



НЕОФІЦІЙНИЙ ПЕРЕКЛАД

РІШЕННЯ СУДУ ЄС

У СПРАВІ T-681/17

29 ЛИСТОПАДА 2018 РОКУ

KHADI AND VILLAGE

INDUSTRIES COMMISSION

ПРОТИ

EUROPEAN UNION INTELLECTUAL

PROPERTY OFFICE (EUIPO),



РІШЕННЯ СУДУ ЗАГАЛЬНОЇ ЮРИСДИКЦІЇ (ТРЕТЯ ПАЛАТА) 29 ЛИСТОПАДА 2018 РОКУ

(торговельна марка ЄС) - Проведення у справах про недійсність - Словесна марка ЄС «Khadi» - Надання доказів вперше перед Апеляційною палатою - Рішення Апеляційної палати - Стаття 76(2) Регламенту (ЄС) № 207/2009 (тепер стаття 95(2) Регламенту (ЄС) 2017/1001) - Абсолютні підстави для відмови - Позначення такого характеру, що може ввести в оману громадськість - Стаття 7(1)(g) Регламенту (ЄС) № 207/2009 (тепер стаття 7(1)(g) Регламенту (ЄС) 2017/1001) - Позначення, що містить позначення, емблеми або ескізи - стаття 7(1)(i) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 7(1)(i) Регламенту 2017/1001) - відсутність недобросовісності - стаття 52(1)(b) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 59(1)(b) Регламенту 2017/1001))

У СПРАВІ T-681/17,

KHADI AND VILLAGE INDUSTRIES COMMISSION, СТВОРЕНА В МУМБАЇ МАХАРАШТРА (ІНДІЯ), ПРЕДСТАВЛЕНА СІЛЬСЬКИХ ПРОМИСЛІВ», СТВОРЕНА В МУМБАЇ МАХАРАШТРА (ІНДІЯ), ПРЕДСТАВЛЕНА АДВОКАТАМИ J. GUISE, N. ROSE TA V. ELLIS, KK

ПРОТИ

ВІДОМСТВО ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ (EUIPO), ПРЕДСТАВЛЕНЕ СПОЧАТКУ M. RAJH I D. WALISKA, А ЗГОДОМ M. RAJH I H. O'NEILL, ЯКІ ВИСТУПАЛИ В ЯКОСТІ АГЕНТІВ,

іншою стороною провадження в Апеляційній палаті EUIPO та представником у Суді загальної юрисдикції, а саме **BNP Best Natural Products GmbH**, розташована в Мюнхені (Німеччина), представлена юристами M. Kloth та R. Briske, юристами,

ПОЗОВ проти рішення П'ятої апеляційної палати EUIPO від 30 червня 2017 року (Case R 2083/2016-5) що стосується провадження про недійсність між Khadi and Villages Industries Commission та BNP Best Natural Products,

СУД ЗАГАЛЬНОЇ ЮРИСДИКЦІЇ (ТРЕТЯ ПАЛАТА)

у складі: S. Frimodt Nielsen, Голови, суддів V. Kreuschitz and N. Póltorak (доповідач)

Секретар: I. Dragan, судовий розпорядник,

беручи до уваги заяву, подану до Секретаріату Суду 2 жовтня 2017 року, беручи до уваги відповідь EUIPO подану до Секретаріату Суду 15 грудня

2017 року, беручи до уваги відповідь третьої сторони, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, подану до Секретаріату Суду 15 грудня 2017 року до слухання 11 вересня 2018 року,

постановляє **Рішення**

ПЕРЕДУМОВИ ВИНИКНЕННЯ СПОРУ

1. 9 грудня 2011 року компанія Khadi Naturprodukte GbR подала заявку на реєстрацію торговельної марки ЄС до Відомства з інтелектуальної власності Європейського Союзу (EUIPO) відповідно до Регламенту Ради (ЄС) № 207/2009 від 26 лютого 2009 року про торговельну марку Європейського Союзу (OJ 2009 L 78, с. 1), зі змінами та доповненнями (заміненого Регламентом (ЄС) 2017/1001 Європейського Парламенту та Ради від 14 червня 2017 року про торговельну марку Європейського Союзу (OJ 2017 L 154, с. 1)).
2. На реєстрацію в якості торговельної марки подано словесне позначення 'Khadi'.
3. Товари і послуги, щодо яких подається заявка на реєстрацію, належать до класів 3, 21 і 31 Ніццької угоди про Міжнародну класифікацію товарів і послуг для реєстрації знаків від 15 червня 1957 року, переглянутої та доповненої, і відповідають для кожного з цих класів наведеному нижче опису:
 - Кл.3: «Вибілювальні засоби та інші речовини для прання; засоби для чищення, полірування, шліфування та абразивні засоби; мило; парфумерія, ефірні олії, косметика, лосьйони для волосся; зубні пастки; тоніки для обличчя (косметичні засоби); фарбувальні засоби для волосся; кондиціонери для волосся; гелі для волосся; кондиціонери для волосся; зволожувальні засоби для волосся (косметичні засоби); Засоби для фарбування волосся; Кондиціонуючі рідини для волосся; Гелі для волосся; Кондиціонери для волосся; Зволожувальні засоби для волосся (косметичні засоби); Олія для тіла; Масла для тіла; Олії для тіла у формі спрею; Косметичні спреї для тіла; Маски для обличчя; Маски для обличчя з косметологічними властивостями; Косметичні набори для обличчя; Маски для обличчя [косметичні]; Фарби для волосся; Кондиціонуючі засоби для волосся; Гелі для волосся; Кондиціонери для волосся; Зволожувачі для волосся (косметичні засоби); Олія для тіла; Масла для тіла; Масла для тіла у вигляді спрею; Косметичні спреї для тіла; Маски для обличчя; Маски для обличчя в косметичних цілях; Косметичні набори для обличчя; Маски

