

PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2005. gada 25. maijā *

Lieta T-288/03

TeleTech Holdings, Inc., Denvera, Kolorado (ASV), ko pārstāv E. Armiho Čavari [E. Armijo Chávarri] un A. Kastans Peress-Gomess [A. Castán Pérez-Gómez], advokāti,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv I. de Medrano Kavaljero [I. de Medrano Caballero] un S. Laitinena [S. Laitinen], pārstāvji,

atbildētājs,

* Tiesvedības valoda — spāņu.

otrs procesa ITSB Apelāciju padomē dalībnieks un persona, kas iestājusies lietā —

Teletech International SA, Parīze (Francija), ko pārstāv J. F. Adele [*J.-F. Adelle*] un F. Zimrejs [*F. Zimeray*],

par prasību atcelt grozīto (R 412/2001-1) ITSB Apelāciju pirmās padomes 2003. gada 28. maija lēmumu attiecībā uz spēkā neesamības pasludināšanas procesu starp *Teletech International SA* un *TeleTech Holdings, Inc.*

EIROPAS KOPIENU
PIRMĀS INSTANCES TIESA

(otrā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs J. Pirungs [*J. Pirrung*], tiesneši A. V. H. Meijs [*A. W. H. Meij*] un I. Pelikānova [*I. Pelikánová*],

sekretāre B. Pastora [*B. Pastor*], sekretāra palīdzē,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 13. augustā,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 16. decembrī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada 9. janvārī,

ņemot vērā repliku, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegta 2004. gada 26. aprīlī,

pēc tiesas sēdes 2004. gada 30. novembrī, kurā persona, kas iestājusies lietā, nepiedalījās,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

- 1 1999. gada 22. aprīlī prasītājas Kopienas preču zīme “TELETECH GLOBAL VENTURES” tika reģistrēta Iekšējā tirgus saskaņošanas birojā (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB).
- 2 Preču zīme, kuras prioritātes datums ir 1996. gada 1. aprīlis, apzīmē it īpaši preces, kas ietilpst 35. un 38. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nologumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju

preču zīmju reģistrācijas vajadzībām. Šie pakalpojumi atbilstoši katrai klasei atbilst šādam aprakstam:

- 35. klase: “Atbildēšanas pa telefonu pakalpojumi; darbā iekārtošanas aģentūru pakalpojumi; reklāmas pakalpojumi; darījumu vadīšanas atbalsta pakalpojumi, kas sastāv no iekārtu menedžmenta pakalpojumiem un vietņu izvēlēšanās pakalpojumiem un multimediju pakalpojumiem, [kas sniegti] citu uzņēmēj-sabiedrību klientiem, kas ietver telefona pakalpojumus; telefona, elektroniskā pasta un globālā datortikla pakalpojumu sniegšana, lai atbalstītu citas uzņēmēj-sabiedrības, kad tās pārdod savas preces vai pakalpojumus; personāla nolīgšanas pakalpojumi, iekārtu menedžmenta atbalsta pakalpojumi un darījumu vadīšanas pakalpojumi ārkārtas situācijās; atbalsts citām uzņēmēj-sabiedrībām, kad tās piedāvā pa telefonu, elektronisko pastu vai globālo datortiklu savas preces vai pakalpojumus pārdošanā vai iznomāšanā; citu uzņēmēj-sabiedrību klientu pieprasījumu, kas pienākuši pa telefonu, elektronisko pastu vai globālo datortiklu, saņemšana un atbildēšana uz tiem; tehniskās palīdzības sniegšana klientiem, kas izmanto citu uzņēmēj-sabiedrību preces; pagaidu darbinieku nodrošināšana”;

- 38. klase: “Telekomunikāciju pakalpojumi”.

3 1999. gada 29. septembrī persona, kas iestājusies lietā, iesniedza pieteikumu par šīs Kopienas preču zīmes spēkā neesamības pasludināšanu, pamatojoties uz 55. panta 1. punkta b) apakšpunktu grozītajā Padomes 1993. gada 20. decembra Regulā (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.).

4 Agrākā preču zīme, kas tika izvirzīta, lai pamatotu pieteikumu par spēkā neesamības pasludināšanu, ir vārdisks apzīmējums “TELETECH INTERNATIONAL”, kas tika pieteikts reģistrācijai 1996. gada 10. janvārī un reģistrēts Francijā, lai apzīmētu šādus

pakalpojumus, kas ietilpst Nicas Nolīguma 35. un 38. klasē: "inženierijas pakalpojumi saistībā ar komerciālo lietu un reklāmas menedžmentu un klientu apkalpošanas centru un/vai telefona zvana apstrādes centru menedžmentu (failu menedžments, kas attiecas uz klientiem, pakalpojumiem, pasūtījumiem, programmatūras atbalstu, tehnisko atbalstu, telefona zvanu apstrādes centra organizēšanu) un visi pakalpojumi, kas attiecas uz iepriekšminēto" (turpmāk tekstā — "agrāka Francijas valsts preču zīme").

5. Pieteikums par spēkā neesamības pasludināšanu tika pamatots ar Regulas Nr. 40/94 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu un attiecās uz visiem pakalpojumiem, ko apzīmēja agrākā preču zīme. Atbilstoši pieteikuma formulējumam tas ir iesniegts pret šādiem pakalpojumiem, ko apzīmē Kopienas preču zīme: "inženierijas pakalpojumu komerciālo lietu menedžments un klientu apkalpošanas centru un/vai telefona zvana apstrādes centru menedžments", kas ietilpst 35. klasē, un "telekomunikācijas", kas ietilpst 38. klasē.
6. Ar 2001. gada 22. februāra lēmumu Anulēšanas nodaļa daļēji apmierināja pieteikumu par spēkā neesamības pasludināšanu, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu. Tādējādi tā daļēji pasludināja Kopienas preču zīmi par spēkā neesošu, t.i., attiecībā uz šādiem pakalpojumiem: "atbildēšanas pa telefonu pakalpojumi; darījumu vadīšanas atbalsta pakalpojumi, kas sastāv no iekārtu menedžmenta pakalpojumiem un vietņu izvēlēšanās pakalpojumiem un multimediju pakalpojumiem, [kas sniegti] citu uzņēmējdarbību klientiem, kas ietver telefona pakalpojumus; telefona, elektroniskā pasta un globālā datortikla pakalpojumu sniegšana, lai atbalstītu citas uzņēmējdarbības, kad tās pārdod savas preces vai pakalpojumus; atbalsts citām uzņēmējdarbībām, kad tās piedāvā pa telefonu, elektronisko pastu vai globālo datortiklu savas preces vai pakalpojumus pārdošanā vai iznomāšanā; citu uzņēmējdarbību klientu pieprasījumu, kas pienākuši par telefonu, elektronisko pastu vai globālo datortiklu, saņemšana un atbildēšana uz tiem", kas ietilpst 35. klasē, un "telekomunikāciju pakalpojumi", kas ietilpst 38. klasē.
7. 2001. gada 23. aprīlī prasītāja iesniedza apelāciju ITSB par Anulēšanas nodaļas lēmumu.

