

PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2007. gada 14. jūnijā \*

Lieta T-207/06

**Europig SA**, Žoselīna [*Josselin*] (Francija), ko pārstāv D. Masons [*D. Masson*],  
*avocat*,

prasītāja,

pret

**Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB)**, ko  
pārstāv A. Foliards-Mongirāls [*A. Folliard-Monguiral*], pārstāvis,

atbildētājs,

par prasību, kas celta par ITSB Apelāciju ceturtās padomes 2006. gada 31. maija lēmumu (lieta R 1425/2005-4) attiecībā uz vārdiskas preču zīmes “EUROPIG” kā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu.

\* Tiesvedības valoda — franču.

EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA (ceturtā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs I. Legāls [*H. Legal*], tiesneši V. Vadapals [*V. Vadapalas*]  
un N. Vāls [*N. Wahl*],

sekretāre K. Poheka [*K. Pocheč*], administratore,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts  
2006. gada 4. augustā,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2006. gada  
21. septembrī,

pēc tiesas sēdes 2007. gada 1. martā

pasludina šo spriedumu.

## Spriedums

### Prāvas priekšvēsture

- 1 2004. gada 4. maijā prasītāja, kuras agrākais nosaukums bija *Olympig SA*, Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz grozīto Padomes 1993. gada 20. decembra Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.).

- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme bija vārdisks apzīmējums “EUROPIG”.
- 3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 29. un 30. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru no klasēm atbilst šādam aprakstam:
- “gaļa, mājputni (gaļa); medijums; gaļas ekstrakti; no konservētas gaļas un/vai dārzeņiem pagatavoti ēdieni, konservēta gaļa; cīsiņi; desas; cūkgaļas izstrādājumi; kūpinājumi; šķiņķis; speķis; pastētes”, kas ietilpst 29. klasē;
  
  - “gaļas pastētes; mīklas (konditorejas izstrādājumi)”, kas ietilpst 30. klasē.
- 4 Pārbaudītājs ar 2005. gada 28. septembra lēmumu, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 38. pantu, noraidīja Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu.
- 5 2005. gada 25. novembrī prasītāja, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 57.–62. pantu, par pārbaudītāja lēmumu iesniedza apelācijas sūdzību ITSB.
- 6 Apelāciju ceturtnā padome ar 2006. gada 31. maija lēmumu (turpmāk tekstā — “apstrīdētais lēmums”), kas prasītājam darīts zināms 2006. gada 8. jūnijā, noraidīja šo apelācijas sūdzību, motivējot ar to, ka apzīmējums “EUROPIG” ir preces, attiecībā uz

kurām pieteikta reģistrācija, aprakstošs un tam nav atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) un c) apakšpunkta izpratnē. Turklāt prasītājas iesniegtie dokumenti neļaujot secināt, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme izmantošanas rezultātā ir ieguvusi atšķirtspēju šī pašas regulas 7. panta 3. punkta izpratnē.

### **Lietas dalībnieku prasījumi**

7 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

- atcelt apstrīdēto lēmumu;
- piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

8 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

- prasību noraidīt;
- piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

### **Juridiskais pamatojums**

9 Pamatojot savu prasību, prasītāja izvirza trīs pamatus par, attiecīgi, Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta; 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 7. panta 3. punkta pārkāpumu.