для обличчя [косметичні]; Олії для волосся; Олія для волосся; Фарби для волосся; Кондиціонери для волосся; Гелі для волосся; Кондиціонери для волосся; Зволожувачі для волосся (косметичні засоби); Олія для тіла; Олії для тіла; Олії для тіла у формі спрею; Косметичні спреї для тіла; Маски для обличчя; Маски для обличчя в косметичних цілях; Косметичні набори для обличчя; Маски для обличчя [косметичні]; Маски для обличчя [косметичні]; Олії для волосся; Масла для волосся; Шампуні для волосся; Ополіскувачі для волосся; Засоби для миття волосся; Засоби від лупи у формі шампунів; Фарбувальні засоби для волосся; Кондиціонери для волосся; Гелі для волосся; Кондиціонери для волосся; Зволожувачі для волосся (косметичні засоби); Олії для тіла; Олії для тіла; Масла для тіла у вигляді спреїв; Косметичні спреї для тіла; Маски для обличчя; Маски для обличчя в косметичних цілях; Косметичні маски для обличчя; Маски для обличчя [косметичні]; Масла для волосся; Олії для волосся; Олійки для волосся; Шампуні для волосся; Ополіскувачі для волосся; Засоби для миття волосся; Засоби для миття волосся у вигляді шампунів; Косметичні креми; Косметичні креми;

- Кл.21: «Домашнє або кухонне приладдя і контейнери; щітки та губки; пензлі (крім малярних); матеріали для виготовлення пензлів; вироби для чищення; сталевата; необроблене або напівоброблене скло (крім скла, використовуваного в будівництві); посуд зі скла, порцеляни та фаянсу, не включений до інших класів».
- Кл.31: «Сільськогосподарські, садівничі та лісові продукти і зерно, не віднесені до інших класів; живі тварини; свіжі фрукти та овочі; насіння, натуральні рослини та квіти; продукти харчування для тварин; солод».

4. Заявка на торговельну марку ЄС була опублікована в Бюлетені торговельних марок Співтовариства від 23 січня 2012 року. Оспорювана торговельна марка була зареєстрована 2 травня 2012 року за № 10 479 954.

5. Згодом компанія Khadi Naturprodukte GbR передала торговельну марку третій стороні, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, BNP Best Natural Products GmbH.

6. 2 вересня 2014 року заявник, Khadi and Village Industries Commission, подала заяву про визнання торговельної марки Khadi недійсною щодо всіх товарів, зазначених у пункті 3 вище. По суті, заявник обґрунтовував свій позов тим, що значення та юридичне визначення терміну «кхаді» в Індії, на його думку, унеможлиблювало реєстрацію оспорюваного позначення в EUIPO. Підставами для подання заяви про визнання недійсності були викладені в:

- Статті 52(1)(b) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 59(1)(b) Регламенту 2017/1001),
- Статті 52(1)(a) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 59(1)(a) Регламенту 2017/1001), у сукупності зі статтею 7(1)(g) та (i) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 7(1)(g) та (i) Регламенту 2017/1001),
- Статті 53(1)(a) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 60(1)(a) Регламенту 2017/1001), у сукупності зі статтею 8(1)(a) і (b) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 8(1)(a) і (b) Регламенту 2017/1001),
- Статті 53(1)(c) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 60(1)(c) Регламенту 2017/1001), у сукупності зі статтею 8(4) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 8(4) Регламенту 2017/1001).

7. 26 вересня 2016 року Відділ з питань анулювання рішень відхилив заяву про визнання недійсним.

8. 15 листопада 2016 року заявник подав до EUIPO повідомлення про апеляцію відповідно до статей 58-64 Регламенту № 207/2009 (тепер статті 66-71 Регламенту 2017/1001) на рішення Відділу з питань анулювання.

9. Рішенням від 30 червня 2017 року («оскаржуване рішення») П'ята апеляційна палата EUIPO відхилила апеляцію на тій підставі, що заявник не надав доказів недійсності, на яку він посилався.

БАЖАНІ ФОРМИ ПОРЯДКУ

10. Заявник стверджує, що Суд повинен:

- анулювати оскаржуване рішення
- визнати оспорюване позначення недійсним;
- ухвалити рішення про компенсацію судових зборів/витрат.

11. EUIPO та третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, стверджують, що Суд повинен:

- відхилити позов
- зобов'язати заявника сплатити витрати

ЗАКОНОДАВСТВО ПОПЕРЕДНІ ВИСНОВКИ

12. Попередньо слід зазначити, що в провадженні щодо недійсності від EUIPO не можна вимагати повторного проведення експертизи, яку

Експерт провів за власною ініціативою, щодо відповідних фактів, які могли б спонукати його встановити абсолютні підстави для відмови. З положень статей 52 і 55 Регламенту № 207/2009 (тепер статті 59 і 62 Регламенту 2017/1001) можна зробити висновок, що торговельна марка ЄС вважається дійсною доти, доки вона не буде визнана недійсною EUIPO за результатами процедури визнання недійсності. Тому вона користується презумпцією правомірності, що є логічним результатом перевірки, проведеної EUIPO при розгляді заявки на реєстрацію (рішення від 13 вересня 2013 року, *Fürstlich Castell'sches Domänenamt v OHIM – Castel Frères (CASTEL)*, T-320/10, EU:T:2013:424, п. 27).

13. В силу презумпції правомірності торговельних марок ЄС зобов'язання EUIPO відповідно до статті 76(1) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 95(1) Регламенту 2017/1001) перевіряти за власною ініціативою відповідні факти, які можуть призвести до застосування абсолютних підстав для відмови, обмежується експертизою заявки на торговельну марку ЄС, яку проводять експерти EUIPO, а в разі апеляції – Апеляційні палати під час проведення процедури реєстрації цієї марки. У процедурі визнання недійсності, оскільки зареєстрована торговельна марка ЄС вважається правомірною, особа, яка подала заяву про визнання її недійсною, повинна навести EUIPO конкретні факти, які ставлять під сумнів правомірність цієї торговельної марки (рішення від 13 вересня 2013 року, *CASTEL*, T-320/10, EU:T:2013:424, п. 28).

14. Позовні вимоги, подані проти оскаржуваного рішення, слід розглядати у контексті цих аргументів.

Перша позовна вимога щодо порушення статті 76(2) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 95(2) Регламенту 2017/1001)

15. Заявник стверджує, що Апеляційна палата помилково визнала неприйнятними певні докази, подані заявником вперше до палати, а саме Додатки 1-48 до заяви, в яких викладено підстави оскарження в Апеляційній палаті, оскільки вони не мають впливу на результат розгляду справи. У зв'язку з цим заявник стверджує, що аргументація Апеляційної палати є хибною, оскільки ці докази висвітлюють сприйняття терміну «кхаді».