- 8 Ar ITSB Apelāciju pirmās padomes 2003. gada 28. maija lēmumu (turpmāk tekstā — “Apstrīdētais lēmums”) apelācija tika daļēji apmierināta, ciktāl tā attiecās uz “darījumu vadīšanas atbalsta pakalpojumiem, kas sastāv no iekārtu menedžmenta pakalpojumiem un vietņu izvēlēšanās pakalpojumiem”, jo Apelāciju padome būtībā uzskatīja, ka pieteikumā par spēkā neesamības pasludināšanu nebija norādīti šie pakalpojumi. Attiecībā uz atlikušo daļu apelācija tika noraidīta.
- 9 Apelāciju padome uzskatīja, ka mērķa sabiedrība sastāvēja no Francijas biznesa profesionāļiem, kuriem piemita augstāks uzmanības līmenis nekā vidusmēra patērētājam. Būtībā Apelāciju padome uzskatīja, ka sabiedrības uztverē šie apzīmējumi bija identiski, jo to dominējošais elements “teletech” bija identisks. Papildus tam tā uzskatīja, ka pieteikumā par spēkā neesamības pasludināšanu norādītie pakalpojumi bija daļēji identiski un daļēji līdzīgi. Tādēļ tā uzskatīja, ka starp konfliktējošajām preču zīmēm pastāvēja sajaukšanas iespēja, kas pamato Kopienas preču zīmes pasludināšanu par daļēji spēkā neesošu.

Process un lietas dalībnieku prasījumi

- 10 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi: atcelt Apstrīdēto lēmumu, pamatojoties, prioritāri, uz “Kopienas preču zīmju un atšķirtspējīgu valsts preču zīmju un apzīmējumu līdzāspastāvēšanas un salīdzināšanas principu” pārkāpumu un prasītājas aizstāvības tiesību pārkāpumu un, pakārtoti, uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.
- 11 Papildus tam tiesas sēdē prasītāja lūdza Pirmās instances tiesu piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

12 ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

13 Lai pamatotu savu prasību, prasītāja izvirza, prioritāri, divus pamatus: pirmo — par “Kopienas preču zīmju un atšķirtspējīgu valsts preču zīmju un apzīmējumu līdzāspastāvēšanas un salīdzināšanas principu” pārkāpumu un otro — par aizstāvības tiesību pārkāpumu. Pakārtoti prasītāja apgalvo, ka Apelāciju padome ir pārkāpusi Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

Par pamatiem, kas tika izvirzīti kā prioritāri

Par pamatu par “Kopienas preču zīmju un atšķirtspējīgu valsts preču zīmju un apzīmējumu līdzāspastāvēšanas un salīdzināšanas principu” pārkāpumu

— Lietas dalībnieku argumenti

14 Prasītāja norāda, ka tai kopš 1992. gada Eiropas Savienībā un attiecīgi Francijā pieder preču zīme, kas ir plaši pazīstama pārskatītās un grozītās 1883. gada 20. marta

Parīzes Konvencijas rūpnieciskā īpašuma aizsardzībai 6.a panta nozīmē. Šī plaši pazīstamā preču zīme sastāvēja no vārdiska apzīmējuma "TELETECH GLOBAL VENTURES" (turpmāk tekstā — "plaši pazīstama preču zīme").

- 15 Atbilstoši prasītājas domām šī plaši pazīstamā preču zīme ir jāatzīst par prioritāru attiecībā pret agrāko preču zīmi saskaņā ar Francijas tiesību aktiem, Parīzes Konvencijas 6.a pantu un 1994. gada 15. aprīļa Līguma par intelektuālā īpašuma tiesību aspektiem saistībā ar tirdzniecību (OV 1994, L 336, 214. lpp.) (turpmāk tekstā — "TRIPS līgums") 16. pantu.

- 16 Atbilstoši prasītājas domām Kopienas preču zīmju un valsts preču zīmju līdzaspastāvēšanas princips Kopienas preču zīmes spēkā neesamības pasludināšanas procesa ietvaros pieprasa ņemt vērā tiesības, kas ir agrākas nekā attiecīgā agrākā Francijas valsts preču zīme. Tiesas sēdē, atbildot uz Pirmās instances tiesas jautājumu, prasītāja precizēja, ka šīs divas preču zīmes ir miermīlīgi līdzaspastāvējušas Francijas tirgū un ka tai nav bijis nekāda iemesla apstrīdēt agrāko Francijas valsts preču zīmi Francijas tiesās.

- 17 Prasītāja uzskata, ka Regula Nr. 40/94 ir jāinterpretē atbilstīgi Kopienas preču zīmju un valsts preču zīmju līdzaspastāvēšanas principam. Šāda interpretācija nozīmētu Regulas Nr. 40/94 106. panta piemērošanu pēc analogijas. Tā rezultātā preču zīmes, kas ir plaši pazīstama dalībvalstī un ir identiska apstrīdētajai Kopienas preču zīmei, pastāvēšanu var izvirzīt šo divu preču zīmju īpašnieks, lai aizstāvētos pieteikuma par Kopienas preču zīmes spēkā neesamības pasludināšanas ietvaros, ja agrākā preču zīme, ar kuru pieteikums par spēkā neesamības pasludināšanu ir pamatots, ir reģistrēta tajā pašā dalībvalstī un agrākās preču zīmes prioritātes datums iekrīt laikposmā no plaši pazīstamās preču zīmes prioritātes datuma līdz apstrīdētās Kopienas preču zīmes datumam.

- 18 Atbilstoši prasītājas domām Apstridētā lēmuma 21. punktā Apelāciju padome tieši ir akceptējusi prasītājas tēzi, ka preču zīmes plašu pazīstamību var izvirzīt argumenta ietvaros, kas vērsts uz to, lai demonstrētu juridiski efektīvas līdzaspastāvēšanas formu. Pretēji šim apgalvojumam Apelāciju padome nav izvērtējusi plaši pazīstamās preču zīmes reputācijas pastāvēšanu, ko izvirzīja prasītāja.
- 19 ITSB noraida prasītājas argumentus. Papildus tam ITSB norāda, ka prasītāja administratīvā procesa ietvaros Anulēšanas nodaļā un Apelāciju padomē nav apgalvojusi un demonstrējusi atšķirtspējīga apzīmējuma pastāvēšanu, kas bija plaši pazīstams Francijā kopš 1992. gada.
- 20 Šajā aspektā prasītāja atbild, ka gan savos apsvērumos Anulēšanas nodaļai, gan savā rakstā Apelāciju padomei tā ir norādījusi, ka tā bija tāda atšķirtspējīga apzīmējuma īpašnice, kas bija plaši pazīstams Eiropas Savienībā kopš 1992. gada. Tā kā atbilstošā teritorija bija Francija, prasītāja varēja pēc definīcijas norādīt tikai uz šī plaši pazīstamā apzīmējuma aizsardzību Francijas tirgū.
- 21 Persona, kas iestājusies lietā, uzsver, ka Francijas valsts preču zīmei "TELETECH INTERNATIONAL" ir agrāks prioritātes datums nekā attiecīgajai Kopienas preču zīmei. Plaši pazīstamas preču zīmes pastāvēšanai, ko apgalvoja prasītāja, tādējādi nebija nozīmes. Papildus tam persona, kas iestājās lietā, apstrīd prasītājas agrāko tiesību pastāvēšanu.

