana, to nepierādot attiecībā uz minētajām precēm un pakalpojumiem.

21 — Apstrīdētā lēmuma 23. punkts.

22 — Rīkojums, 2014. gada 11. decembris (C-253/14 P, nav publicēts, EU:C:2014:2445).

23 — Skat. šo secinājumu 29. punktu un attiecīgo zemsvītras piezīmi.

24 — Kā piemēri tika minēti: intelektuālā īpašuma un digitālo aktīvu pārvaldības pakalpojumi (35. klase); kameru pārvadājumi un glabāšana (39. klase); laboratoriju izmantošana kinofilmu, televīzijas un reklāmas sagatavošanai (40. klase); digitālo datņu, kurās ir iekļauts kino, atgūšana (42. klase); pētniecība un izstrāde saistībā ar kinematogrāfijas, televīzijas un reklāmas digitālo datņu nelikumīgu lejupielādi un glabāšanu (45. klase).

V. Juridiskā analīze

39. Apelācijas sūdzības vienīgajā pamatā minētās kļūdas tiesību piemērošanā, manuprāt, ir atbilstīgāk aplūkot kopā. To nošķiršana ir pārāk mākslīga, jo faktiski runa ir par vienu un to pašu juridisko pārmetumu un strīds attiecas uz ļoti konkrētu problēmu: *EUIPO* pieņemtā lēmuma vispārēja pamatojuma atbilstība vai neatbilstība šajā lietā. Jēdziena "pietiekoši viendabīgas [preču un pakalpojumu] kategorijas" interpretācija, kurai varētu tikt piemērots šāds pamatojums, ir tikai papildu (pakārtots) temats šajās debatēs.

40. Tiesas noteiktie judikatūras principi šajā jomā pārsūdzētajā spriedumā ir izskaidroti – manuprāt, pareizi [25]. Sākumā aplūkošu tos kā premisas un turpinājumā izskatīšu apelācijas sūdzību, apkopojot tās būtiskās iezīmes.

41. Kad *EUIPO* pārbauda reģistrācijai pieteikta apzīmējuma atšķirtspēju attiecībā uz dažādām precēm vai pakalpojumiem saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu: a) tas izsver, vai apzīmējums identificē šīs preces vai pakalpojumus, piešķirot tiem noteiktu komerciālo izcelsmi, lai atšķirtu tos no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem [26]; b) ja tiem piemīt atšķirtspēja, tam ir jāveic reģistrācijai pieteikto preču vai pakalpojumu analīze un tas var izdarīt atšķirīgus secinājumus attiecībā uz katru no precēm un pakalpojumiem [27] un c) reģistrācijas atteikuma gadījumā lēmums principā ir jāpamato attiecībā uz katru no minētajām precēm vai pakalpojumiem [28].

42. Tomēr šajās normās ir paredzēts šāds izņēmums: ja *EUIPO* uzskata, ka viens un tas pats atteikuma pamats ir attiecināms uz visu preču vai pakalpojumu kategoriju vai grupu, var sniegt tikai vispārēju pamatojumu attiecībā uz visām attiecīgajām precēm un pakalpojumiem [29].

43. Šajā pašā judikatūrā ir uzsvērts, ka ir jāizvērtē atšķirtspēja, ņemot vērā attiecīgās sabiedrības daļas uztveri [30]; lai arī šim aspektam ir mazāk svarīga nozīme, šajā strīdā tam var būt ietekme.

44. *EUIPO* uzskata, ka Vispārējā tiesa, prasot sniegt preču zīmes "deluxe" reģistrācijas atteikuma pamatojumu katrai reģistrācijai pieteiktajai precei vai pakalpojumam, ir pieļāvusi kļūdu tiesību piemērošanā, jo vispārējo vērtējumu pamato vārda cildinošais raksturs. Šajā ziņā tā kritizē pārsūdzētajā spriedumā lietotā jēdziena "pietiekoši viendabīga" preču un pakalpojumu kategorija piemērošanu, ko uzskata par nesaderīgu ar judikatūru.

45. Tādējādi šo problēmu ir vieglāk saprast, ja to aplūko, ņemot vērā procedūras norisi, brīdī, kad *EUIPO* izskata reģistrācijai pieteikto apzīmējumu.

46. Šajā sākumposmā, kā esmu norādījis, *EUIPO* ir jāpārbauda *in concreto*, ka uz apzīmējumu nevar attiecināt nevienu no Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punktā paredzētajiem atteikuma pamatiem, ņemot vērā preces un pakalpojumus. Apzīmējuma atšķirtspējas kontrolei ir jābūt stingrai un pilnīgai, proti, tai nav paredzēts iespējamais minimums [31], kas būtu pretrunā tiesiskās noteiktības un labas pārvaldības principiem, kas liedz nepamatoti reģistrēt preču zīmes, kuras neatbilst likumiskajiem kritērijiem [32].