16. EUIPO та третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, заперечують ці аргументи.

17. Як зазначила Апеляційна палата у пункті 16 оскаржуваного рішення, заявник додав до своєї заяви з обґрунтуванням підстав оскарження

до Апеляційної палати нові докази. Ці додатки складаються з уривків з книги, статей в індійській пресі, що стосуються використання терміну «кхаді» в Індії, та звітів про результати перевірок стосовно підприємств в Індії.

18. У пунктах 24 і 25 оскаржуваного рішення Апеляційна палата висловила позицію, що докази, про які йде мова, не містили жодної потенційно релевантної інформації, оскільки вони лише підтверджували інформацію, що стосується історичного контексту терміну «кхаді» в Індії, і не демонстрували жодної загальної поінформованості про цей термін в Європейському Союзі. Тому Апеляційна палата дійшла висновку, що ці докази є неприйнятними в контексті апеляції, яка перебуває на її розгляді.

19. У зв'язку з цим слід зазначити, по-перше, що з судової практики слідує, що жодна принципова причина, пов'язана з характером провадження в Апеляційній палаті або з юрисдикцією цього відомства, не перешкоджає тому, щоб вона з метою прийняття рішення за апеляційною скаргою, що перебуває на її розгляді, брала до уваги факти та докази, вперше представлені на стадії апеляції (рішення від 13 березня 2007 року, OHIM v Kaul, C-29/05 P, EU: C:2007:162, п. 49).

20. Дійсно, зі статті 64(1) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 71(1) Регламенту 2017/1001) можна зробити висновок, що в результаті розгляду апеляції, поданої на розгляд, Апеляційна палата може здійснювати будь-які повноваження, що належать до компетенції департаменту, який був відповідальним за оскаржуване рішення, і тому повинен, у зв'язку з цим, провести новий, повний розгляд скарги по суті, як з точки зору права, так і з точки зору факту (рішення від 13 березня 2007 року, OHIM v Kaul, C-29/05 P, EU: C:2007:162, п. 57).

21. Згідно з судовою практикою, без шкоди для особливого положення, що застосовується до розгляду заперечення, про яке йдеться в третьому підпункті правила 50(1) Регламенту Комісії (ЄС) № 2868/95 від 13 грудня 1995 року про імплементацію Регламенту Ради (ЄС) № 40/94 про торговельну марку Співтовариства (OJ 1995 L 303, с. 1), зі змінами, внесеними Регламентом Комісії (ЄС) № 2868/95 від 13 грудня 1995 року про імплементацію Регламенту Ради (ЄС) № 40/94 про торговельну марку Співтовариства (OJ 1995 L 303, с. 1). 1), зі змінами, внесеними Регламентом Комісії (ЄС) № 1041/2005 від 29 червня 2005 року (OJ 2005 L 172, с. 4), завжди є можливість своєчасно подати докази, які вперше подаються до Апеляційної палати, якщо такі докази мають на меті оскаржити причини, наведені Відділом з питань анулювання в

оскаржуваному рішенні. Таким чином, ці докази є або доповненням до доказів, поданих під час провадження у Відділі з питань анулювання, або доказом з нового питання, яке не могло бути порушене під час цього провадження. Сторона, яка вперше представляє докази Апеляційній палаті, повинна обґрунтувати, чому ці докази подаються саме на цій стадії провадження, і продемонструвати, що їх подання під час провадження у Відділі з питань анулювання рішень було неможливим. Таким чином, докази, подані вперше до Апеляційної палати, за всіх обставин не повинні вважатися такими, що не відповідають строкам (рішення від 24 січня 2018 року, EUIPO v European Food, C-634/16 P, EU:C:2018:30, пп. 42-45).

22. У цій справі в пункті 19 оскаржуваного рішення, зазначивши, що відповідно до статті 76(2) Регламенту № 207/2009 EUIPO може не брати до уваги факти або докази, які не були своєчасно подані відповідними сторонами, Апеляційна палата нагадала, що третій підпункт правила 50(1) Регламенту № 2868/95 передбачає, що якщо апеляція спрямована проти рішення Відділу з питань анулювання, Апеляційна палата повинна обмежити розгляд апеляції фактами та доказами, поданими у строки, встановлені або визначені Відділом з питань анулювання відповідно до цього регламенту, якщо тільки палата не вважає, що додаткові або доповнюючі факти та докази повинні бути взяті до уваги відповідно до статті 76(2) Регламенту № 207/2009. Суд також дійшов висновку, що навіть якщо останнє положення стосується лише провадження у справах про оскарження, воно також може бути застосоване й до провадження у справах про недійсність щодо відносної підстави для відмови, оскільки вони мають той самий ratio legis.

23. З судової практики очевидно, що спеціальне положення, яке міститься в третьому підпункті пункту 1 правила 50 Регламенту № 2868/95, не застосовується в контексті проваджень щодо недійсності на підставі абсолютних підстав для визнання недійсності (рішення від 24 січня 2018 року, EUIPO v European Food, C-634/16 P, EU: C:2018:30, пункти 48 і 49 та наведена судова практика). Отже, оскільки провадження, про яке йдеться, є провадженням у справах про недійсність, що ґрунтується як на відносних, так і на абсолютних підставах (пункт 6 вище), Апеляційна палата помилилася, коли дійшла висновку, що це правило застосовується щодо провадження у справах про недійсність, про яке йдеться.

24. Однак ця помилка не впливає на законність оскаржуваного рішення, оскільки Апеляційна палата дослідила характер і зміст доказів, про які

йдеться, і дійшла висновку, що вони не мають значення для результату справи, перш ніж визнати їх неприйнятними на свій розсуд. У пунктах 24 і 25 цього рішення Апеляційна палата встановила, що ці докази не мають значення для результату справи, оскільки вони не доводять ознайомленість з терміном «кхаді» належною громадськістю. Як справедливо зазначила Апеляційна палата у пункті 33 свого рішення, у цій справі заява про визнання недійсною повинна розглядатися з огляду на сприйняття та усвідомлення терміну «кхаді» цією аудиторією.

25. У контексті вищевикладеного, перша позовна вимога має бути відхиленою.

Друга позовна вимога, в якій заявляється про спотворення доказів

26. Заявник стверджує, що Апеляційна палата спотворила докази у своїй оцінці фактичних обставин, пов'язаних з терміном «кхаді», у своєму аналізі належної громадськості та в своїй оцінці відносин між заявником та третьою стороною, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору.