— Pirmās instances tiesas vērtējums

- 22 Pirmais prioritārais pamats attiecas uz argumentu, par kuru Apelāciju padome lēma Apstrīdētā lēmuma 21. punktā. Šis punkts ir formulēts šādi:

“[It] is [of no] assistance to the [Community trade mark] proprietor to attempt to rely on a claimed reputation for its mark [TELETECH GLOBAL VENTURES], whether in countries outside or even inside the Member States of the European Community. As the proprietor of a Community trade mark registration, it is obliged to give way in cancellation proceedings to an earlier mark which is held to come within any one of the categories described in Article 52 [of Regulation n° 40/94] unless reputation is claimed as part of an argument intended to demonstrate a legally effective form of co-existence. This is not the case here.” [“Ir veltīgi [Kopienas preču zīmes] īpašniekam mēģināt pamatoties uz apgalvotu tā preču zīmes [“TELETECH GLOBAL VENTURES”] reputāciju gan valstīs, kas atrodas ārpus Eiropas Kopienas, vai pat Eiropas Kopienas dalībvalstīs. Kā Kopienas preču zīmes īpašniekam tam spēkā neesamības pasludināšanas procesā ir jāpiekāpjas agrākajai preču zīmei, kura atbilst [Regulas Nr. 40/94] 52. panta piemērošanas kritērijiem, ja vien šī reputācija tiek apgalvota kā daļa no argumenta, lai demonstrētu juridiski efektīvu līdzāspastāvēšanas formu. Šis nav tāds gadījums.”]

- 23 Sākotnēji ir jāatzīmē, ka Apelāciju padomes Apstrīdētā lēmuma 21. punktā lietotais formulējums šķietami ietver vairākus dažādus aspektus. Šis punkts var nozīmēt, pirmkārt, ka Apelāciju padome uzskatīja, ka agrākās Francijas valsts preču zīmes un plaši pazīstamās preču zīmes līdzāspastāvēšana varētu būt ietekmējusi sajaukšanas iespējas novērtēšanu, bet prasītāja nebija pamatojusies uz šādu nozīmi. Otrkārt, šo punktu var interpretēt tādējādi, ka tas nozīmē, ka Apelāciju padome uzskatīja, ka prasītāja nebija iesniegusi faktus, lai demonstrētu šādu līdzāspastāvēšanu. Treškārt,

ir iespējams secināt, ka Apelāciju padome uzskatīja, ka pati par sevi plaši pazīstamās preču zīmes pastāvēšana nebija nozīmīga attiecībā uz spēkā neesamības pasludināšanas procesu, kurā tā bija iesaistīta. Apstrīdētā lēmuma 21. punkta formulējums ir ļoti kodolīgs, salīdzinot ar šādi noteikto nozīmi.

24. Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 73. panta pirmo teikumu ITSB lēmumos norāda to pamatojumu. Šim pienākumam ir tāda pati nozīme kā tam, ko nosaka EKL 253. pants (Pirmās instances tiesas 2004. gada 28. aprīļa spriedums apvienotajās lietās T-124/02 un T-156/02 *Sunrider/ITSB — Vitakraft-Werke Wührmann un Friesland Brands* ("VITATASTE" un "METABALANCE 44"), Krājums, II-1149. lpp., 72. punkts). Tas skar jautājumu par sabiedrisko kārtību, ko Pirmās instances tiesa var izskatīt pēc savas iniciatīvas.
25. Atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai pienākuma pamatot individuālus lēmumus mērķis ir, pirmkārt, ļaut uzzināt ieinteresētajai pusei pieņemtā lēmuma pamatojumu, lai tā varētu aizsargāt savas tiesības, un, otrkārt, ļaut Kopienu tiesnesim realizēt lēmuma likumības kontroli (iepriekš minētais spriedums "VITATASTE" un "METABALANCE", 73. punkts un minētā judikatūra). Pamatojumam skaidri un viennozīmīgi ir jāatklāj akta izdevēja argumentācija.
26. Piemērojot šos kritērijus, Pirmās instances tiesa uzskata, ka Apstrīdētā lēmuma pamatojums ir pietiekams, lai saprastu Apelāciju padomes argumentāciju. Kaut arī precīzu Apstrīdētā lēmuma 21. punkta apjomu nav viegli noteikt, tik un tā no šī lēmuma skaidri izriet, ka Apelāciju padome uzskatīja, ka šajā lietā argumenti, kas tika balstīti uz apgalvoto plaši pazīstamo preču zīmi, neietekmēja sajaukšanas iespējas novērtēšanas rezultātu. Šis argumentācijas būtība ir pietiekami skaidra prasītājam, lai tā varētu to apstrīdēt. Tādējādi nav jāatceļ Apstrīdētais lēmums sakarā ar pienākuma sniegt pamatojumu pārkāpumu.