*Par pirmo pamatu — Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu*

Lietas dalībnieku argumenti

- 10 Prasītāja apgalvo, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme, kopumā ņemta un izvērtēta pati par sevi, nekādi nav reģistrācijas pieteikumā norādītās preces aprakstoša.
- 11 Tā apstrīd, pirmkārt, Apelāciju padomes apgalvojumu, saskaņā ar kuru vārds “euro” norādot uz ģeogrāfisko izcelsmi vai uz reģistrācijas pieteikumā norādīto preču ražošanas normām.
- 12 Elements “euro” nekādā gadījumā nevarētu aprakstīt ģeogrāfisko izcelsmi tādēļ, ka Eiropa pati par sevi nevar būt patērētājiem un vēl jo mazāk — nozares profesionāļiem, ģeogrāfiskās izcelsmes norāde. Prasītāja norāda arī, ka sakarā ar norādi “porc français” [franču cūkgaļa], kas izvietota uz preču, kuras tā tirgo, iesaiņojuma, neviens nevar kļūdīties attiecībā uz elementa “euro” nozīmi.
- 13 Turklāt angļu valodā runājošā sabiedrības daļa nevar uztvert šo saīsinājumu kā norādi, saskaņā ar ko attiecīgo preču izgatavošana atbilst spēkā esošajām Eiropas normām. Ne vien preču zīmju tiesības nevarot aptvert sertifikācijas normu, bet arī preces atbilstību šādām normām patērētāji un *a fortiori* nozares profesionāļi nosakot pēc norādēm “CE” vai “EC”. Attiecīgi elements “euro” norādot uz vienoto Eiropas valūtu un, augstākais, esot atsauce uz Eiropu plašā nozīmē.

- 14 Visbeidzot, prasītāja uzsver, ka, ievērojot Apelāciju padomes argumentāciju, varētu nonākt pie tā, ka tiktu aizliegta jebkāda norādes "euro" kā preču zīmes sastāvdaļas izmantošana. Tomēr ITSB esot piekritis reģistrēt preču zīmi "Euro Ice Cream" attiecībā uz 30. un 35. klasē ietilpstošām precēm, kā arī preču zīmi "euro-tea" attiecībā uz 5. un 30. klasē ietilpstošām precēm. Tiesas sēdē prasītāja turklāt norādīja, ka 2007. gada 23. janvārī ITSB piekrita reģistrēt ar numuru 4 818 043 grafisku preču zīmi "Europig". Šo reģistrāciju esot pieteikusi prasītāja un tā attiecoties uz precēm, kas ir identiskas tām, kuras aptver pieteiktā preču zīme.
- 15 Otrkārt, prasītāja norāda, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme nevar būt aprakstoša, ciktāl norāde "euro" ir saistīta ar vārdu "pig".
- 16 Angļu valodā runājošā sabiedrības daļa, lai apzīmētu cūkgaļu, izmantojot vārdu "pork" [cūkgaļa] un nevis vārdu "pig" [cūka]. Attiecīgi, vienīgi nosaukumu "european pork" [Eiropas cūkgaļa] varētu uzskatīt par attiecīgās preces aprakstošu. Vārda "pig" izmantošana, augstākais, varētu būt elements, kas atsauc atmiņā konkrētās preces, bet nekādā ziņā ne aprakstošs. To apstiprinot fakts, ka 2004. gada 21. decembrī Apvienotajā Karalistē ar numuru 2 380 867 tika reģistrēta preču zīme "EUROPIG" attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas identiski tiem, kas norādīti preču zīmes reģistrācijas pieteikumā. Turklāt un analogiski 1988. gadā Francijā esot tikusi reģistrēta preču zīme "EUROVEAU", lai gan vārds franču patērētāji acumirkli saprot vārdu "veau" [teļa gaļa]. Kaut gan ITSB, protams, nav saistoši valsts iestāžu pieņemtie lēmumi, tie esot nopietna norāde uz to, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei nav aprakstoša rakstura.
- 17 Prasītāja no tā secina, ka preču zīmei "EUROPIG", aplūkotai kopumā, no angļu valodā runājošas sabiedrības daļas viedokļa nepiemīt precīza, patstāvīga un tūlītēja nozīme un tādējādi to nevar uzskatīt par aprakstošu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta nozīmē. Gluži pretēji, šai preču zīmei varot būt dažādas interpretācijas. Tā, no judikatūras izrietot, ka, pamatojoties uz šo normu, varot atteikt reģistrāciju tikai tādiem apzīmējumiem, kas sabiedrībai ļauj uzreiz un bez

jebkādām pārdomām atklāt attiecīgo preču aprakstu vai kādu no to īpašībām (Pirmās instances tiesas 2001. gada 31. janvāra spriedums lietā T-193/99 *Wrigley/ITSB* (“DOUBLEMINT”), *Recueil*, II-417. lpp.; 2001. gada 7. jūnija spriedums lietā T-359/99 *DKV/ITSB* (“EuroHealth”), *Recueil*, II-1645. lpp., un 2005. gada 12. janvāra spriedums lietā T-334/03 *Deutsche Post EURO EXPRESS/ITSB* (“EUROPREMIUM”), Krājums, II-65. lpp.). Tiesa esot arī precizējusi, ka iespējamais aprakstošais raksturs jākonstatē ne tikai katram no preču zīmi veidojošajiem vārdiem, bet arī visam to veidojošajam kopumam (Tiesas 2001. gada 20. septembra spriedums lietā C-383/99 P *Procter & Gamble/ITSB*, *Recueil*, I-6251. lpp., 40. punkts).