27. По-перше, що стосується фактичного походження терміну «кхаді», заявник стверджує, що, хоча Апеляційна палата справедливо дійшла висновку, що цей термін є відомим в Індії, вона не врахувала важливий фактор, який, на думку заявника, чітко впливає з доказів, а саме, що цей термін контролюється і регулюється в Індії, і тому він не може вільно використовуватися, зокрема, згідно з Законом Індії «Про Khadi and Village Industries Commission 1956 року». У зв'язку з цим заявник стверджує, що цей фактор є релевантним для цілей оцінки правомірності оспорюваного позначення. За словами заявника, цей закон встановлює, серед іншого, повноваження Khadi and Village Industries Commission і передбачає, що її функція полягає у «плануванні, просуванні, сприянні, організації та наданні допомоги у створенні та розвитку кхаді та сільських промислів у сільській місцевості».

28. Заявник також стверджує, що Апеляційна палата викривила докази, дійшовши висновку, що значення терміну «кхаді» є «умовним по відношенню до товарів, про які йде мова... оскільки він позначає, в основному, домоткану тканину». Заявник стверджує, що з доказів очевидно, що асортимент продукції, охоплений індійським законодавством, згаданим у пункті 27 вище, також включає нетекстильну продукцію, отриману з дотриманням аналогічних принципів місцевого та домашнього виробництва.

29. Загалом, заявник стверджує, що висновок Апеляційної палати про те, що термін «кхаді» є умовним для товарів відповідних класів, є неправильним і не відображає того факту, що, як видно з доказів, асортимент товарів, про які йдеться, охоплює товари з широкого кола різних секторів і був таким задовго до того, як третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, заснувала свій бізнес.

30. По-друге, що стосується аналізу відповідної громадськості, заявник критикує Апеляційну палату за те, що вона дійшла висновку, що частина населення Сполученого Королівства індійського походження, яка становить 2,5% населення, не є достатньо великою частиною цієї громадськості, щоб мати вплив на цю справу. У зв'язку з цим заявник стверджує, що ця частина населення Сполученого Королівства становить близько 1,63 мільйона з 65 мільйонів жителів країни, що більше, ніж населення кожної з чотирьох найменш населених держав-членів Європейського Союзу.

31. Насамкінець, заявник стверджує, що коли Апеляційна палата описує відносини між заявником та третьою стороною, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, як такі, що обмежуються одноразовою закупівлею продукції у суб'єкта господарювання, уповноваженого заявником, вона спотворила докази у своїй оцінці відносин між сторонами і, таким чином, мінімізувала обізнаність третьої сторони про роль заявника у нагляді за виробництвом асортименту продукції, що розглядається, а також про його контроль за використанням терміну «кхаді».

32. EUIPO та третя сторона заперечують ці аргументи.

33. По-перше, що стосується аналізу належної громадськості, заявник критикує Апеляційну палату за те, що вона дійшла висновку, що частина населення Сполученого Королівства, яка має індійське походження, не є достатньо великою частиною цієї громадськості, щоб мати вплив у цій справі. Однак, всупереч твердженням заявника і як зазначає EUIPO, Апеляційна палата не просто дійшла висновку, що ця частина населення Сполученого Королівства Великої Британії та Північної Ірландії не є достатньо великою частиною цієї громадськості, щоб мати вплив на справу. У пунктах 34 і 35 оскаржуваного рішення Суд встановив, що заявник не довів, що ця частина громадськості була знайома з терміном «кхаді» та його значенням, і що не було підстав вважати, що ситуація була саме такою.

34. По-друге, що стосується фактичної сторони справи і всупереч тому, що стверджує заявник, у пунктах 28-30 оскаржуваного рішення Апеляційна палата описала роль і повноваження заявника і, отже, ступінь, до якого термін «кхаді» мав юридичне значення. Таким чином, як стверджує EUIPO, Апеляційну палату не можна критикувати за те, що вона не взяла до уваги той факт, що цей термін контролюється і регулюється в Індії, зокрема, індійським законодавством, про яке йдеться в пункті 27 вище. Однак, по-перше, з цього не можна зробити висновок, що в Індії цей термін не може вільно використовуватися, і, по-друге, навіть якщо таке використання вважається обмеженим в Індії, заявник не демонструє, що це має значення для оцінки рівня обізнаності належної громадськості, а саме широкої громадськості Європейського Союзу (див. пункти 32 і 33 оскаржуваного рішення).

35. По-третє, щодо значення терміну «кхаді» стосовно відповідної продукції, у пункті 28 оскаржуваного рішення Апеляційна палата взяла до уваги визначення, надане цьому терміну статтею 2 індійського закону, згаданого в пункті 27 вище, згідно з яким цей термін означає «будь-яку тканину, виткану на ручних ткацьких верстатах в Індії з бавовняної, шовкової або вовняної пряжі ручного прядіння в Індії або із суміші будь-яких двох чи всіх таких ниток». Тому заявник не може обґрунтовано стверджувати – без подальшого обґрунтування свого аргументу про те, що асортимент товарів, про який йдеться, також охоплює нетекстильні товари, виготовлені з дотриманням аналогічних принципів місцевого та домашнього виробництва, – що колегія Апеляційної палати спотворила докази, коли дійшла висновку про те, що термін, про який йдеться, має стосуватися текстильних виробів.

36. По-четверте, заявник скаржиться на те, що в пункті 90 оскаржуваного рішення Апеляційна палата описала відносини між сторонами як такі, що обмежувалися окремою закупівлею товарів у суб'єкта господарювання, схваленого заявником, що, на його думку, суперечить заявам самої третьої сторони, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, та яка зазначає, що вона обговорювала із заявником можливість здійснення поставок в межах Європейського Союзу, таким чином ілюструючи, що третя сторона була поінформована про роль заявника у здійсненні нагляду та виробництві товарів, про які йдеться. У цій частині оскаржуваного рішення Апеляційна палата проаналізувала моральні та комерційні зобов'язання, які нібито існували на момент реєстрації оскаржуваного позначення і впливають з комерційних відносин між сторонами, а не з обізнаності третьої сторони про роль заявника в нагляді та контролі за

продукцією, про яку йдеться. Отже, достатньо зазначити, що заявник не обґрунтував твердження про те, що Апеляційна палата спотворила докази на тій підставі, що вона обмежилася описом у пункті 90 оскаржуваного рішення попередніх договірних відносин із суб'єктом господарювання як таких, що охоплюють лише закупівлю обмеженої кількості косметичної продукції у такого суб'єкта господарювання. Той факт, що обговорювалася можливість здійснення поставок в межах Європейського Союзу, не впливає ні на цей висновок, ні на висновок, якого дійшла Палата: ці договірні відносини не були такими, що призводять до виникнення конкретних зобов'язань.