- 27 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 52. panta 1. punkta a) apakšpunktu Kopienas preču zīmi pasludina par spēkā neesošu, iesniedzot Birojam attiecīgu iesniegumu, ja pastāv šīs regulas 8. panta 2. punktā minētā agrākā preču zīme un ir izpildīti 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta nosacījumi.
- 28 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta i) un ii) daļu, uz kuru Regulas Nr. 40/94 52. panta 1. punkta a) apakšpunkts tieši atsaucas, "agrāka preču zīme" ir it īpaši Kopienas preču zīme, kā arī dalībvalstī vai Beneluksa Preču zīmju birojā reģistrēta preču zīme, ja šāda preču zīme ir ar pieteikuma iesniegšanas datumu, kas ir agrāks par apstrīdētās Kopienas preču zīmes pieteikuma iesniegšanas datumu. Turklāt Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta b) apakšpunktā noteikts, ka preču zīmju pieteikumi, ar nosacījumu, ka tie ir reģistrēti, arī tiek uzskatīti par "agrākām preču zīmēm".
- 29 Kaut arī ITSB spēkā neesamības pasludināšanas procesa ietvaros ir jāpārlicinās par agrākajām tiesībām, uz kurām pieteikums par spēkā neesamības pasludināšanu ir balstīts, neviens no šīs regulas noteikumiem nenoteic, ka ITSB pašam ir jāveic iepriekšēja spēkā neesamības pamatu izvērtēšana vai tādu defektu izvērtēšana, kas var atcelt šīs tiesības (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedumu lietā T-6/01 *Matratzen Concord/ITSB — Hukla Germany* ("MATRATZEN"), *Recueil*, II-4335. lpp., 55. punkts). Turklāt Regula Nr. 40/94 nenoteic, ka preču zīmes ar agrāku prioritātes datumu nekā preču zīmei, uz kuru ir balstīts pieteikums par spēkā neesamības pasludināšanu un kura ir identiska apstrīdētajai Kopienas preču zīmei, pastāvēšana tajā pašā teritorijā varētu apstiprināt šo Kopienas preču zīmi, pat ja šai Kopienas preču zīmei pastāv relatīvs atteikuma pamatojums.
- 30 Tādēļ, pieņemot, ka ir noteikts, ka kopš 1992. gada prasītāja ir bijusi īpašniece preču zīmei, kas ir plaši pazīstama Francijā un sastāv no vārdiska apzīmējuma "TELETECH GLOBAL VENTURES", tam nav nekādu juridisku seku, ņemot vērā Regulas Nr. 40/94 formulējumu.

- 31 Prasītāja iebilst pret šādu burtisku Regulas Nr. 40/94 8. un 52. panta interpretāciju, uzskatot, ka tas noved pie “absurda rezultāta”, it īpaši ciktāl plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieks nebūs spējīgs precīzi konvertēt savu Kopienas preču zīmi un valsts preču zīmi tajā valstī, kurā sakarā ar viņa plaši pazīstamo preču zīmi viņam ir tiesības izmantot šo apzīmējumu.
- 32 Pirmās instances tiesa konstatēja, ka, pirmkārt, tiesības uz apgalvoto plaši pazīstamo preču zīmi tiks aizsargātas valsts līmenī neatkarīgi no spēkā neesamības pasludināšanas procesa beigās pieņemtā lēmuma attiecībā uz apstrīdēto Kopienas preču zīmi. Tādēļ, kaut arī prasītāja nevarēja konvertēt Kopienas preču zīmi uz Francijas valsts preču zīmi, jo pastāvēja agrāka Francijas valsts preču zīme “TELETECH INTERNATIONAL”, prasītāja jebkurā gadījumā varēja izmantot preču zīmi, kas tai piederēja Francijā un kas bija agrāka nekā šī agrākā Francijas valsts preču zīme “TELETECH INTERNATIONAL”.
- 33 Otrkārt, ir jāatzīmē, ka gadījumos, kad apstrīdētās Kopienas preču zīmes īpašniekam ir agrākas tiesības, kas varētu atcelt agrāku preču zīmi, uz kuru ir balstīts pieteikums par spēkā neesamības pasludināšanu, šim īpašniekam ir jāvērsas pie kompetentās iestādes vai valsts tiesas, kā tas varētu būt šajā gadījumā, lai nodrošinātu, ka preču zīme, ja nepieciešams, tiek pasludināta par spēkā neesošu.
- 34 Tātad arguments par to, ka Regulas Nr. 40/94 formulējums var novest pie “absurdiem rezultātiem”, ir jānoraida.
- 35 Turklāt prasītāja uzskata, ka Apstrīdētā lēmuma sniegtais risinājums ir pretrunā “Kopienas preču zīmju un valsts preču zīmju līdzāspastāvēšanas principam”, kas atbilstoši prasītājas domām pieprasa piemērot pēc analogijas Regulas Nr. 40/94 106. pantu par Kopienas preču zīmju izmantošanas aizliegšanu.

- 36 Šajā ziņā ir jāatzīmē, ka situācija, kuru regulē Regulas Nr. 40/94 106. pants, pielīdzināma situācijai, kas ir šīs prāvas pamatā. No šī noteikuma formulējuma skaidri izriet, ka tas attiecas tikai uz “prasībām par agrāku tiesību pārkāpumu” (pirmais punkts), kā arī “prasībām, kuru nolūks ir aizliegt Kopienas preču zīmes izmantošanu” (otrais punkts). Tas neattiecas uz administratīvu procesu vai procesu tiesā, lai izslēgtu apstrīdēto preču zīmi no reģistra. Tādējādi saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 106. panta 1. punktu persona, kas iestājusies lietā, var, ja nepieciešams, izmantot savu agrāko preču zīmi, lai Francijā uzsāktu procesu par pārkāpumu attiecībā uz apstrīdēto Kopienas preču zīmi. No otras puses, jautājums, vai prasītāja varēja aizstāvēties, izvirzot savu plaši pazīstamo preču zīmi, ir tikai Francijas tiesību aktu ziņā. Regulas Nr. 40/94 106. pantā nav šāda noteikuma, un attiecīgi to nevar piemērot pēc analogijas.
- 37 Ir jāpiemin, ka Regula Nr. 40/94 nedod ITSB kā Kopienas iestādei pilnvaras reģistrēt vai pasludināt par spēkā neesošām valsts preču zīmes. Šāda kompetence netiek atzīta attiecībā uz ITSB, ja vien tādu nepiešķir sekundārie tiesību akti un ar nosacījumu, ka šādu piešķiršanu pieļauj Līguma teksts. Piešķirt ITSB pilnvaras noraidīt pastāvošu valsts preču zīmi A kā agrāku preču zīmi Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta nozīmē, pamatojoties uz to, ka pastāv preču zīme B, kuras prioritātes datums ir agrāks nekā agrākai preču zīmei un kura ir aizsargāta tās pašas dalībvalsts teritorijā, nozīmētu apveltīt ITSB ar kompetenci pasludināt par spēkā neesošu, vismaz starp pusēm, agrāko preču zīmi A, neizskatot šo jautājumu kompetentās valsts iestādēs.
- 38 No tā izriet, ka arguments par Regulas Nr. 40/94 106. panta piemērošanu pēc analogijas ir jānoraida.
- 39 Tā rezultātā iespējamai preču zīmes, kas ir bijusi plaši pazīstama Francijā kopš 1992. gada un kas sastāv no vārdiska apzīmējuma “TELETECH GLOBAL VENTURES”, pastāvēšanai principā nav nozīmes attiecīgajā spēkā neesamības pasludināšanas procesā.