- 18 ITSB uzskata, ka, ņemot vērā to, kā konkrētā sabiedrības daļa, proti, angļu valodā runājošs vidusmēra patērētājs, uztver elementu “euro” un “pig”, Apelāciju padome pamatoti secināja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme bija attiecīgās preces aprakstoša.
- 19 ITSB pirmkārt, attiecībā uz elementu “euro” norāda, ka vismaz viena no tā iespējamajām nozīmēm apzīmē attiecīgo pārtikas preču patstāvīgu īpašību, proti, to ģeogrāfisko izcelsmi. Turklāt šo elementu varētu saprast kā norādi uz regulējumu, kas piemērojams to produktu ražošanai, kurus ražo cūkkopības nozarē Eiropas Kopienā.
- 20 Attiecībā uz, otrkārt, vārdisko elementu “pig” ITSB uzskata, ka nav nozīmes faktam, ka angļu vārds “pork” var šķist vairāk atbilstošs, lai apzīmētu pārtikas preces, jo tas neizslēdz, ka angļu valodā runājošam vidusmēra patērētājam vārds “pig” apraksta izejvielu, no kuras ir ražoti šie pārtikas produkti.
- 21 Visbeidzot, attiecībā uz kombinēto vārdu “europig” ITSB norāda, ka fakts, ka tas ir neoloģisms, kā to arī konstatēja Apelāciju padome, nenozīmē, ka tas atbilst leksikas izgudrojumam, kam ir neparasta struktūra.

- 22 Tādēļ reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vienkārša divu aprakstošu elementu kombinācija, kas nerada pietiekami attālinātu iespaidu no tādas, kas radusies, vienkārši apvienojot to veidojošos elementus. Turklāt prasītāja neesot pierādījusi, ka saliktais vārds "europig" ir iedzīvojuies ikdienas valodā un ieguvis pats savu nozīmi.

### Pirmās instances tiesas vērtējums

- 23 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktam neregistrē "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". Savukārt šīs pašas regulas 7. panta 2. punkts paredz, ka "1. punktu piemēro arī tad, ja pamatojums reģistrācijas atteikumam pastāv tikai kādā Kopienas daļā".
- 24 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta mērķis ir vispārējās intereses, kas prasa, lai visiem ir brīvi pieejami apzīmējumi vai norādes, kas apraksta preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem pieteikta reģistrācija, īpašības (Tiesas 2003. gada 23. oktobra spriedums lietā C-191/01 P ITSB/*Wrigley*, *Recueil*, I-2447. lpp., 31. punkts; Pirmās instances tiesas 2002. gada 27. februāra spriedums lietā T-219/00 *Ellos*/ITSB ("ELLOS"), *Recueil*, II-753. lpp., 27. punkts; 2003. gada 27. novembra spriedums lietā T-348/02 *Quick*/ITSB ("Quick"), *Recueil*, II-5071. lpp., 27. punkts, un 2005. gada 7. jūnija spriedums lietā T-316/03 *Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft*/ITSB ("MunichFinancialServices"), Krājums, II-1951. lpp., 25. punkts; pēc analogijas skat. arī Tiesas 1999. gada 4. maija spriedumu apvienotajās lietās C-108/97 un C-109/97 *Windsurfing Chiemsee*, *Recueil*, I-2779. lpp., 25. punkts, un 2004. gada 12. februāra spriedumus lietā C-363/99 *Koninklijke KPN Nederland*, *Recueil*, I-1619. lpp., 54. un 95. punkts, un lietā C-265/00 *Campina Melkunie*, *Recueil*, I-1699. lpp., 35. punkts).