25 — It īpaši tā 15.–18. punktā.

26 — Spriedums, 2008. gada 8. maijs, *Eurohypo*/ITSB (C-304/06 P, EU:C:2008:261), 59. punkts.

27 — Spriedums, 2007. gada 15. februāris, spriedums *BVBA Management, Training en Consultancy* (C-239/05, EU:C:2007:99), 32. punkts un tajā minētā judikatūra.

28 — Rīkojums, 2010. gada 18. marts, *CFCMCEE*/ITSB (C-282/09 P, EU:C:2010:153), 37. punkts un tajā minētā judikatūra.

29 — Rīkojums, 2010. gada 18. marts, *CFCMCEE*/ITSB (C-282/09 P, EU:C:2010:153), 38. punkts un tajā minētā judikatūra.

30 — Vispārējā tiesa pārsūdzētā sprieduma 18. punktā uz to pamatoti norāda.

31 — Tiesa netieši ir noraidījusi, ka kompetentā iestāde varētu veikt tikai minimālu atšķirtspējas kontroli, kas tai ļautu reģistrēt jebkuru apzīmējumu no brīža, ja tam piemistu lielāka atšķirtspēja salīdzinājumā ar konkurentu apzīmējumiem. Skat. spriedumu, 2002. gada 19. septembris, *DKV* (C-104/00 P, EU:C:2002:506), 13. un 20. punkts.

32 — Spriedums, 2003. gada 6. maijs, *Libertel* (C-104/01, EU:C:2003:244), 59. punkts un tajā minētā judikatūra).

47. Īpašs gadījums ir tad, ja reģistrējamās preču zīmes sastāv no "apzīmējumiem vai norādēm, kuras turklāt izmanto kā reklāmas saukļus, kvalitātes apzīmējumus vai izteicienus, kas mudina iegādāties preces vai pakalpojumus, uz kuriem attiecas šī preču zīme". Tiesa neaizliedz to reģistrāciju pašu par sevi [33].

48. Tiesa uzskata, ka "vārdiskas preču zīmes cildinošā konotācija nenoliedz, ka preču zīme tomēr varētu būt piemērota, lai patērētājiem garantētu ar to aptverto preču vai pakalpojumu izcelsmi. Tātad konkrētā sabiedrības daļa šādu preču zīmi var vienlaicīgi uztvert kā reklāmas formulu un preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes norādi. No minētā izriet, ka, ciktāl šī sabiedrība preču zīmi uztver kā šīs izcelsmes norādi, tas, ka tā vienlaicīgi vai pat pirmām kārtām tiek uztverta kā reklāmas formula, tās atšķirtspēju neietekmē" [34].

49. Šeit minētie judikatūras fragmenti attiecas uz vārdiskām preču zīmēm, kuras sastāv no norādēm vai apzīmējumiem, kas ir lietoti kā saukļi vai kvalitātes apzīmējumi, kurus bija lūgts reģistrēt. Lai gan Tiesa atzīst "grūtības konstatēt atšķirtspēju, kas varētu izrietēt no minēt[ajām] preču zīm[ēm] un kas ir jāņem vērā", tomēr tā nesaskata pamatu attiecībā uz tām veikt "speciālu papildu kritēriju noteikšanu vai atkāpšanos" no vispārējiem kritērijiem [35].

50. Ja tas tā ir, tad it īpaši ir jāpiemēro vispārēji atšķirtspējas vērtēšanas kritēriji attiecībā uz preču zīmēm, kas satur ne tikai vārdiskus, bet arī grafiskus elementus, proti, ir grafiskas preču zīmes. Tā tas ir tieši šajā gadījumā, kad ir lūgts reģistrēt preču zīmi, kas sastāv no fonētiska vai vārdiska elementa (vārds "deluxe") un grafiska elementa (aplis ar sarkanu fonu, kura malas ir notušētas un kura centrā atrodas vārds).

51. Piemēram, var pastāvēt apzīmējumi, kuriem var nebūt nekādas atšķirtspējas. Tostarp to vidū, diezgan iespējams, ir daži saukļi un, ļoti iespējams, pat zināmas cildinošas norādes. Ir loģiski, ka, ja nedz vieniem, nedz otriem acīmredzami vai pavisam nav atšķirtspējas, kompetentās iestādes tos noraida, neveicot nekādu – un nelietderīgu – izziņas darbu attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuriem lūgta aizsardzība.