40 Prasītāja arī norāda, ka šis rezultāts ir pretrunā Parīzes Konvencijas 6.a pantam un TRIPS līguma 16. pantam.

41 Parīzes Konvencijas 6.a panta 1. punktā noteikts:

“Savienības dalībvalstis apņemas administratīvā kārtībā, ja to pieļauj attiecīgās valsts likumi, vai pēc ieinteresētās puses pieprasījuma noraidīt vai dzēst reģistrāciju un aizliegt lietošanu tādai preču zīmei, kas ir sajaukšanu izraisīt spējīgs tādas citas zīmes atveidojums, imitācija vai tulkojums, kuru tās valsts kompetenta institūcija, kurā preču zīme reģistrēta vai tiek lietota, atzinusi par šai valstī plaši pazīstamu kā zīmi, kas jau pieder personai, kurai ir tiesības uz šīs Konvencijas piešķirtajām priekšrocībām, un kas tiek lietota identiskām vai līdzīgām precēm. Šie noteikumi ir piemērojami arī gadījumos, kad zīmes būtiska daļa ir jebkuras tādas plaši pazīstamas zīmes atveidojums vai imitācija, kas spēj izraisīt sajaukšanu ar šādu zīmi.”

42 TRIPS līguma 16. pants ar nosaukumu “Piešķirtās tiesības” ir formulēts šādi:

“1. Reģistrētas preču zīmes īpašniekam ir ekskluzīvas tiesības neļaut visām trešajām pusēm, kuras nav saņēmušas īpašnieka piekrišanu, identisku vai līdzīgu preču zīmju vai pakalpojumu zīmju izmantošanu tādu preču vai pakalpojumu tirdzniecībā, kas ir identiski vai līdzīgi tām, attiecībā uz kurām ir reģistrēta konkrētā preču zīme, ja šāda lietošana varētu izraisīt iespējamu neskaidrību. Ja identiskām precēm vai pakalpojumiem tiek izmantotas identiskas zīmes, ir iespējama neskaidra situācija. Iepriekšminētās tiesības nekaitē nevienām pastāvošām pirmtiesībām, kā arī neietekmē Dalībvalstu iespējas piešķirt tiesības, pamatojoties uz zīmes lietošanu.

2. Parīzes Konvencijas (1967) 6.(a) pants ir spēkā (*mutatis mutandis*) attiecībā uz pakalpojumiem. Lai noteiktu, vai preču zīme ir vispārzināma, Dalībvalstis ņem vērā zināšanas par preču zīmi attiecīgajā sabiedrības daļā, ieskaitot zināšanas attiecīgajā Dalībvalstī, kas ir iegūtas preču zīmes reklāmas kampaņas rezultātā.

3. Parīzes Konvencijas (1967) 6.(a) pants ir spēkā (*mutatis mutandis*) attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem preču zīme ir reģistrēta, ar nosacījumu, ka šīs preču zīmes lietošana saistībā ar šīm precēm vai pakalpojumiem varētu norādīt uz saistību starp šīm precēm vai pakalpojumiem un reģistrētās preču zīmes īpašnieku un ar nosacījumu, ka šādas lietošanas rezultātā varētu ciest reģistrētās preču zīmes īpašnieka intereses.”

43 Kā ITSB pareizi atzīmēja, Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta c) apakšpunkts ir saderīgs ar Parīzes Konvencijas 6.a pantu tajā ziņā, ka tas ļauj plaši pazīstamas preču zīmes īpašniekam šī noteikuma nozīmē apstrīdēt vai saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 52. pantu pasludināt par spēkā neesošu vēlāku Kopienas preču zīmi, kuras izmantošana radītu sajaukšanas iespēju. No otras puses, Parīzes Konvencijas 6. a pants nepieprasa, lai agrākas plaši pazīstamas preču zīmes īpašumtiesības apstiprinātu šī paša īpašnieka reģistrētu preču zīmi spēkā neesamības pasludināšanas procesā attiecībā uz šo reģistrāciju. Lai izpildītu šīs konvencijas 6.a panta prasības, pietiek ar to, ka plaši pazīstamas preču zīmes īpašnieks var griezties pie kompetentajām valsts iestādēm, lai, pamatojoties uz savām tiesībām uz plaši pazīstamo preču zīmi, iesniegtu pieteikumu par vēlākās valsts preču zīmes pasludināšanu par spēkā neesošu.

44 TRIPS līguma 16. pants šajā gadījumā arī nav nozīmīgs. Gluži kā Parīzes Konvencijas 6.a pants, TRIPS līguma 16. panta 1. punkts piešķir agrākās preču zīmes īpašniekam ekskluzīvas tiesības neļaut izmantot vēlākus identiskus vai līdzīgus apzīmējums, bet nevis tiesības apstiprināt vienu no savām vēlākajām preču zīmēm, kas tiek apstrīdēta ar pieteikumu par spēkā neesamības pasludināšanu. TRIPS līguma 16. panta 2. un 3. punkts paplašina Parīzes Konvencijas 6.a panta piemērošanu, bet negroza tā normatīvo saturu, kā tas tika aprakstīts šī sprieduma iepriekšējā punktā.

- 45 No iepriekš minētā izriet, ka Apelāciju padome nav pieļāvusi juridisku kļūdu, kā nepamatotu noraidot prasītājas argumentu, kas balstīts uz preču zīmes, par kuru tika apgalvots, ka tā bijusi plaši pazīstama Francijā kopš 1992. gada, prioritāti.
- 46 Papildus tam no lietas materiāliem ir redzams, ka prasītāja nebija pierādījusi plaši pazīstamas preču zīmes pastāvēšanu, par kuru tā apgalvo, ka ir tās īpašniece.
- 47 Spēkā neesamības pasludināšanas procesā prasītāja, pirmkārt, apgalvoja, ka tai pieder preču zīme, kas ir pazīstama ASV. Šis apgalvojums tika atkārtots prasītājas 2000. gada 16. februāra rakstā un procesā Apelāciju padomē.
- 48 Tomēr argumentam, kas balstīts uz preču zīmes pastāvēšanu, kura ir pazīstama ASV, šajā strīdā nav nozīmes, ņemot vērā, ka preču zīme, kas ir plaši pazīstama Amerikas tirgū Parīzes Konvencijas 6.a panta nozīmē, jebkurā gadījumā nevar atcelt Francijas valsts preču zīmi, pat ne vēlāku preču zīmi.
- 49 Attiecībā uz Eiropas Kopienu prasītāja 2001. gada 22. jūnija apelācijā par Anulēšanas nodaļas lēmumu tikai apgalvoja:

"TeleTech Holdings, Inc. has used the trademark TELETECH GLOBAL VENTURES and parts thereof in the European Union since at least as early as 1992.

TeleTech Europe (TeleTech Holdings, Inc.'s European arm) has grown to 10 customer interaction centers including physical sites in the U.K., Spain and Germany employing 4 700 and serving more than 80 clients in 15 European nations. Its total EU revenues in 2000 amounted to US\$ 82 700 000.00, a full 10,7 % of its worldwide revenues of US\$ 885 000 000,00. As a result of its earnings and growth, and its listing on the NASDAQ stock exchange since 1996 TeleTech Holdings and its names and marks enjoy worldwide recognition."