- 25 Turklāt Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts paredz apzīmējumus, kuri nespēj izpildīt preču zīmes pamata funkciju, proti, identificēt preces vai pakalpojuma komerciālo izcelsmi, lai arī ļautu patērētājam, kurš iegūst ar preču zīmi aptverto preci vai pakalpojumu, veicot turpmāko iegūšanu, izdarīt to pašu izvēli, ja pieredze izrādās pozitīva, vai izdarīt citu izvēli, ja pieredze izrādās negatīva (iepriekš minētais spriedums lietā “ELLOS”, 28. punkts).
- 26 Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētie apzīmējumi un norādes ir tādi, kas, tos parasti izmantojot, no mērķsabiedrības viedokļa var kalpot, lai, tieši vai minot kādu no to būtiskajām īpašībām, norādītu uz preci vai pakalpojumu, attiecībā uz kuru ir pieteikta reģistrācija (skat. Pirmās instances tiesas 2005. gada 22. jūnija spriedumu lietā T-19/04 *Metso Paper Automation/ITSB* (“PAPERLAB”), Krājums, II-2383. lpp., 24. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 27 No tā izriet — lai apzīmējumam piemērotu šajā normā paredzēto aizliegumu, tam jābūt pietiekami tieši un konkrēti saistītam ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem, lai ļautu konkrētajai sabiedrības daļai uzreiz un bez jebkādam pārdomām uztvert attiecīgo preču vai pakalpojumu aprakstu vai kādu no to īpašībām (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā “PAPERLAB”, 25. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 28 Lai preču zīmi, ko veido neoloģisms vai vārds, kas sastāv no elementu kombinācijas, varētu uzskatīt par aprakstošu Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, nepietiek ar iespējami aprakstoša rakstura konstatēšanu katram no tās elementiem. Šāds raksturs ir jākonstatē pašam neoloģismam vai vārdam (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā “PAPERLAB”, 26. punkts un tajā minētā judikatūra).

- 29 Preču zīme, ko veido neoloģisms vai vārds, kas sastāv no elementiem, katrs no kuriem ir preces vai pakalpojumus, attiecībā uz kuriem pieteikta reģistrācija, aprakstošs, arī pati ir šīs preces vai pakalpojumus aprakstoša Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, izņemot, ja starp neoloģismu vai vārdu un vienkāršu elementu kopumu, kas to veido, pastāv uztverama atšķirība. Lai tas tā būtu, ir vajadzīgs, lai kombinācijas neparastā rakstura dēļ saistībā ar minētajām precēm vai pakalpojumiem neoloģisms vai vārds radītu pietiekami attālinātu iespaidu no tā, kuru rada vienkārša šo neoloģismu vai vārdu veidojošo elementu nozīmju kombinācija tādējādi, ka neoloģisms vai vārds pārsniedz minēto elementu kopumu. Šajā sakarā ir atbilstoša arī attiecīgā vārda analīze, raugoties no piemērojamo leksikas un gramatikas normu viedokļa (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā "PAPERLAB", 27. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 30 Turklāt ir jāatgādina, ka apzīmējuma aprakstošā rakstura izvērtējumu var veikt tikai, pirmkārt, saistībā ar to, kā to uztver konkrētā sabiedrības daļa un, otrkārt, saistībā ar konkrētajām precēm vai pakalpojumiem (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā "MunichFinancialServices", 26. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 31 Izskatāmajā lietā preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija, ir "gaļa, mājputni (gaļa); medijums; gaļas ekstrakti; no konservētas gaļas un/vai dārzeņiem pagatavoti ēdieni, konservēta gaļa; cīsiņi; desas; cūkgaļas izstrādājumi; kūpinājumi; šķiņķis; speķis; pastētes", kas ietilpst 29. klasē, un "gaļas pastētes; mīklas (konditorejas izstrādājumi)", kas ietilpst 30. klasē.
- 32 Sabiedrību, saistībā ar kuru ir jāizvērtē konkrētais absolūta atteikuma pamatojums, veido — kā to arī apstrīdētā lēmuma 10. punktā norādīja Apelāciju padome un ko prasītāja nav apstrīdējusi — angļu valodā runājošs vidusmēra patērētājs. Pirmkārt, reģistrācijas pieteikumā norādītās preces, kas paredzētas gan nozares profesionāļiem, gan gala patērētājiem, ir domātas vispārējam patēriņam un, otrkārt, attiecīgais apzīmējums sastāv no angļu valodas izcelsmes vārdiem.