52. Uzskatu, ka *EUIPO* pamatoti abstrakti norāda uz šāda rīcības veida lietderīgumu, jo, veicot absolūtas atšķirtspējas neesamības vērtējumu, kas vispārēji attiecināms uz visa veida precēm un pakalpojumiem, nav neviena iemesla, kura dēļ tagad būtu jāprasa veikt turpmāku atšķir(ne)spējas vērtējumu attiecībā uz konkrētām precēm vai atsevišķiem pakalpojumiem. No šī viedokļa raugoties, atteikums reģistrēt jaunu preču zīmi būtu pietiekami pamatots, kā arī pamatots būtu tāds lēmums, kurā tiktu konstatēta acīmredzama un pilnīga ("vispārēja") reģistrācijai pieteiktās preču zīmes atšķirtspējas neesamība.

53. Tādējādi pārsūdzētajā spriedumā minētā judikatūra būtu jāniansē tad, kad apzīmējuma nespēja atšķirt uzņēmuma preces vai pakalpojumus no cita uzņēmuma precēm vai pakalpojumiem sasniedz tik augstu ticamības līmeni, ka to nekļūdīgi var kvalificēt kā acīmredzamu nespēju neatkarīgi no tā, uz kādām precēm vai pakalpojumiem ir atsauce.

54. Tomēr šie nosacījumi nebija izpildīti attiecībā uz preču zīmi "deluxe" divu iemeslu dēļ. Pirmais iemesls (varbūt mazāk nozīmīgs) šajā gadījumā ir tas, ka apzīmējums, ko sabiedrība varētu uztvert kā norādi uz augstāku kvalitāti, ir jaukts vai grafisks apzīmējums, kas pēc savas būtības liek pielikt papildu intelektuālu vai iztēles piepūli līdzās tikai cildinoša vēstījuma uztverei. Tādējādi šī piepūle var kļūt par vienu no faktoriem, kas liek pieņemt preču zīmes "deluxe" atšķirtspējas esamību vismaz attiecībā uz dažām precēm un pakalpojumiem, kuriem bija paredzēts nodrošināt aizsardzību.

33 — Spriedums, 2004. gada 21. oktobris, ITSB/*Erpo Möbelwerk* (C-64/02 P, EU:C:2004:645), 41. punkts.

34 — Spriedums, 2010. gada 21. janvāris, *Audi*/ITSB (C-398/08 P, EU:C:2010:29), 45. punkts.

35 — Spriedums, 2010. gada 21. janvāris, *Audi*/ITSB (C-398/08 P, EU:C:2010:29), 38. punkts.

55. Otrais iemesls attiecas uz vārda "deluxe" nozīmi, kas tieši norāda (un tikai dažās valstīs) uz kaut ko sevišķi dārgu vai greznu, kas ir apzīmētāji, kuri var tikt lietoti attiecībā uz noteiktām precēm un pakalpojumiem [36], bet ne attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kuru lietošana pati par sevi tiem nav raksturīga [37]. Tāpēc loģiski bija pieņemt, ka reģistrācijai pieteiktajai Kopienas zīmei varēja būt atšķirtspēja vismaz attiecībā uz dažām no minētajām precēm vai pakalpojumiem.

56. Turklāt attiecībā uz dažādām precēm vai pakalpojumiem to bija pieļāvuši daudzi Savienības dalībvalstu (un citu valstu) [38] biroji, kā arī pats *EUIPO* attiecībā uz preču zīmi "deluxe" [39] un citām tai līdzīgām preču zīmēm. Protams, šie precedenti nav saistoši, bet tos var vērtēt kā norādes par to, ka *EUIPO* reģistrācijai pieteiktais apzīmējums nebija sākotnēji un visaptveroši jānoraida (proti, neņemot vērā tā saikni ar atsevišķām precēm un pakalpojumiem), balstoties uz tā absolūto atšķirtspējas neesamību [40].

57. Faktiski judikatūrā dalībvalstu prakse, ciktāl tai var būt nozīme vērtējumā Savienības [tiesību] jomā, ir uzskatāma par lietderīgu norādi, ko Birojs var iekļaut savā vērtējumā par apzīmējuma atšķirtspēju [41].

58. Konkrētāk, Tiesa ir atzinusi, ka iebildumu procesā "attiecībā uz apzīmējumu, kas ir identisks dalībvalstī aizsargātai preču zīmei, nevar konstatēt tādu absolūtu atteikuma pamatojumu kā atšķirtspējas neesamība, kas ir paredzēta Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā, kā arī [direktīvas, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm [42]] 3. panta 1. punkta b) apakšpunktā" [43].