[*"TeleTech Holdings, Inc. ir izmantojis preču zīmi "TELETECH GLOBAL VENTURES" un tās daļas Eiropas Savienībā vismaz kopš 1992. gada.*

TeleTech Europe (TeleTech Holdings, Inc. filiāle Eiropā) ir paplašinājies, aptverot desmit klientu apkalpošanas centrus, tostarp centrus Apvienotajā Karalistē, Spānijā, Vācijā, kas nodarbina 4700 darbiniekus un kas apkalpo vairāk nekā 80 klientus 15 Eiropas valstīs. Tās kopējie ienākumi Eiropas Savienībā 2000. gadā sasniedza USD 82 700 000,00 jeb 10,7 % no tās ienākumiem visā pasaulē, kas veido USD 885 000 000,00. Peļņas un izaugsmes rezultātā un sakarā ar ierakstīšanu NASDAQ indeksā 1996. gadā TeleTech Holdings un tā vārdi un preču zīmes ir pazīstami visā pasaulē."

- 50 Pirmās instances tiesa konstatē, ka šajā tekstā nav tiešas atsauces uz Francijas teritoriju. Turklāt, kaut arī no iepriekš citētā teksta ir redzams, ka prasītājam ir klienti 15 Eiropas valstīs, no tā nevar secināt, ka Francija obligāti būtu viena no šīm valstīm. Kaut arī prasītāja darbojas Eiropas Kopienas teritorijā, tas obligāti nenozīmē, ka preču zīme, kas tai pieder, ir plaši pazīstama visā šajā teritorijā, ieskaitot Franciju. Turklāt prasītājas plašā darbība, pat ja tā aptver visu Kopienas teritoriju, automātiski neietver, ka sabiedrība Kopienas tirgū vai it īpaši Francijas tirgū pazīst preču zīmi "TELETECH GLOBAL VENTURES".

- 51 Tādēļ, pat pieņemot, ka prasītājas apgalvojumi ir pareizi, no tiem neizriet, ka preču zīme, kas ir bijusi plaši pazīstama Francijā kopš 1992. gada, patiešām pastāv. Attiecīgi prasītāja nav iesniegusi faktus, kas ļautu secināt, ka preču zīme "TELETECH GLOBAL VENTURES", kas ir plaši pazīstama Francijā, patiešām pastāv.
- 52 Jautājums par to, vai prasītāja varēja iesniegt visus faktus un pierādījumus, lai pierādītu, ka pastāv plaši pazīstamā preču zīme, kas izvirzīta, atbildot uz pieteikumu par spēkā neesamības pasludināšanu, neietilpst šajā pamatā, bet gan pamatā par aizstāvības tiesību pārkāpumu.
- 53 No iepriekš minētā izriet, ka pirmais pamats nav dibināts.

Par pamatu par aizstāvības tiesību pārkāpumu

— Lietas dalībnieku argumenti

- 54 Prasītāja uzskata — ja Apelāciju padome nebija pārliecināta, ka plaši pazīstamā preču zīme "TELETECH GLOBAL VENTURES" pastāvēja Francijas tirgū, tai vajadzēja uzaicināt prasītāju iesniegt pierādījumus vai turpināt attīstīt argumentus. Apelāciju padome pārkāpa prasītājas aizstāvības tiesības, kā arī funkcionālās turpinātības principu starp Apelāciju padomēm un ITSB instancēm, kuras lemj pirmajā instancē, kas ir noteikts it īpaši Pirmās instances tiesas 2003. gada 23. septembra spriedumā *Henkel/ITSB — LHS (UK) ("KLEENCARE")* (T-308/01, *Recueil*, II-3253. lpp.).

55 ITSB uzsver, ka prasītājam bija iespēja iesniegt visus pierādījumus, ko tā uzskatīja par vajadzīgiem un atbilstošiem, lai pamatotu dažādus pamatus, ko tā izvirzīja savos apsvērumos, atbildot uz pieteikumu par spēkā neesamības pasludināšanu.

— Pirmās instances tiesas vērtējums

56 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 73. panta otro teikumu ITSB lēmumi var balstīties tikai uz tādiem iemesliem vai pierādījumiem, par ko attiecīgajām pusēm ir bijusi iespēja iesniegt savus apsvērumus.

57 Šos iemeslus vai pierādījumus var iesniegt ne tikai ITSB, bet arī puse, kas piedalās procesā.

58 Šajā lietā Apelāciju padome Apstrīdētā lēmuma 21. punktā uzskatīja, ka apgalvotajai preču zīmes “TELETECH GLOBAL VENTURES” plašai pazīstamībai Francijā nebija nozīmes.

59 Prasītājam patiešām bija iespēja paust savu nostāju šajā jautājumā.

60 Pirmkārt, tieši prasītāja izvirzīja argumentu par apgalvoto plaši pazīstamās preču zīmes “TELETECH GLOBAL VENTURES” pastāvēšanu. Tādējādi prasītājam bija iespēja šajā stadijā atklāt jebkuru fakta vai tiesību aspektu, ko tā šajā ziņā uzskatītu par noderīgu.

- 61 Otrkārt, pēc personas, kas iestājusies lietā, domām, prasītāja nebija iesniegusi pierādījumus tam, ka preču zīme “TELETECH GLOBAL VENTURES” bija pazīstama Francijā. Ar 2000. gada 14. jūnija vēstuli ITSB uzaicināja prasītāju paust savu nostāju par personas, kas iestājusies lietā, apsvērumiem, ko arī prasītāja rakstiski izdara 2000. gada 14. augustā, bet neiesniedzot papildu pierādījumus.
- 62 Turklāt, ciktāl pamats ir jāinterpretē kā tāds, kas apsūdz ITSB par to, ka tas pēc savas iniciatīvas nav izvērtējis argumentu, kurš bija balstīts uz iepriekš plaši pazīstamu preču zīmi, vai arī nav uzaicinājis prasītāju iesniegt papildu pierādījumus šajā aspektā, ir lietderīgi piebilst sekojošo.
- 63 Pirmkārt, kā izriet no šī sprieduma 45. punkta, jautājumam par to, vai plaši pazīstamā preču zīme “TELETECH GLOBAL VENTURES” pastāvēja vai nepastāvēja pirms agrākās preču zīmes “TELETECH INTERNATIONAL”, šī strīda atrisināšanā nav nozīmes. No tā izriet, ka ITSB nebija pienākuma to izvērtēt.
- 64 Otrkārt, saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punktu *in fine* procesā, kas attiecas uz relatīvu atteikuma pamatojumu, Birojs aprobežojas ar pušu izvirzīto pamatu un prasību pārbaudi.
- 65 Kaut arī šī noteikuma formulējumu, iespējams, varētu interpretēt kā tādu, kas attiecas tikai uz iebildumu procesu, Regulas Nr. 40/94 52. pantā noteiktais relatīvais spēkā neesamības pamats tieši atsaucas uz šīs pašas regulas 8. pantu, kurā definēts reģistrācijas relatīva atteikuma pamatojums. Gluži tāpat kā reģistrācijas relatīvos atteikuma pamatojumus iebildumu procesā, relatīvos spēkā neesamības pamatus ITSB izvērtē tikai pēc attiecīgās agrākās preču zīmes īpašnieka lūguma. Tā rezultātā spēkā neesamības pasludināšanas procesu saistībā ar relatīvu spēkā neesamības