- 33 Attiecīgi ir jāpārbauda, vai no šīs sabiedrības daļas viedokļa pastāv pietiekami tieša un konkrēta saikne starp apzīmējumu “EUROPIG” un precēm, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija.
- 34 Šajā sakarā ir jākonstatē, — kā to arī pamatoti norādīja Apelāciju padome — ka apzīmējums “EUROPIG” sastāv no saīsinājuma “euro”, kas norāda uz vienu no īpašības vārda “européen” [eiropeisks] iespējamajām nozīmēm, un vārda “pig”, kas nozīmē cūku. Turklāt šis apzīmējums sastāv vienīgi no norādēm, kas var kalpot, lai norādītu konkrētas attiecīgo preču īpašības. Šo apzīmējumu, kas asociējas ar minētajām īpašībām, konkrētā sabiedrības daļa var uztvert kā norādi uz produktiem, kas iegūti no cūkām un ir ražoti Eiropā. Šo secinājumu nevar atspēkot fakts, kā to apgalvo prasītāja, ka vārdiem “euro” vai “pig” var būt citas nozīmes.
- 35 Turklāt neoloģismam “europig”, ņemot vērā angļu valodas leksikas normas, piemīt nevis neparasta, bet gan parasta struktūra. Reģistrācijai pieteiktā preču zīme tāpat, no mērķa sabiedrības viedokļa raugoties, nerada pietiekami attālinātu iespaidu no tā, ko rada vienkāršs to veidojošo vārdisko elementu savienojums, tādējādi, lai mainītu jēgu vai nozīmi.
- 36 No tā izriet, ka, aplūkotam kopumā, apzīmējumam “EUROPIG” piemīt pietiekami tieša un konkrēta saikne ar reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm.
- 37 Neviens no prasītājas izvirzītajiem argumentiem nav tāds, lai atspēkotu šo secinājumu.

- 38 Vispirms ir jānoraida arguments par to, ka angļu valodā cūkgaļu apzīmē ar vārdu "pork" un nevis ar vārdu "pig" tādēļ, ka dzīvnieku sugu, no kuras iegūst cūkgaļu, apzīmē šis pēdējais no minētajiem vārdiem, un ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkts kā aprakstošas kvalificē norādes saistībā ar preču īpašībām, tādām kā izejviela, no kuras izgatavota cūkgaļa.
- 39 Tāpat nav nozīmes argumentam, saskaņā ar kuru vārdu "euro" nevarētu saprast kā preču ģeogrāfiskās izcelsmes norādi tādēļ, ka uz iesaiņojuma ir izvietota norāde "porc français". Izvirzot šo argumentu, prasītāja atsauca uz apstākļiem, kādos tā paredz pārdot šīs preces. Tā apzīmējuma aprakstošais raksturs Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē ir jāvērtē individuāli attiecībā uz katru reģistrācijas pieteikumā norādīto preču un/vai pakalpojumu kategoriju. Līdz ar to, lai novērtētu apzīmējuma aprakstošo raksturu saistībā ar noteiktu preču un/vai pakalpojumu kategoriju, nav nozīmes jautājumam, vai attiecīgās preču zīmes pieteikuma iesniedzējs paredz vai īsteno noteiktu tirdzniecības koncepciju (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2002. gada 20. marta spriedumus lietā T-355/40 *DaimlerChrysler/ITSB* ("TELE AID"), *Recueil*, II-1939. lpp., 42. punkts; lietā T-356/00 *DaimlerChrysler/ITSB* ("CARCARD"), *Recueil*, II-1963. lpp., 46. punkts, un lietā T-358/00 *DaimlerChrysler/ITSB* ("TRUCKCARD"), *Recueil*, II-1993. lpp., 47. punkts).
- 40 Visbeidzot, runājot par prasītājas argumentu, saskaņā ar kuru ITSB esot piekritis reģistrēt, pirmkārt, vairākas preču zīmes, kas ietver vārdisku elementu "euro" un, otrkārt, grafisku preču zīmi "Europig", pietiek atgādināt, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru lēmumi, kas Apelāciju padomēm ir jāpieņem, pamatojoties uz Regulu Nr. 40/94 saistībā ar apzīmējuma kā preču zīmes reģistrāciju, attiecas uz saistošās kompetences īstenošanu un nevis uz rīcības brīvību. Tādēļ Apelāciju padomju lēmumu tiesiskums ir jāvērtē vienīgi uz šīs regulas pamata, kā to interpretē Kopienų tiesa, un nevis uz to lēmumu prakses pamata (Tiesas 2005. gada 15. septembra