37. З пунктів 33-36 вище впливає, що заявник не надав доказів спотворення доказів Апеляційною палатою і що друга позовна вимога має бути відхилена як необґрунтована.

Третя позовна вимога щодо порушення статті 7(1)(g) та статті 52(1)(a) Регламенту № 207/2009

38. Заявник стверджує, що Апеляційна палата неправильно застосувала статтю 52(1)(a) та статтю 7(1)(g) Регламенту № 207/2009, коли дійшла висновку, що оспорюване позначення не є оманливим.

39. У зв'язку з цим заявник стверджує, що, всупереч вимогам судової практики, Апеляційна палата застосувала при оцінці оманливості критерій кількісного порогу щодо сприйняття споживачами та поклала на заявника тягар доведення того, що значна частина споживачів по всьому Європейському Союзу буде введена в оману. На думку заявника, в контексті несумісності зі статтею 7(1)(g) Регламенту № 207/2009 достатньо того, що оспорюване позначення може ввести в оману одного споживача.

40. Заявник додає, що той факт, що термін «кхаді» регулюється, вказує на те, що продукти контролюються Індією а з принципу « незнання закону не є виправданням» впливає, що громадськість обізнана про регулювання цього терміну в Індії.

41. Таким чином, заявник стверджує, по суті, що належна громадськість, якій відомо, що термін « кхаді» регулюється в Індії, може бути введена в оману оспорюваним позначенням і вважати, що продукти, які продаються під ним, були виготовлені під наглядом заявника та імпортовані з Індії.

42. EUIPO та третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, заперечують ці аргументи.

43. Відповідно до статті 7(1)(g) Регламенту № 207/2009, у реєстрації повинно бути відмовлено торговельним маркам, які мають оманливий характер, наприклад щодо якості або географічного походження товарів або послуг.

44. З усталеної судової практики випливає, що обставини для відмови в реєстрації, зазначені в статті 7(1)(g) Регламенту № 207/2009, передбачають наявність фактичного введення в оману або достатньо серйозного ризику того, що споживач буде введений в оману (див., з цього приводу та за аналогією, рішення від 30 березня 2006 року, Emanuel, C-259/04, EU: C:2006:215, п. 47 та наведена судова практика, та від 24 вересня 2008 року, HUP Usługi Polska v OHIM – Manpower (I. T.@MANPOWER), T-248/05, не опубліковане, EU:T:2008:396, п. 64).

45. У зв'язку з цим слід мати на увазі, що основна функція торговельної марки полягає в тому, щоб гарантувати споживачеві або кінцевому користувачеві ідентичність походження маркованих товарів чи послуг, надаючи йому можливість без будь-якої можливості сплутати ці товари чи послуги з іншими, які мають інше походження. Для того, щоб торговельна марка могла виконувати свою важливу роль у системі добросовісної конкуренції, яку Договір прагне створити і підтримувати, вона повинна надавати гарантію того, що всі товари або послуги, позначені нею, були вироблені або поставлені під контролем одного суб'єкта господарювання, який несе відповідальність за їхню якість (рішення від 30 березня 2006 року, Emanuel, C-259/04, EU:C:2006:215, п. 38). Торговельна марка більше не виконує роль такої гарантії, якщо інформація, яку вона містить, вводить в оману громадськість.

46. Отже, оцінка абсолютної підстави для відмови, зазначеної в статті 7(1)(g) Регламенту № 207/2009, повинна здійснюватися з урахуванням, окрім іншого, сприйняття торговельної марки належною громадськістю.

47. У цій справі слід зазначити, як це зробила Апеляційна палата, що стосовно відповідних продуктів належною громадськістю є широка громадськість Європейського Союзу.

48. Що стосується сприйняття позначення належною громадськістю, Суд вважає, як і Апеляційна палата у пунктах 34 та 35 оскаржуваного рішення, що жоден з доказів чи аргументів заявника не дозволяє зробити висновок про те, що широка громадськість, або навіть та частина населення Сполученого Королівства, яка має індійське походження, загалом знайома з терміном « кхаді » або його роллю

в індійській промисловості, і, отже, є достатніми для того, щоб поставити під сумнів оцінку Апеляційної палати про те, що цей термін є малопоширеним словом і що не можна припустити, що цей термін буде зрозумілим для цієї громадськості.

49. Деякі з доказів, поданих заявником, мають зв'язок з належною громадськістю. Сюди входять Додатки 49 та 50 до заяви, в яких викладено підстави для подання апеляції до Апеляційної палати. Перший з цих додатків – це стаття в пресі, що описує подію, яка відбулася в Польщі, в якій взяли участь понад 133 індійські учасники, в тому числі заявник. Хоча стаття описує успіх асортименту продукції, про яку йшлося на заході, він являє собою лише одноразовий захід з обмеженою спрямованістю. Другий з цих додатків є декларативним документом, що стосується участі заявника в міжнародних виставках у Німеччині, Франції, Італії та Польщі з метою просування цього асортименту продукції. Однак не можна зробити висновок, що продукція всіх учасників, які беруть участь у міжнародному ярмарку в країні-члені ЄС, обов'язково відома широкій громадськості Європейського Союзу.

50. Інші докази включають, серед іншого, витяги з книги, що стосується історії та прийняття «торговельної марки «Кхаді» (Додатки 1-27 до заяви), статті з веб-сайтів та індійської преси, що стосуються використання терміна «кхаді» в Індії та функціонування галузі, яку контролює заявник (Додатки 28-45 та 48 до заяви), а також звіти про перевірки виробників, що працюють у цій галузі в Індії (Додатки 46 та 47 до заяви). Слід зазначити, що жоден з цих документів не має відношення до визначення того, чи буде цей термін зрозумілим для належної громадськості, як справедливо зазначила Апеляційна палата у пунктах 24 та 25 оскаржуваного рішення.

51. Крім того, колегія Апеляційної палати зазначила в пункті 41 оскаржуваного рішення, що навіть якщо частина належної громадськості асоціює термін «кхаді» з Індією, це не означає, що оспорюване позначення є оманливим, оскільки відповідні продукти можуть бути натхненні індійськими рецептурами або містити інгредієнти індійського походження.