59. Iepriekš izklāstītais, manuprāt, ir pietiekošs, lai neatbalstītu pieņēmumu, no kura izriet turpmākais apelācijas sūdzības pamata izklāsts. Tas ir balstīts uz apgalvojumu (apzīmējuma "deluxe" pilnīga atšķirtspējas neesamība jebkurai precei vai pakalpojumam) [44], ko nevar uzskatīt par pierādītu. Tā kā nav izpildīts šis pamatnosacījums, apelācijas sūdzība pati par sevi ir jānoraida, jo attiecībā uz apzīmējumu, ko, iespējams, var izmantot, lai identificētu preces un pakalpojumus, *EUIPO*, veicot pārbaudi pirms preču zīmes reģistrācijas, ir jāizvērtē un (jāpamato), vai atšķirtspēja piemīt attiecībā uz katru [preci un pakalpojumu] atsevišķi vai sagrupētiem kategorijās.

36 — *EUIPO* mēģināja pielīdzināt luksusu augstākajai kvalitātei, tomēr šī semantiskā asociācija nav nedz acīmredzama, nedz nelokāma. Var būt augstas kvalitātes preces, tostarp ikdienas patēriņa preces (piemēram, ūdens), kas noteikti nav luksusa preces. Un, gluži pretēji, var būt luksusa preces vai pakalpojumi (vispirms, ņemot vērā to retumu vai vienreizējumu), kas neizceļas ar savu izcilo kvalitāti.

37 — Būtu grūti runāt, piemēram, par datu digitālās saspiešanas "luksusa" sistēmu vai "luksusa" pakalpojumu pirātiska digitālā satura izsekošanai, ja min dažus pakalpojumus, kurus bija paredzēts aizsargāt ar strīdīgo preču zīmi.

38 — Tiesas sēdē *Deluxe Inc*. apstiprināja savus *EUIPO* Apelācijas padomē paustos apgalvojumus, kas netika apstrīdēti, proti, ka lietā apstrīdētais apzīmējums bija reģistrēts Spānijā, Itālijā, Austrālijā, Kanādā, Amerikas Savienotajās Valstīs un Apvienotajā Karalistē un reģistrēšana pierādot tam "piemītošo atšķirtspēju".

39 — Runa ir par grafisku preču zīmi "deluxe" Nr. 006891949, ko veido šis vārds, kas ir iekļauts sarkanas krāsas aplī. *EUIPO* ir ļāvis to reģistrēt, balstoties uz *Deluxe Entertainment Services Group Inc*. pieteikumu attiecībā uz 35., 39., 40., 41., 42. un 45. klasē ietilpstošajām precēm, kuras ir līdzīgas šajā lietā ar apstrīdēto preču zīmi aptvertajām precēm.

40 — Šie apsvērumi nav šķērslis tam, ka preču zīmei "deluxe", ja to piemēro noteiktām atsevišķām precēm, var nepiemist atšķirtspēja. Tādējādi bija nospriedusi Vispārējā tiesa agrākajā, pašlaik pārsūdzētajā spriedumā, kas tika pasludināts 2014. gada 17. decembrī lietā *Lidl Stiftung*/ITSB (*Deluxe*) (T-344/14, nav publicēts, EU:T:2014:1097), 28. punkts.

41 — Ģenerāladvokāta D. Ruisa-Harabo Kolomera [*D. Ruiz-Jarabo Colomer*] secinājumi, kas 2002. gada 19. septembrī sniegti lietā *DKV* (C-104/00 P, EU:C:2002:288), 91. punkts, kas ir gandrīz pilnībā pārņemts sprieduma 39. punktā (EU:C:2002:506).

42 — Padomes 1988. gada 21. decembra Direktīva 89/104/EEK (OV 1989, L 40, 1. lpp.) un Eiropas Parlamenta un Padomes 2008. gada 22. oktobra Direktīva 2008/95/EK (OV 2008, L 299, 25. lpp.).

43 — Spriedumi, 2012. gada 24. maijs, *Formula One Licensing*/ITSB (C-196/11 P, EU:C:2012:314), 41. punkts, un 2016. gada 8. novembris, *BSH*/*EUIPO* (C-43/15, EU:C:2016:837), 66. punkts. Pirmajā no minētajām lietām tika apspriesta apzīmējuma "F1" atšķirtspējas neesamība, ko izvērtēja Vispārējā tiesa, lai arī pirms tam tas tika reģistrēts kā valsts preču zīme. Lai arī apstākļi šajā lietā atšķiras no apstākļiem izskatāmajā lietā, 2012. gada 24. maija spriedumā minētie apgalvojumi ir attiecināmi uz šo lietu.

44 — Tiesas sēdē *EUIPO* norādīja, ka saskaņā ar šo kritēriju vārds "deluxe" pilnībā nevar parādīt nevienas preces vai pakalpojuma atšķirību.