spriedums lietā C-37/03 P *BioID/ITSB*, Krājums, I-7975. lpp., 47. punkts, un Pirmās instances tiesas 2002. gada 9. oktobra spriedums lietā T-36/01 *Glaverbel/ITSB* (Stikla plāksnes virsma), Krājums, II-3887. lpp., 35. punkts).

- 41 Katrā ziņā šķiet, ka prasītājas minētās reģistrācijas attiecas uz grafiskām preču zīmēm, kas ir apstākļi, kurš var mainīt vērtējumu par to, vai apzīmējums ir reģistrējams. Grafiska papildu elementa esamība var mainīt to, kā tiek uztverta preču zīme, aplūkota kopumā.
- 42 Visbeidzot, attiecībā uz argumentu par, pirmkārt, preču zīmes “EUROPIG” reģistrāciju Apvienotajā Karalistē un, otrkārt, par preču zīmes “EUROVEAU” reģistrāciju Francijā pietiek atgādināt, ka preču zīmju režīms ir autonoma sistēma, ko veido tiesību normu kopums un kurai ir savi īpašie mērķi, jo to piemēro neatkarīgi no ikvienas valsts sistēmas (Pirmās instances tiesas 2000. gada 5. decembra spriedums lietā T-32/00 *Messe München/ITSB* (“electronica”), *Recueil*, II-3829. lpp., 47. punkts). Līdz ar to apzīmējuma spēja tikt reģistrētam kā Kopienas preču zīmei ir jāizvērtē vienīgi uz atbilstoša tiesiskā regulējuma pamata. ITSB un, attiecīgā gadījumā, Kopienas tiesai tād nav saistoši dalībvalstu līmenī pieņemtie lēmumi, pat ja tās tos var ņemt vērā, it īpaši lēmumi, kuros izdarīts secinājums par minētā apzīmējuma spēju tikt reģistrētam, un tas pats attiecas uz gadījumu, ja šie lēmumi tika pieņemti, pamatojoties uz valsts saskaņotiem tiesību aktiem atbilstoši Padomes 1988. gada 21. decembra Pirmajai direktīvai 89/104/EEK, ar ko tuvina dalībvalstu tiesību aktus attiecībā uz preču zīmēm (OV 1989, L 40, 1. lpp.), vai arī valstī, kura ietilpst tajā lingvistiskajā zonā, no kuras ir cēlies attiecīgais vārdiskais apzīmējums (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2006. gada 16. marta spriedumu lietā T-322/03 *Telefon & Buch/ITSB — Herold Business Data* (“WEISSE SEITEN”), Krājums, II-835. lpp., 30. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 43 No visa iepriekš minētā izriet, ka pirmais pamats par Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta pārkāpumu ir jānoraida.