52. Більше того, як видно з пункту 37 вище, заявник не зміг довести в контексті цього позову, що Апеляційна палата спотворила подані їй докази.

53. Якщо належна громадськість не асоціює термін «кхаді» з будь-яким конкретним значенням, наявність фактичного введення в оману

або достатньо серйозного ризику того, що споживач буде введений в оману, не може бути встановлена. Стаття 7(1)(g) Регламенту № 207/2009 передбачає достатньо конкретне позначення потенційних характеристик товарів і послуг, на які поширюється торговельна марка. Лише тоді, коли цільовий споживач буде змушений повірити, що товари та послуги мають певні характеристики, якими вони насправді не володіють, він буде введений в оману торговельною маркою (рішення від 24 вересня 2008 року, I.T.@MANPOWER, T-248/05, не опубліковане, EU:T:2008:396, п. 65). Як зазначає EUIPO, за відсутності обізнаності з цим терміном у громадськості не може виникнути жодних очікувань щодо позначення.

54.3 вищевикладеного впливає, що Апеляційна палата не помилилася, дійшовши висновку про відсутність фактичного введення в оману або достатньо серйозного ризику введення в оману споживача в контексті статті 7(1)(g) Регламенту № 207/2009. Таким чином, третя позовна вимога має бути відхилена як необґрунтована.

Четверта позовна вимога щодо порушення статті 7(1)(i) та статті 52(1)(a) Регламенту № 207/2009

55. Заявник стверджує, що Відділ з питань анулювання неправильно застосував статтю 52(1)(a) та статтю 7(1)(i) Регламенту № 207/2009, коли вирішив, що оспорюване позначення не суперечить охоронюваним емблемам або позначенням (крім тих, що охороняються відповідно до статті 6ter Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року, з наступними змінами та доповненнями).

56. У зв'язку з цим заявник стверджує, зокрема, що Відділ з питань анулювання дійшов висновку, що стаття 7(1)(i) Регламенту № 207/2009 застосовується лише до зображувальних позначень, за винятком словесних. Апеляційна палата ймовірно підтримала висновки цього відділу.

57. EUIPO стверджує, що ця позовна вимога є неприйнятною, оскільки стаття 7(1)(i) Регламенту № 207/2009 не була винесена на розгляд Апеляційної палати, тому вона не є предметом розгляду. Крім того, серед іншого, зазначається, що заявник не надав жодних аргументів з цього приводу в заяві, в якій виклав підстави для оскарження в Апеляційній палаті.

58. У зв'язку з цим, з судової практики видно, що існує цілісність, з точки зору функцій, між різними підрозділами EUIPO, а саме Відділами з

питань анулювання, з одного боку, та Апеляційними палатами, з іншого. Зокрема, з цієї спадкоємності функцій між різними департаментами EUIPO впливає, що коли Апеляційні палати здійснюють необхідний перегляд рішень, прийнятих департаментами EUIPO в першій інстанції, вони повинні засновувати свої рішення на всіх фактичних і юридичних питаннях, які сторони порушували або в процесі розгляду справи в департаменті, який розглядав заяву в першій інстанції, або в апеляції. Загалом, це впливає зі статті 64(1) Регламенту № 207/2009, в якій зазначено, що після перевірки прийнятності скарги Апеляційна палата приймає рішення щодо неї і при цьому може «здійснювати будь-які повноваження в межах компетенції департаменту, який був відповідальним за оскаржуване рішення», що на підставі поданої апеляції Апеляційна палата покликана провести новий, повний розгляд справи по суті з точки зору як права, так і факту (див. рішення від 12 листопада 2013 року, Gamesa Eólica v OHIM – Enercon (Blended shades of green), T-245/12, не опубліковане, EU: T:2013:588, пункти 18 і 19 та наведена судова практика).

59. Оскільки заявник стверджував про підставу недійсності статті 52(1)(a) Регламенту 207/2009 під час провадження у Відділі з питань анулювання, слід вважати, що ця підстава була включена до справи, що розглядається Апеляційною палатою. Оскільки Апеляційна палата додатково винесла рішення на цій підставі, підтримавши висновки Відділу з питань анулювання з цього приводу, слід визнати, що ця підстава є одним з питань, які розглядаються, а, отже, ця позовна вимога є прийнятною.

60. У пункті 44 оскаржуваного рішення Апеляційна палата повністю підтримала аргументацію Відділу з питань анулювання. Ця палата постановила, що оспорюване позначення не містить значків, емблем чи символів, оскільки належна громадськість не пов'язує термін «кхаді» з жодною державною організацією, а отже, ця громадськість не може бути введена в оману. Крім того, з рішення Відділу з питань анулювання очевидно, що цей відділ не дійшов висновку ні прямо, ні опосередковано, що стаття 7(1)(i) Регламенту № 207/2009 застосовується лише до зображувальних позначень, за винятком словесних.

61. У зв'язку з цим слід зазначити, як було зазначено в пункті 50 вище, що докази, надані заявником, є недостатніми для того, щоб зробити висновок про те, що належна громадськість буде надавати будь-яке значення терміну «кхаді» або буде асоціювати його з будь-

якою організацією. За таких обставин Апеляційна палата дійшла правильного висновку, що жодний значок, емблема чи символ не може бути ідентифікований цією громадськістю на позначенні, що є предметом спору.

62. Отже, четверта позовна вимога має бути відхилена як необґрунтована.

П'ята позовна вимога про порушення статті 52(1)(b) Регламенту № 207/2009

63. Заявник стверджує, що колегія Апеляційної палати помилково дійшла висновку, що заявник не довів, що оспорюване позначення було зареєстровано через недобросовісність.

64. По-перше, заявник стверджує, що Апеляційна палата не застосувала правильні критерії, коли дійшла висновку про відсутність недобросовісності при реєстрації позначення. На думку заявника, Апеляційна палата помилково дійшла висновку, що передумовою для винесення такого висновку є усталена репутація, добре відомий персонаж або певний образ, що асоціюється з його позначенням в Європейському Союзі.

65. По-друге, заявник стверджує, що третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, знала про «торговельну марку» «Кхаді», її використання в Індії та, зокрема, про те, що термін «кхаді» регулювався та контролювався державними органами Індії. Таким чином, Апеляційна палата, як повідомляється, не змогла належним чином оцінити як обізнаність третьої сторони, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, так і ступінь правової охорони, якою користується позначення, у контексті рішення від 11 червня 2009 року у справі Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli (C-529/07, EU:C:2009:361).