60. Tāpēc pakārtoti [45] aplūkošu *EUIPO* pausto kritiku attiecībā uz pārsūdzēto spriedumu, it īpaši saistībā ar Apelācijas padomes pieņemtā akta pamatojumu un jēdzienu "viendabīga kategorija", vienlaikus norādot, ka, manuprāt, tās nostājā ir zināma nekonsekvence, jo pastāv tikai viena no divām iespējām: vai nu jēdzienam "deluxe" nav minimālās atšķirtspējas, kā rezultātā šajā gadījumā nebūtu nozīmes tam, vai ar to apzīmētās preces un pakalpojumi varētu tikt iekļauti vienā vai vairākās grupās vai kategorijās, kas būtu to definējošs elements, vai arī, gluži pretēji, ja jēdzienam dažos gadījumos var būt atšķirtspēja, ir jāpārbauda attiecīgās preces un pakalpojumi (atsevišķi vai katru kategoriju), ko *EUIPO* nav izdarījis.

61. Vispārējā tiesa uzskata, ka ar jēdziena "deluxe" cildinošu vai reklāmas raksturu ("pieņemot, ka šis apstāklis ir pierādīts") [46] nevarēja pamatot Apelācijas padomes vispārējo pamatojumu [47]. Šajā apgalvojumā nesaskatu nekādu kļūdu tiesību piemērošanā, jo, pirmkārt, saskaņā ar iepriekš minēto judikatūru nav jāatzīst atšķirtspējas *per se* neesamība apzīmējuma cildinoša vai reklāmas rakstura dēļ, otrkārt, šī tiesa nenoliedz, ka *EUIPO* drīkst izstrādāt vispārēju pamatojumu, ja vien tādējādi tā noraida apzīmējuma atšķirtspēju, norādot iemeslus, kas nav tikai tā piederība reklāmas jomai vai cildinošiem vēstījumiem.

62. Turklāt, analizējot *Deluxe Inc*. pieteikumā ietvertās preces un pakalpojumus [48], Vispārējā tiesa norāda uz iespēju sagrupēt tos vismaz septiņās kategorijās, jo, lasot to aprakstu, tika novērotas lielas atšķirības to starpā attiecībā uz to būtību, iezīmēm, mērķi un tirdzniecības veidu [49]. Turpinājumā [50] tā konstatēja, ka pārbaude nebija veikta attiecībā uz katru no precēm un pakalpojumiem (nedz to iespējamām grupām) un ka Apelācijas padome nebija atzinusi, ka starp dažiem no tiem ir pietiekami tieša un konkrēta saikne, lai veidotu viendabīgu kategoriju.

63. Būtiskus preču un pakalpojumu viendabīguma vērtēšanas kritērijus Tiesa noteica rīkojuma *CFCMCEE*/ITSB [51] 46. punktā, analizējot un apstiprinot Vispārējās tiesas piemēroto kritēriju atbilstību un spēkā esamību, proti, minēto preču un pakalpojumu īpašības, būtiskās kopējās iezīmes un funkcijas.

64. Tādējādi Vispārējās tiesas apgalvojumos pārsūdzētajā spriedumā ir izmantoti tikai Tiesas rīkojumā *CFCMCEE*/ITSB [52] noteiktie kritēriji, proti, tā ir ņēmusi vērā minēto preču un pakalpojumu īpašības, būtiskās kopējās iezīmes un funkcijas, lai izceltu atšķirības to starpā [53]. Kopumā tā ir ievērojusi minētās judikatūras pamatnostādnes un šajā gadījumā nav pieļāvusi nekādu kļūdu tiesību piemērošanā.

45 — Turklāt, atbildot uz Tiesas jautājumiem, *EUIPO* tiesas sēdē atzina, ka tā galvenais apgalvojums bija balstīts uz apzīmējuma "deluxe" pilnīgu nespēju identificēt preces vai pakalpojumus, un tā pakārtotais apgalvojums bija balstīts uz to, ka attiecībā uz precēm un pakalpojumiem bija jāpārbauda, vai tiem bija kopējas iezīmes, kas tos ļāva iekļaut vienā vai vairākās kategorijās.

46 — Pārsūdzētā sprieduma 27. punkta beigas.

47 — Lai arī šis arguments ir minēts pārsūdzētā sprieduma beigās, šķiet, ir atbilstīgi to atkārtot šeit, jo uzskatu, ka tas labāk izskaidro tā *ratio decidendi*.

48 — Pārsūdzētā sprieduma 20. un 21. punkts.

49 — Vispārējā tiesa uzskata, ka reģistrācijai "pieteiktā preču zīme attiecas uz deviņdesmit precēm vai pakalpojumiem, kas ir iekļaujami astoņās dažādās klasēs un attiecas uz tik dažādām jomām kā kino, reklāma, preču uzglabāšana un pārvadājumi, preču izstrāde un pētniecība, drošība, izklaide vai informātika" (pārsūdzētā sprieduma 20. punkts).