*Par otro pamatu — Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu*

- 44 Prasītāja uzskata, ka reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei piemīt atšķirtspēja Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Ne vien nosaukums "europig" neesot pierasts gaļas sāļšanas nozarē, bet arī neviens no prasītājas konkurentiem neizmantojot šo saīsinājumu, lai apzīmētu preces, kas ir identiskas vai līdzīgas tām, kuras norādītas reģistrācijas pieteikumā.
- 45 Šajā sakarā Pirmās instances tiesa atgādina, — kā tas arī ļoti skaidri izriet no Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta — ka, lai apzīmējumu nevarētu reģistrēt kā Kopienas preču zīmi, pietiek, ja īstenojas viens no uzskaitītajiem absolūtiem atteikuma pamatojumiem (Tiesas 2002. gada 19. septembra spriedums lietā C-104/00 P *DKV/ITSB, Recueil*, I-7561. lpp., 29. punkts).
- 46 Tādēļ sakarā ar to, ka pirmais pamats ir noraidīts, izskatāmajā lietā nav jāpārbauda otrais pamats.
- 47 Turklāt saskaņā ar pastāvīgo judikatūru vārdiskai preču zīmei, kas ir preču vai pakalpojuma īpašības aprakstoša Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta c) apakšpunkta izpratnē, ņemot vērā šo faktu, noteikti nepiemīt atšķirtspēja attiecībā uz tām pašām precēm un pakalpojumiem minētās regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē (skat. Pirmās instances tiesas 2005. gada 12. janvāra spriedumu apvienotajās lietās no T-367/02 līdz T-369/02 *Wieland-Werke/ITSB* ("SnTEM", "SnPUR", "SnMIX"), Krājums, II-47. lpp., 46. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 48 Pastāvot šiem apstākļiem, nekādā ziņā nevar apmierināt otro pamatu par Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

*Par trešo pamatu — Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punkta pārkāpumu*

Lietas dalībnieku argumenti

- 49 Prasītāja apgalvo, ka pretēji tam, ko nolēma Apelāciju padome, reģistrācijai pieteiktā preču zīme bija ieguvusi atšķirtspēju tās izmantošanas rezultātā atbilstoši Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktam.
- 50 Šī izmantošana esot apstiprināta ar dokumentiem, kurus tā iesniedza procesa laikā ITSB. Fakts, ka šajos dokumentos minētā preču zīme pretēji reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei ir grafiska, neesot izšķirošs tādēļ, ka tirdzniecībā nosaukumu “europig” izmanto mutiski, kas tam ļāva iegūt atšķirtspēju neatkarīgi no sava grafiskā attēla.
- 51 ITSB norāda, ka preču zīmi, pamatojoties uz šo normu, var reģistrēt tikai noteiktos apstākļos. Lai preču zīme iegūtu atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, ir vajadzīgs, lai ievērojama sabiedrības daļa, pateicoties šai preču zīmei, varētu identificēt preces, kuras ražo konkrēts uzņēmums. Šī atšķirtspēja turklāt esot jāpierāda būtiskā Kopienas daļā, kurā minētajai preču zīmei tā nepiemita saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b)–d) apakšpunktu.
- 52 Tā prasītājas iesniegtie dokumenti nedodot iespēju konstatēt, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ieguva atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Šie dokumenti, pirmkārt, esot bez datumiem vai ar datumiem, kas vēlāki par reģistrācijas pieteikumu, otrkārt, attiecoties uz preču pārdošanu tādās ģeogrāfiskās zonās, kurās angļu valoda nav oficiālā valoda, un, treškārt, atsaucoties vienīgi uz grafisku

apzīmējumu, kas atšķiras no reģistrācijai pieteiktās preču zīmes, vai uz sabiedrības nosaukumu [firmu]. Katrā ziņā šie dokumenti, kas neļaujot noteikt ar šo preču zīmi pārdoto preču tirgus daļu, nepierādot, ka angļu valodā runājoša sabiedrība uztver apzīmējumu kā izcelsmes norādi.