pamatu principā regulē tie paši principi, kas iebildumu procesu. Lietas dalībniekiem it īpaši ir jānodrošina, lai tiktu iesniegti vajadzīgie fakti un pierādījumi. Tādēļ Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkts *in fine* attiecas arī uz spēkā neesamības pasludināšanas procesu saistībā ar relatīvo spēkā neesamības pamatu atbilstoši šīs regulas 52. pantam.

- 66 No Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta *in fine* izriet, ka ITSB nav pienākums pēc savas iniciatīvas ņemt vērā faktus, ko puses nav iesniegušas. No šī sprieduma 46.–51. punkta izriet, ka prasītāja nav ne pierādījusi, ne arī apgalvojusi tādas preču zīmes pastāvēšanu Francijā, kas ir bijusi plaši pazīstama kopš 1992. gada.
- 67 No tā izriet, ka ITSB nebija pienākuma pēc savas iniciatīvas izvērtēt, vai prasītāja bija tādas Francijā plaši pazīstamās preču zīmes īpašniece, kas bija agrāka par Francijas valsts preču zīmi “TELETECH INTERNATIONAL”.
- 68 Arguments, kas tika izvirzīts replikā par funkcionālās turpinātības principu, šajā kontekstā nav nozīmīgs.
- 69 Atbilstoši iepriekš minētajam spriedumam lietā “KLEENCARE” no funkcionālās turpinātības principa starp Apelāciju padomēm un ITSB struktūrvienībām, kuras lemj pirmajā instancē, izriet, ka Apelāciju padomēm, ņemot vērā visus atbilstošos faktiskos un tiesiskos apstākļus, ir jāizvērtē, vai apelācijas izskatīšanas laikā var vai nevar likumīgi pieņemt jaunu lēmumu ar tādu pašu rezolutīvo daļu, kāda ir lēmumam, kas ir apelācijas priekšmets (iepriekš minētais spriedums lietā “KLEENCARE”, 29. punkts). Savukārt procesā par reģistrācijas relatīvā atteikuma pamatojumu vai spēkā neesamības pasludināšanu funkcionālā turpinātība neietver pienākumu vai pat iespēju Apelāciju padomei paplašināt savu relatīvā atteikuma

pamatojuma vērtējumu attiecībā uz faktiem, pierādījumiem vai pamatiem, ko neviens puse nav izvirzījusi ne Anulēšanas nodaļā, ne Apelāciju padomē. Kā izriet no šī sprieduma 46.–51. punkta, prasītāja nav izvirzījusi nekādus faktus vai pierādījumus, kas būtu pietiekami, lai ļautu Apelāciju padomei secināt, ka plaši pazīstamā preču zīme “TELETECH GLOBAL VENTURES” pastāv Francijā.

- 70 Tā rezultātā, tā kā otrais pamats arī nav pamatots, prasītājas prioritārie pamati ir jānoraida un ir jāizvērtē pakārtotais pamats.

Par pakārtoto pamatu par Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu

Lietas dalībnieku argumenti

- 71 Prasītāja tiesas sēdē atzina, ka konkrēto sabiedrības daļu veido Francijas uzņēmējdarbības sektora profesionāļi.
- 72 Prasītāja apgalvo, ka attiecīgo preču zīmju aptvertie pakalpojumi nav identiski, tāpēc ka preču sarakstu formulējums nav identisks. Tā tomēr atzina, ka tie ir “tuvi”.
- 73 Prasītājas vērtējumā attiecīgās preču zīmes ir pietiekami atšķirīgas, lai konkrētajai sabiedrības daļai nerastos sajaukšanas iespēja. Pirmkārt, kaut arī vārds “teletch” ir ietverts abos apzīmējumos, vārdi “global ventures” un “international” ir vizuāli un fonētiski pilnīgi atšķirīgi. Turklāt vārds “teletch” ir uzrakstīts ar tādiem pašiem

burtiem kā citi vārdi, ko nevar uzskatīt par sekundāru no vizuālā aspekta. Otrkārt, prasītāja uzskata, ka apzīmējumi ir konceptuāli atšķirīgi. Kaut gan franču vārds “international” nozīmē to pašu, ko angļu valodā, franču vārds “global” nenozīmē “international”, bet gan “pilnīgs [vai] totāls”. Prasītāja tomēr atzīst — var šķist, ka šiem vārdiem ir noteikta konceptuāla līdzība. Tomēr, pēc prasītājas domām, šī līdzība zūd sakarā ar faktu, ka Francijas sabiedrība nesaprot angļu vārdu “ventures”. Tā kā vārds “ventures” franču valodā ir neparasts vārds, tas ir jāuzskata par vārdiskā apzīmējuma “TELETECH GLOBAL VENTURES” dominējošo elementu.

- 74 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, noraida prasītājas argumentus un pēc būtības piekrīt Apelāciju padomes viedoklim.

Pirmās instances tiesas vērtējums

- 75 Relatīvs spēkā neesamības pamats, kas izriet no Regulas Nr. 40/94 52. panta 1. punkta a) apakšpunkta, lasot to kopā ar 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, atbilst reģistrācijas relatīvā atteikuma pamatojumam, kas ir noteikts šīs regulas 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā. Attiecīgi judikatūra, kas attiecas uz sajaukšanas iespēju šīs regulas 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē, ir nozīmīga arī šajā kontekstā (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 9. jūlija spriedumu lietā T-156/01 *Laboratorios RTB/ITSB — Giorgio Beverly Hills* (“GIORGIO AIRE”), *Recueil*, II-2789. lpp., 61.–64. punkts).
- 76 Atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai iespēja, ka sabiedrības daļa varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumus piedāvā viens uzņēmums vai, attiecīgā gadījumā, ekonomiski saistīti uzņēmumi, veido sajaukšanas iespēju.

- 77 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes sajaukšanas iespēja ir vērtējama visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver attiecīgos apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktoros, it īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un apzīmēto preču vai pakalpojumu līdzību (skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 9. jūlija spriedumu lietā T-162/01 *Laboratorios RTB/ITSB — Giorgio Beverly Hills* ("GIORGIO BEVERLY HILLS"), *Recueil*, II-2821. lpp., 29.–33. punkts, un tajā minēto judikatūru).