50 — Turpat, 22. punkts.

51 — Rīkojums, 2010. gada 18. marts (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

52 — Rīkojums, 2010. gada 18. marts (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

53 — "Šāda saikne starp, piemēram, kinofilmām, preču piegādi, izmantojot autotransportu, preču uzglabāšanas pakalpojumiem, preču izstrādes un pētniecības pakalpojumiem, kā arī interneta vietņu izstrādi un to izmitināšanas pakalpojumus trešajām personām nav acīmredzama un katrā ziņā neizriet no apstrīdētā lēmuma" (pārsūdzētā sprieduma 27. punkts).

65. Apelācijas padomes uzskata, ka apzīmējuma atšķirtspējas neesamība attiecībā uz precēm un pakalpojumiem izriet no tā, ka visas attiecīgās preces un pakalpojumus "bez izņēmuma" [54] var reklamēt kā tādus, kam piemīt augstākā kvalitāte. *EUIPO* uzskata, ka tā nav obligāta prasība, lai visām precēm un pakalpojumiem kopējā īpašība izrietētu no to apraksta – pietiktu ar pietiekošu un tiešu saikni, kas dažādas preces un pakalpojumus ļauj iekļaut "pietiekoši viendabīgā" kategorijā.

66. Faktiski tādējādi apelācijas sūdzībā ir pausta vēlme paplašināt šo judikatūru, lai par kritēriju tiktu atzīta *EUIPO* minētā kopēja iezīme, proti, iespēja, ka visas preces un pakalpojumi var tikt reklamēti kā tādi, kuriem piemīt "augstākā kvalitāte".

67. Es nepiekrītu šim *EUIPO* ierosinājumam, jo, manuprāt, tas sajauc divus atšķirtspējas analīzes procesa posmus. Kad tiek aplūkota sabiedrības uztvere, runa ir par to, vai cildinošajā vēstījumā tiks identificēta preču un pakalpojumu komerciālā izcelsme vai arī to uztvers kā vienkāršu norādi uz kvalitāti. Savukārt, lai noteiktu preču kategorijas, attiecībā uz kurām var nošķirt preču zīmes atšķirtspēju, ir nepieciešams, lai saikne izrietētu no pašām [precēm un pakalpojumiem], proti, no to kopējām īpašībām, iezīmēm vai funkcijām.

68. Citiem vārdiem sakot, pirmkārt, ir jānoskaidro un attiecīgajā gadījumā jāsakārto savstarpējās saites un elementi, kas vieno dažādas preces un pakalpojumus kategorijās, un vēlāk tās jāsaista ar apzīmējumu, kura atšķirtspēja tiek pētīta. Tikai tad, ja šajās precēs un pakalpojumos tiek konstatēts kopējs elements, kas ļauj uzskatīt, ka tiem piemīt zināms viendabīgums, būs iespējams veikt preču zīmes vispārējo vērtējumu attiecībā uz šādi noteiktu viendabīgu preču un pakalpojumu kategoriju [55].

69. Iespējamā preču un pakalpojumu, ko vēlas aizsargāt ar preču zīmi "deluxe", kopējā īpašība, pēc *EUIPO* domām, ir pats cildinošais vēstījums. Taču uzsveru, ka šis secinājums neizriet no preču un pakalpojumu analīzes, bet no apzīmējuma saiknes ar attiecīgo sabiedrību. Lai izveidotu viendabīgas preču un pakalpojumu kategorijas, noteikti ir jāņem vērā preču un pakalpojumu, kuras ar to vēlas aizsargāt, īpašības, jo tikai no tiem var izrietēt salīdzināmas raksturiezīmes, lai noteiktu līdzības un atšķirības. Šis rīcības veids visbeidzot ir objektīvāks un tādējādi saimnieciskās darbības subjektiem nodrošina lielāku tiesisko noteiktību.

70. Tādēļ es nepiekrītu *EUIPO* argumentācijai, kuras mērķis ir iepriekš izklāstītā nozīmē paplašināt veidu, kā atrast tiešas un konkrētas saiknes, kas piešķir viendabīgumu dažādām precēm un pakalpojumiem, lai atšķirtspējas pārbaudē varētu veikt to vispārēju novērtējumu. Un, tā kā šī iespēja ir izslēgta, tāpat kā Vispārējā tiesa izmantoja rīkojumā *CFCMCEE*/ITSB [56] noteiktos kritērijus (proti, preču un pakalpojumu iezīmes, būtiskās kopējās īpašības un funkcijas), lai uzsvērtu to starpā pastāvošās atšķirības, šajā pašā veidā tā ņēma vērā jau minēto judikatūru, nepieļaujot kļūdu tiesību piemērošanā.