### Pirmās instances tiesas vērtējums

- 53 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktu minētās regulas 7. panta 1. punkta b), c) un d) apakšpunktā paredzētie absolūti reģistrācijas atteikuma pamatojumi neliedz reģistrēt preču zīmi, ja tā attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, saistībā ar kuriem pieteikta reģistrācija, ieguvusi atšķirtspēju tās izmantošanas rezultātā.
- 54 No šīs normas izriet, ka apzīmējumi vai preču zīmes var iegūt atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, neņemot vērā to, ka tām nav raksturīgās atšķirtspējas.
- 55 No judikatūras attiecībā uz Direktīvas 89/104 3. panta 3. punkta, kura normatīvais saturs būtībā ir identisks Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punkta saturam, interpretāciju izriet, ka, lai preču zīme iegūtu atšķirtspēju izmantošanas rezultātā, ir vajadzīgs, lai vismaz ievērojama konkrētās sabiedrības daļa, pateicoties preču zīmei, identificē attiecīgās preces vai pakalpojumus kā tādas, ko ražo vai piegādā konkrēts uzņēmums. Tomēr apstākļus, pastāvot kuriem atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā var uzskatīt par īstenojušos, nevar konstatēt, pamatojoties vienīgi uz tādu vispārēju un abstraktu informāciju kā konkrēts procentuālais apjoms (šajā sakarā skat. iepriekš minēto Tiesas spriedumu apvienotajās lietās *Windsurfing Chiemsee*, 52. punkts, un 2002. gada 18. jūnija spriedumu lietā *C-299/99 Philips, Recueil*, I-5475. lpp., 61. un 62. punkts; attiecībā uz Regulu Nr. 40/94 skat. arī Pirmās instances tiesas 2004. gada 29. aprīļa spriedumu lietā T-399/02 *Eurocermex/ITSB* (Alus pudeles forma), *Recueil*, II-1391. lpp., 42. punkts).



56 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, lai izvērtētu atšķirtspējas iegūšanu izmantošanas rezultātā, cita starpā ir jāņem vērā tādi faktori kā preču zīmes iegūtā tirgus daļa, šīs preču zīmes izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskā platība un ilgums, uzņēmuma šīs preču zīmes popularizēšanai veikto investīciju apjoms, ieinteresēto personu īpatsvars, kuras, pateicoties preču zīmei, identificē precī kā tādu, ko ražojis konkrēts uzņēmums. Šajā sakarā atbilstoši pierādījumi tostarp ir Tirdzniecības un rūpniecības kameru un citu profesionālo apvienību paziņojumi (iepriekš minētais spriedums lietā *Alus pudeles forma*, 44. punkts; šajā sakarā un pēc analogijas skat. arī iepriekš minēto spriedumu apvienotajās lietās *Windsurfing Chiemsee*, 51. punkts, un iepriekš minēto spriedumu lietā *Philips*, 60. punkts).

57 Šie faktori ir jāņem vērā, lai pārbaudītu, vai izskatāmajā lietā Apelāciju padome ar to pārkāpa Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punktu, uzskatot, ka reģistrācijai pieteikto preču zīmi nevarēja reģistrēt, pamatojoties uz šo normu.

58 Šajā sakarā nākas konstatēt, ka visiem prasītājas iesniegtajiem dokumentiem, kas galvenokārt ietver rēķinus un tirdzniecības brošūras, vai nu nav datuma vai arī ir vēlāks datums nekā preču zīmes "EUROPIG" reģistrācijas pieteikumam, proti, 2004. gada 4. maijs. Turklāt šie dokumenti, kas attiecas uz pārdošanām, kuras veiktas zonā, kurā nerunā angļu valodā, neļauj secināt, ka vismaz ievērojama konkrētās sabiedrības daļa, pateicoties reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei, identificē attiecīgās preces vai pakalpojumus kā tādus, kurus ražo vai piegādā konkrēts uzņēmums.

59 Tādēļ Apelāciju padome pamatoti secināja, ka prasītājas iesniegtie dokumenti nebija pietiekami, lai pierādītu, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ieguvusi atšķirtspēju.

- 60 No visa iepriekš minētā izriet, ka izvirzītais pamats par Regulas Nr. 40/94 7. panta 3. punkta pārkāpumu ir jānoraida.
- 61 Līdz ar to prasība ir jānoraida kopumā.

### **Par tiesāšanās izdevumiem**

- 62 Atbilstoši Pirmās instances tiesas reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kam spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājam spriedums ir nelabvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar ITSБ prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (ceturtā palāta)

nospriež:

**1) prasību noraidīt;**

**2) prasītāja atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Legal

Vadapalas

Wahl

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2007. gada 14. jūnijā.

Sekretārs

Priekšsēdētājs

E. Coulon

H. Legal