

**Lieta T-140/02**

*Sportwetten GmbH Gera*

**pret**

**Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju  
(preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB)**

Kopienas preču zīme — Pieteikums atzīt par spēkā neesošu — Kopienas grafiska preču zīme, kas ietver vārdisku elementu "INTERTOPS" — Preču zīme, kas ir pretrunā ar sabiedrisko kārtību vai vispārpieņemtiem morāles principiem — Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta f) apakšpunkts un 2. punkts un 51. pants

Pirmās instances tiesas spriedums (otrā palāta) 2005. gada 13. septembrī . . . II - 3249

**Sprieduma kopsavilkums**

*Kopienas preču zīme — Atteikšanās, atcelšana un spēkā neesamība — Absolūti spēkā neesamības pamati — Preču zīmes, kas ir pretrunā sabiedriskajai kārtībai un vispārpieņemtiem morāles principiem — Izvērtēšana, pamatojoties tikai uz pašas preču zīmes pārbaudi saistībā ar tās apzīmētajām precēm un pakalpojumiem — Ar preču zīmes īpašnieka rīcību saistītie apstākļi — Atbilstības neesamība*

*[Padomes Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta f) apakšpunkts]*

II - 3247

Lai izvērtētu, vai preču zīme ir pretrunā ar sabiedrisko kārtību vai vispārpieņemtiem morāles principiem Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta f) apakšpunkta izpratnē, kas saskaņā ar minētās regulas 51. panta 1. punkta a) apakšpunktu var būt pamats atzīšanai par spēkā neesošu, ir jāpārbauda pati preču zīme kā tāda, proti, preču zīmes reģistrācijas pieteikumā ietvertais apzīmējums saistībā ar precēm vai pakalpojumiem. Faktiski no [Regulas Nr. 40/94] 7. panta 1. punkta, aplūkojot kopsakarā tā dažādās daļas, izriet, ka tās ietver atsauci uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes raksturīgajām iezīmēm, nevis uz apstākļiem, kas saistīti ar tās personas rīcību, kura pieteikusi preču zīmi reģistrācijai.

No tā izriet, ka apstākļi, saskaņā ar kuru Kopienas preču zīmes īpašniekam ir aizliegts dalībvalstī piedāvāt un reklamēt ar preču zīmi aptvertos pakalpojumus, nav nekādi uzskatāms par tādu, kas attiecas uz šīs preču zīmes raksturīgajām iezīmēm iepriekš minētās interpretācijas izpratnē. Līdz ar to šim apstāklim nevar būt tāda iedarbība, lai pašu preču zīmi padarītu par pretēju sabiedriskajai kārtībai vai vispārpieņemtiem morāles principiem.

(sal. ar 27.–29. punktu)