71. Savas apelācijas sūdzības pamatojumam *EUIPO* arī norāda uz Tiesas rīkojumu, kas ir izdots lietā attiecībā uz preču zīmi "BigXtra" [57]. Tomēr šī rīkojuma 48. un 49. punktā nav atsauces uz pietiekoši tiešas un konkrētas saiknes starp attiecīgajām tajā minētajām precēm un pakalpojumiem pamatu, bet uz iebildi Vispārējai tiesai, kas saskaņā ar atbildētājas viedokli esot pieļāvusi pierādīšanas pienākuma pāreju, lai pamatotu absolūta atteikuma pamata neesamību.

54 — Apstrīdētā lēmuma 22. punkts.

55 — Pieņemt kopēju īpašību, kas izriet no preču zīmes "vēstījuma", nozīmētu apgriezt loģiskās dedukcijas procesu, kas liek meklēt pietiekoši tiešu un konkrētu saikni starp precēm un pakalpojumiem.

56 — Rīkojums, 2010. gada 18. marts (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

57 — Rīkojums, 2014. gada 11. decembris, *BigXtra* (C-253/14 P, nav publicēts, EU:C:2014:2445). Skat. šo secinājumu 25. punktu.

72. Pārsūdzētajā spriedumā [58] šajā lietā Vispārējā tiesa tikai noraidīja prasītājas argumentu, ar kuru Apelācijas padomei tika pārmests, ka tā nebija pārbaudījusi apzīmējuma atšķirtspēju attiecībā uz reģistrācijai pieteiktajām precēm un pakalpojumiem. Tāpēc vēlāk iesniegtajā apelācijas sūdzībā Tiesai netika uzdots jautājums par to, vai, lai izveidotos saikne starp precēm un pakalpojumiem, pietiek ar to, ka visi var piešķirt lielu cenu samazinājumu, būtiskas priekšrocības vai īpašu atlīdzību, bet tā bija tikai sūdzība par pierādījuma pienākuma sadalījumu, kas netika apmierināta, apstiprinot pārsūdzēto spriedumu. Tādējādi Tiesas rīkojums lietā *BigXtra* [59] šajā gadījumā nav piemērojams.

73. Tāpat nepiekrītu apgalvojumam, ka, nepieņemot ierosinājumu paplašināt judikatūru tādējādi, kā to ir formulējis *EUIPO*, tā lēmumos minētais galvenais atteikuma pamats tiktu nevajadzīgi atkārtots attiecībā uz katru preci un pakalpojumu. Šādas sekas nav obligātas un nenovēršamas, ņemot vērā, ka pārsūdzētajā spriedumā tas nav nedz prasīts, nedz arī var izslēgt, ka tas pats noraidošais pamats būtu derīgs visām dažādajām preču un pakalpojumu kategorijām un ka šajā gadījumā tikai var sniegt kopējus paskaidrojumus par tā derīgumu.

74. Visbeidzot, kā esmu norādījis šo secinājumu sākumā [60], es vēlos īsumā atgriezties pie Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta. Šajā apakšpunktā, nevis b) apakšpunktā, uz kuru vienīgo ir atsauce apelācijas sūdzībā, ir atrodami absolūti atteikuma pamati attiecībā uz aprakstošajiem apzīmējumiem, proti, gadījumā, kad preču zīmes "sastāv tikai no apzīmējuma vai norādes, kas tirdzniecībā var kalpot, lai apzīmētu [..] preču vai pakalpojumu [..] kvalitāti [..] vai citas preču un pakalpojumu īpašības".

75. Kā jau esmu norādījis, Vispārējā tiesa izmantoja tai piešķirto iespēju neizskatīt citus atteikuma pamatus, ja ir izmantots viens no tiem (šajā gadījumā, kas attiecas uz šī 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu), tāpēc tā neaplūkoja pamatu, kas attiecās uz c) apakšpunkta pārkāpumu. Un, protams, Tiesa ir atzinusi daļēju attiecīgo piemērošanas jomu pārklāšanos, norādot uz atšķirību starp abiem apakšpunktiem, kuras pamatā ir tas, ka pirmais minētais apakšpunkts attiecas uz visiem gadījumiem, kad apzīmējums nevar parādīt atšķirību starp viena uzņēmuma precēm vai pakalpojumiem un cita uzņēmuma precēm vai pakalpojumiem [61], kas varētu pamatot pārsūdzētajā spriedumā izvēlēto pieeju neizskatīt c) apakšpunktā paredzēto atteikuma pamatu.