66. По-третє, заявник скаржиться, що Апеляційна палата помилилася, не взявши до уваги той факт, що коли третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, планувала продавати товари з використанням оспорюваного позначення, вона знала про те, що заявник контролює використання терміна «кхаді», що обидві сторони не уклали комерційний договір і що, як наслідок, третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, подала заявку на реєстрацію оспорюваного позначення. На думку заявника, така поведінка є недобросовісною.

67. EUIPO та третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору, заперечують ці аргументи.

68. Попередньо слід зазначити, що система реєстрації торговельних марок ЄС базується на принципі «пріоритету першої поданої заявки», викладеному в статті 8(2) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 8(2) Регламенту 2017/1001). Відповідно до цього принципу, позначення може бути зареєстроване як торговельна марка ЄС лише за умови, що цьому не перешкоджає більш раннє позначення, будь то торговельна марка ЄС, торговельна марка, зареєстрована в країні-члені або Відомством Бенілюксу з інтелектуальної власності (BOIP), торговельна марка, зареєстрована згідно з міжнародними угодами, що є чинними в країні-члені, або торговельна марка, зареєстрована згідно з міжнародними угодами, що є чинними на території Європейського Союзу. З іншого боку, без порушення можливого застосування статті 8(4) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 8(4) Регламенту 2017/1001), просте використання третьою особою незареєстрованого позначення не перешкоджає реєстрації ідентичного або схожого позначення як торговельної марки ЄС для ідентичних або схожих товарів чи послуг (див. рішення від 9 липня 2015 року, CMT проти OHIM – Camomilla (CAMOMILLA), T-100/13, не опубліковане, EU: T:2015:481, п. 30 та наведена судова практика).

69. Тим не менш, застосування цього принципу регулюється, зокрема, статтею 52(1)(b) Регламенту № 207/2009, згідно з якою за заявою до EUIPO або на підставі зустрічного позову в провадженні про порушення торговельна марка ЄС має бути визнана недійсною, якщо заявник діяв недобросовісно, коли подавав заявку на її реєстрацію. Отже, якщо заявник із позовною вимогою щодо визнання реєстрації недійсною намагається посилатися на цю підставу, то саме ця сторона має довести обставини, які обґрунтовують висновок про те, що власник торговельної марки ЄС діяв недобросовісно, коли подавав заявку на реєстрацію цієї марки (див. рішення від 9 липня 2015 року, CAMOMILLA, T-100/13, не опубліковане, EU:T:2015:481, п. 31, а також процитовану судову практику).

70. Крім того, слід зазначити, що поняття «недобросовісність», про яке йдеться у статті 52(1)(b) Регламенту № 207/2009, не визначено, не розмежовано і навіть не описано жодним чином у законодавстві (рішення від 1 лютого 2012 року, Carrols v OHIM - Gambettola (Pollo Tropical CHICKEN ON THE GRILL), T-291/09, EU:T:2012:39, пункт 44).

71. Однак слід зазначити, що відповідно до судової практики, для того, щоб визначити, чи діє заявник на реєстрацію недобросовісно у контексті статті 52(1)(b) Регламенту № 207/2009, доцільно взяти до

уваги всі відповідні фактори, характерні для конкретної справи, які стали відомі на момент подання заявки на реєстрацію позначення як торговельної марки ЄС, а саме: (I) той факт, що заявник знає або повинен знати, що третя особа використовує принаймні в одній країні-члені ідентичне або схоже позначення для ідентичного або схожого товару чи послуги, яке можна сплутати із позначенням, для якого подається заявка на реєстрацію; (II) намір заявника перешкодити третій особі продовжувати використовувати таке позначення; та (III) ступінь правової охорони, якою користується позначення третьої особи та позначення, для якого заявляється реєстрація (рішення від 11 червня 2009 року, *Chocoladefabriken Lindt & Sprüngli*, C-529/07, EU: C:2009:361, п. 53).

72. При цьому, фактори, викладені в пункті 71 вище, є лише прикладами з низки факторів, які можуть бути взяті до уваги для того, щоб вирішити, чи діяв заявник недобросовісно під час подання заявки на реєстрацію торговельної марки. У зв'язку з цим слід зазначити, що в контексті загального аналізу, проведеного відповідно до статті 52(1)(b) Регламенту № 207/2009, може також братися до уваги комерційна логіка, що лежить в основі подання заявки на реєстрацію позначення як торговельної марки ЄС, а також хронологія подій, що призвели до такого подання (рішення від 9 липня 2015 року, *CAMOMILLA*, T-100/13, не опубліковане, EU:T:2015:481, пункти 35 і 36).

73. П'ята позовна вимога має розглядатися у контексті, *inter alia*, цих міркувань.

74. По-перше, слід зазначити, як вказує EUIPO, що критика заявника щодо критеріїв, застосованих для аналізу недобросовісності заявника на реєстрацію оскаржуваного позначення, є результатом неправильного тлумачення оскаржуваного рішення. Посилання Апеляційної палати в пункті 81 цього рішення на те, що на території Європейського Союзу торговельна марка заявника не має репутації та не асоціюється з будь-яким конкретним зображенням, було використано для ілюстрації того факту, що заявник не зміг продемонструвати, що на момент подання заявки на реєстрацію оспорюваного позначення товари, які є об'єктом його нагляду, мали справжній рівень зацікавленості або реальну присутність на ринку ЄС. Таким чином, Апеляційна палата не вважала, як стверджує заявник, що «репутація, відомий персонаж або певний образ, пов'язаний з торговельною маркою» були передумовами для встановлення того, що сторона діяла недобросовісно.

75. По-друге, щодо обізнаності про використання терміну «кхаді» на момент реєстрації оспорюваного позначення, слід зазначити, що заявник посиляється на перший критерій, перелічений у пункті 71 вище, а саме «той факт, що заявник [на реєстрацію] знає або повинен знати, що третя особа використовує, принаймні в одній країні-члені, ідентичне або схоже позначення для ідентичного або схожого товару чи послуги, яке можна сплутати зі позначенням, на яке подається заявка на реєстрацію». Як наведена аргументація, так і докази, згадані в пунктах 88-90 заяви, спрямовані на встановлення правової бази, що регулює значення терміну «кхаді» в Індії, та поінформованості щодо цього терміну, яку повинен був мати заявник на реєстрацію на момент реєстрації оскаржуваного позначення, а не на його використання в країні-члені ЄС.

