

Lieta T-379/03

Peek & Cloppenburg KG

pret

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

Kopienas preču zīme — Vārdiska preču zīme “Cloppenburg” —
Absolūts reģistrācijas atteikuma pamatojums — Aprakstošs raksturs —
Ģeogrāfiskā izcelsme — Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts

Pirmās instances tiesas spriedums (otrā palāta paplašinātā sastāvā) 2005. gada
25. oktobrī II - 4636

Sprieduma kopsavilkums

1. *Kopienas preču zīme — Apelācijas process — Prasība Kopienų tiesā — Biroja procesuālā loma — Biroja iespēja, esot norādītam kā atbildētājam, atbalstīt prasītāja prasījumus — Prasības priekšmeta zudums — Neesamība
(Pirmās instances tiesas Reglamenta 133. panta 2. punkts)*

2. *Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Absolūti atteikuma pamatojumi — Preču zīmes, kas sastāv tikai no apzīmējumiem vai norādēm, kuri var kalpot, lai apzīmētu preces īpašības — Preču zīme, kas attiecas uz mazumtirdzniecības pakalpojumiem — Vārdiska preču zīme “Cloppenburg”*
(Padomes Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts)

1. Apelācijas procesos Kopienas preču zīmju jomā saistībā ar tādiem procesiem Iekšējā tirgus saskaņošanas birojā (preču zīmes, paraugi un modeļi), kuros ir iesaistīti citi lietas dalībnieki, ne tikai prasītājs Pirmās instances tiesā vai arī tikai prasītājs un Birojs — ja Birojam nav nepieciešamās rīcības spējas, lai celtu prasību par Apelāciju padomes lēmumu, tam savukārt nav pienākuma pastāvīgi atbalstīt ikvienu apstrīdēto Apelāciju padomes lēmumu vai obligāti lūgt noraidīt visas prasības, kas celtas par šiem lēmumiem. Nekas Birojam neliedz atbalstīt prasītāja prasījumu vai vienkārši atstāt lēmuma pieņemšanu Pirmās instances tiesas ziņā, tajā pašā laikā izvirzot visus argumentus, ko tas uzskata par atbilstošiem, lai jautājumu izskaidrotu Pirmās instances tiesai. Tomēr tas nedrīkst izteikt prasījumus nolūkā atcelt vai grozīt Apelāciju padomes lēmumu jautājumā, kas nav izvirzīts apelācijas sūdzībā, vai izvirzīt pamatus, kuri nav minēti prasības pieteikumā. Kaut gan Pirmās instances tiesas Reglamenta 133. panta 2. punktā Birojs ir norādīts kā atbildētājs Pirmās instances tiesā, šāda norāde nevar grozīt sekas, kas izriet no Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi sistēmas attiecībā uz apelāci-

ju padomēm. Šī norma, augstākais, ļauj lemt par tiesāšanās izdevumiem, ja apstrīdētais lēmums tiek atcelts vai grozīts, neatkarīgi no Biroja paustās nostājas Pirmās instances tiesā.

Ja Birojs atbalsta prasītāja prasījumus, lietas dalībnieku prasījumu un argumentu sakritība šajā gadījumā neatbrīvo Pirmās instances tiesu no pienākuma pārbaudīt apstrīdētā lēmuma tiesiskumu, ņemot vērā pieteikumā par lietas ierosināšanu izvirzītos pamatus.

Tā kā apstrīdētais lēmums nav ne grozīts, ne atcelts un Birojam nav tiesību to darīt pašam, nedz arī tas šajā sakarā var dot norādījumus apelāciju padomēm, prasītājam joprojām ir interese, lai šis

lēmums tiktu atcelts, un tādējādi prasībai nav zudis tās priekšmets.

(sal. ar 22.–24. un 27.–29. punktu)

2. Vārdisko apzīmējumu "Cloppenburg", kura reģistrācija ir pieteikta attiecībā uz Nicas Nolīguma 35. klasē minētajiem "mazumtirdzniecības pakalpojumiem", nevar izmantot, lai Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta nozīmē no vidusmēra Vācijas patērētāja viedokļa apzīmētu preču zīmes pieteikumā minēto pakalpojumu ģeogrāfisko izcelsmi.

Lai pārbaudītu, vai ir ievēroti apstrīdētā reģistrācijas atteikuma pamatojuma nosacījumi, ir jāņem vērā visi atbilstošie

apstākļi, kā, piemēram, attiecīgo preču vai pakalpojumu raksturs, attiecīgās ģeogrāfiskās vietas lielāka vai mazāka reputācija, it īpaši attiecīgajā ekonomikas nozarē, un tas, cik lielā mērā konkrētā sabiedrības daļa to atpazīst, attiecīgā darbības veida paražas un tas, cik lielā mērā attiecīgo preču vai pakalpojumu ģeogrāfiskā izcelsme konkrētajai sabiedrības daļai var būt piemērota, vērtējot attiecīgo preču vai pakalpojumu kvalitāti vai citas īpašības.

Tomēr konkrētā sabiedrības daļa Vācijas pilsētu Klopenburgu ar aptuveni 30 000 iedzīvotāju, pat pieņemot, ka tai šī pilsēta ir pazīstama, atpazīst vāji vai labākajā gadījumā vidēji un nesaista ar minēto pakalpojumu kategoriju.

(sal. ar 39.–40., 46. un 49.–51. punktu)