76. Tomēr, lai pareizi piemērotu Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punktu, šajā pašā judikatūrā šis apgalvojums ir niansēts, norādot, ka c) apakšpunktā minētajam atteikuma pamatojuma pamatojumam ir jāattiecas tikai uz tajā tieši aplūkotajiem gadījumiem [62]. Vērtējums ir jāsaista ar attiecīgajām vispārējām interesēm, ka preču zīmes, ko veido tikai apzīmējumi vai norādes, kas kalpo, lai apzīmētu preču vai pakalpojumu īpašības šīs tiesību normas izpratnē, ir brīvi pieejamas visiem un nevar tikt reģistrētas [63].

58 — Vispārējās tiesas spriedums, 2014. gada 21. marts, *FTI Touristik*/ITSB ("BigXtra") (T-81/13, nav publicēts, EU:T:2014:140), 43.–47. punkts

59 — Rīkojums, 2010. gada 18. marts (C-282/09 P, EU:C:2010:153).

60 — Skat. šo secinājumu 5. punktu.

61 — Spriedums, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol*/ITSB (C-51/10 P, EU:C:2011:139), 47. punkts.

62 — Spriedums, 2011. gada 10. marts, *Agencja Wydawnicza Technopol*/ITSB (C-51/10 P, EU:C:2011:139), 48. punkts.

63 — Spriedums, 2003. gada 8. aprīlis, *Linde* u.c. (C-53/01, EU:C:2003:206), 74. punkts. Neapšaubāmi, apzīmējums "deluxe" ir sarežģīts, jo gan pārbaudītājs, gan Apelācijas padome bija norādījuši uz grafiskā elementa "banālo" raksturu, nepieļaujot, ka tam bija jebkāda nozīme, lai pārbaudītu atšķirtspēju, tiem konsekvences labad minētais apzīmējums būtu jāpielīdzina apzīmējumam, ko veido *tikai* iespējama norāde uz preču kvalitāti.

77. Tomēr uzskatu, ka, ja ir apstrīdēts lēmums, norādot uz diviem b) un c) apakšpunktā minētajiem atteikuma pamatiem, ņemot vērā to piemērošanas jomu pārklāšanos, būtu dodama priekšroka tam, ka Vispārējā tiesa būtu aplūkojusi abus, pat ja tā izmantotu tikai vienu no tiem. Piekrītot citiem ģenerāladvokātiem, es ierosinātu tostarp, ka analīze būtu jāsāk ar c) apakšpunktu [64], atsaucoties uz to, ka regulas par Savienības preču zīmi likumdošanas kontekstā būtu dodama priekšroka tam, lai netiktu pielīdzināti abi kritēriji, ne arī tie tiktu aplūkoti kā savstarpēji cieši saistīti [65].

78. Faktiski, kaut arī pietiek ar vienu absolūtu atteikuma pamatu, lai atteiktu reģistrāciju [66], pārējo minēto lēmuma atcelšanas pamatu izskatīšana un nolēmums attiecībā uz tiem var novērst apstrīdēšanas tiesā atsākšanu.

79. Katrā ziņā, tā kā *EUIPO* argumenti par strīdīgā apzīmējuma atšķirtspējas neesamību bija balstīti uz to, ka ar to bija norādīts uz augstāko kvalitāti, līdz šim izklāstītie apsvērumi būtu piemērojami gan Regulas Nr. 207/2009 7. panta 1. punkta b) apakšpunktam, gan c) apakšpunktam (ievilkums "norāde uz kvalitāti").

80. Kopumā uzskatu, ka apelācijas sūdzības vienīgais pamats nevar tikt apmierināts, jo pārsūdzētajā spriedumā nav pieļautas kļūdas tiesību piemērošanā, kuras *EUIPO* pārmet, un ka minētā apelācijas sūdzība ir jānoraida.

VI. Secinājumi

81. Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, iesaku Tiesai:

1) noraidīt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) apelācijas sūdzību par Vispārējās tiesas 2015. gada 4. jūnija spriedumu lietā T-222/14, *Deluxe Laboratories*/ITSB ("deluxe");

2) piespriest *EUIPO* atlīdzināt *Deluxe Entertainment Services Group Inc.* tiesāšanās izdevumus.

64 — Skat. ģenerāladvokāta D. Ruisa-Harabo Kolomera secinājumus lietā *Mag Instrument*/ITSB (C-136/02, EU:C:2004:151), 20. punkts.

65 — Ģenerāladvokāta F. Dž. Džeikobsa [*F. G. Jacobs*] secinājumi lietā ITSB/*Wrigley* (C-191/01 P, EU:C:2003:225), 51.–53. punkts.

66 — Rīkojums, 2008. gada 13. februāris, *Indorata-Serviços e Gestão*/ITSB (C-212/07 P, nav publicēts, EU:C:2008:83), 27. punkts un tajā minētā judikatūra.