76. Крім того, EUIPO має рацію у своєму твердженні, що заявник черпає свої права щодо терміну «кхаді» з індійського законодавства, згаданого в пункті 27 вище. У цьому законі зазначено, що його територіальна сфера дії обмежена Індією (за винятком одного з її штатів). EUIPO також має рацію, стверджуючи, що заявник не надав доказів значного використання або навіть обізнаності про індійську «торговельну марку Кхаді» в ЄС.

77. Більше того, з судової практики випливає, що той факт, що заявник на реєстрацію знає або повинен знати, що третя особа використовує позначення за кордоном на момент подання своєї заявки, яке можна сплутати зі позначенням, на реєстрацію якого подано заявку, не є достатнім для того, щоб зробити висновок про те, що заявник діяв недобросовісно (див. рішення у справі Малайзія, само по собі для висновку, що заявник діяв недобросовісно (див., з цього приводу та за аналогією, рішення від 27 червня 2013 року у справі Malaysia Dairy Industries, C-320/12, EU: C:2013:435, п. 37). У цій справі на момент подання заявки на реєстрацію оскаржуваного позначення термін «кхаді» не був захищений заявником через реєстрацію як торговельна марка ні в Індії, ні на міжнародному рівні, як зазначило EUIPO під час слухань. Відповідно, зокрема, за відсутності заявки заявника на правову охорону цього терміну як торговельної марки, хоча з наданих Суду документів очевидно, що на момент реєстрації оспорюваного позначення заявник на отримання правової охорони позначення знав про діяльність заявника та використання цього терміну в Індії, цього недостатньо для доведення недобросовісності заявника.

78. По-третє, сторони погоджуються, що комунікація між ними була запитами на інформацію, надісланими заявнику щодо товарів та виробників, які підлягають його контролю. Також була запитана інформація про можливість організації доставки товарів, контрольованих заявником, до Європейського Союзу, і в одному випадку товари були придбані у одного з суб'єктів, затверджених заявником. Ці докази є недостатніми для встановлення недобросовісного наміру або наміру діяти недобросовісно з боку заявника на реєстрацію під час подання заявки на реєстрацію оспорюваного позначення.

79. Таким чином, колегія Апеляційної палати не помилилася, дійшовши висновку, що не було встановлено, що на момент подання заявки на реєстрацію оскаржуваного позначення наміром заявника на цю реєстрацію було привласнення репутації заявника, зокрема, тому, що не було продемонстровано визнання або широкого використання позначення заявника. Тому п'ята позовна вимога має бути відхилене як необґрунтоване.

ДРУГИЙ ПУНКТ ПОЗОВНОЇ ЗАЯВИ

80. Заявник просить Суд визнати оспорюване позначення недійсним і, по суті, змінити оскаржуване рішення.

81. Слід нагадати, що перегляд, який здійснює Суд відповідно до статті 65(3) Регламенту № 207/2009 (тепер стаття 72(3) Регламенту 2017/1001), є переглядом законності рішень Апеляційних палат EUIPO, і що Суд може скасувати або змінити рішення, проти якого було подано позов, тільки якщо на момент прийняття рішення воно було недійсним за однією з підстав, викладених у статті 65(2) цього Регламенту (тепер стаття 72(2) Регламенту 2017/1001) (див. рішення від 5 липня 2011 року, *Edwin v OHIM*, C-263/09 P, EU: C:2011:452, п. 71 та наведену судову практику).

82. Оскільки, як було встановлено вище, правові аргументи, на які посилається заявник на підтримку своєї вимоги про скасування, є необґрунтованими, оскаржуване рішення не суперечить жодній підставі незаконності, зазначеній у статті 65(2) Регламенту № 207/2009. Таким чином, немає необхідності задовольняти позовні вимоги заявника про внесення змін до оскаржуваного рішення, а в задоволенні другої частини позовних вимог слід відмовити.

ВИТРАТИ

83. Відповідно до статті 134(1) Регламенту Суду загальної юрисдикції, сторона, яка програла справу, зобов'язана сплатити витрати, якщо вони були заявлені в позовних заявах сторони, яка виграла справу. Оскільки позов заявника відхилений, він повинен бути зобов'язаний сплатити витрати відповідно до форми наказу, яку вимагають EUIPO та третя сторона, що заявляє самостійні вимоги щодо предмета спору.

На цих підставах,

СУД ЗАГАЛЬНОЇ ЮРИСДИКЦІЇ (ТРЕТЯ ПАЛАТА)

постановляє:

1. Відхилити позов;
2. Зобов'язати Khadi and Village Industries Commission сплатити витрати.

Frimodt

Nielsen Kreuschit

Półtorak

Винесено у відкритому судовому засіданні в Люксембурзі 29 листопада 2018.

E. Coulon A. M. Collins

Секретар

ЗАСТЕРЕЖЕННЯ:

Проект має на меті поширення інформації про практику Суду ЄС з питань інтелектуальної власності серед зацікавлених фахівців.

Текст перекладу та резюме рішень Суду ЄС з питань інтелектуальної власності розроблено та представлено з інформаційною метою.

Представлена інформація НЕ є офіційною і НЕ рекомендована для використання у експертних дослідженнях.

Переклад та резюме рішень Суду ЄС створені з використанням відкритої інформації, що міститься у інформаційній системі Суду ЄС. (curia.europa.eu)

ІНФОРМАЦІЯ ПРО ПРОЄКТ:

Серія: *Рішення Суду ЄС з питань інтелектуальної власності: неофіційний переклад.*

Про що: *про позиції Суду ЄС у сфері інтелектуальної власності.*

Для кого: *для фахівців з питань інтелектуальної власності.*

Мета: *інформування спільноти про практику Суду ЄС з актуальних питань інтелектуальної власності.*

Координатор: *Дмитро КОНДИК, провідний експерт відділу міжнародних реєстрацій торговельних марок Управління експертизи заявок на торговельні марки, промислові зразки та географічні зазначення Департаменту експертизи заявок на об'єкти промислової власності УКРНОІВІ.*

Виконавці: *Юлія КРАВЧЕНКО (переклад), Ольга АНДРІЄНКО (оформлення).*

Більше резюме Рішень Суду ЄС шукай тут



www.facebook.com/IP.Academy.of.Ukraine

© УКРНОІВІ, 2024