— Par mērķa sabiedrības daļu

- 78 Lietas dalībnieki piekrīt, ka attiecīgo preču zīmju aptverto pakalpojumu patērētāji ir lielu vai mazu Francijas uzņēmumu direktori vai vadītāji.
- 79 Pirmās instances tiesa tāpat kā ITSB uzskata, ka šo patērētāju angļu valodas zināšanas ir labākas par vidusmēru, ņemot vērā, ka šī valoda tiek plaši lietota uzņēmējdarbības vidē.

— Par pakalpojumu līdzību

- 80 Prasītāja nopietni neapstrīdēja faktu, ka attiecīgie pakalpojumi ir vismaz līdzīgi.

- 81 Attiecībā uz “atbildēšanas pa telefonu pakalpojumi[em]; telefona pakalpojumu sniegšan[u], lai atbalstītu citas uzņēmēj sabiedrības, kad tās pārdod savas preces vai pakalpojumus; atbalst[u] cit[ām] uzņēmēj sabiedrīb[ām], kad tās piedāvā pa telefonu savas preces vai pakalpojumus pārdošanā vai iznomāšanā; citu uzņēmēj sabiedrību klientu pieprasījumu, kas pienākuši par telefonu, saņemšan[u] un atbildēšanu uz tiem”, ko aptver Kopienas preču zīme, prasītāja neprecizēja, kādā ziņā šie pakalpojumi nebija identiski šādiem pakalpojumiem: “klientu apkalpošanas centru un/vai telefona zvana apstrādes centru menedžments (failu menedžments, kas attiecas uz klientiem, pakalpojumiem, pasūtījumiem, programmatūras atbalstu, tehnisko atbalstu, telefona zvanu apstrādes centra organizēšanu)”, ko aptver agrākā Francijas valsts preču zīme “TELETECH INTERNATIONAL”. Pats fakts, ka pakalpojumu sarakstu formulējums nav identisks, nav pietiekams, lai pierādītu, ka šie pakalpojumi nav identiski, ja vien uzreiz, bez turpmākiem paskaidrojumiem nav acīmredzams, ka tās nav tās pašas darbības.
- 82 Pirmās instances tiesa uzskata, ka sakarā ar iemesliem, kas izklāstīti Apstrīdētā lēmuma 30.–42. punktā, attiecīgo pakalpojumu sarakstu formulējums uzreiz neizslēdz, ka šīs darbības ir identiskas. Tādējādi, tā kā prasītāja nav izvirzījusi argumentus, lai pamatotu savu sūdzību, tā ir jānoraida.

— Par apzīmējumu līdzību

- 83 Kā tas izriet no pastāvīgās judikatūras, attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz šo apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirīgus un dominējošus elementus (skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 14. oktobra spriedumu lietā T-292/01 *Phillips-Van Heusen/ITSB — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel* (“BASS”), *Recueil*, II-4335. lpp., 47. punkts, un minētā judikatūra).

- 84 Pirmais vārds attiecīgajos apzīmējumos — “teletech” — no vizuālā aspekta ir identisks. Vārdi, kas seko (“global ventures” un “international”), ir atšķirīgi. Atklājas noteikta vārda “teletech” dominance, jo tas ir pirmais vārds relatīvi garu vārdu virknē, tādējādi patērētāja uzmanības līmenis ir augstāks, lasot apzīmējumu sākumu, nekā izlasot tos līdz beigām. No otras puses, abu apzīmējumu garums un it īpaši vārdi “global ventures” un “international” samazina vārda “teletech” ietekmi kopējā vizuālajā apzīmējumu iespaidā.
- 85 Šāda pati konstatācija *mutatis mutandis* attiecas uz divu preču zīmju radīto kopējo iespaidu.
- 86 Attiecībā uz konceptuālo līdzību Pirmās instances tiesa atgādina, ka parasti sabiedrība neuzskata aprakstošu elementu, kas veido daļu no kombinētas preču zīmes, par šīs preču zīmes kopējā iespaida atšķirtspējīgo un dominējošo elementu (Pirmās instances tiesas 2003. gada 3. jūlija spriedums lietā T-129/01 *Alejandro/ITSB — Anheuser-Busch* (“BUDMEN”), *Recueil*, II-2251. lpp., 53. punkts). Tomēr, pastāvot vairākiem elementiem, kas ir vairāk vai mazāk aprakstoši vai tādi, kas izraisa atmiņas par kombinētas preču zīmes aptvertajām precēm vai pakalpojumiem, nav neiespējami, ka viens no šiem elementiem, kaut arī izraisa atmiņas vai pat ir aprakstošs, tomēr tiek uztverts kā dominējošais elements, ja citi apzīmējuma elementi ir pat mazāk raksturīgi.
- 87 Šajā lietā Pirmās instances tiesa konstatē, ka, pirmkārt, elementi “tele” un “tech” netieši norāda uz priedēkli “tele”, ko it īpaši ietver vārdi “telecommunications” un “telephone”, kā arī franču vārds “technology”. Tādējādi vārds “teletech” zināmā mērā atsauc atmiņā pakalpojumu, ko aptver attiecīgās preču zīmes.
- 88 Tomēr tas nevājina faktu, ka vārds “teletech” ir izdomāts termins bez noteiktas nozīmes. Tādēļ nevar izslēgt, ka šis termins ir apzīmējumu dominējošais elements.

- 89 Attiecībā uz agrāko Francijas valsts preču zīmi tā sastāv no izdomāta termina (“teletech”) un vārda “international”. Vārds “international” ar identisku nozīmi tiek lietots gan angļu, gan franču valodā. Tādējādi attiecīgā sabiedrības daļa uztvers to kā aprakstošu elementu, kas norāda uz pakalpojumu sniegšanas un patērētāju, kuriem tie ir paredzēti, starptautisko raksturu. Tādēļ agrākās preču zīmes dominējošais elements ir vārds “teletech”.
- 90 Attiecībā uz Kopienas preču zīmi ir jāatzīmē, ka vārdam “global” franču valodā ir divas nozīmes. Pirmā nozīme ir “pilnīgs [vai] totāls”. Otrā nozīme ir anglicisms, kas nozīmē “pasaules mēroga”. Otrā nozīme ir acīmredzami konceptuāli tuvāka vārdam “international”. Neskatoties uz to, kā šo terminu uztver mērķa patērētājs, vārds “global” nebūs apzīmējuma “TELETECH GLOBAL VENTURES” dominējošais elements, jo tas jebkurā gadījumā ir aprakstošs elements.
- 91 Pēc prasītājas domām, termins “venture” veido apzīmējuma dominējošo elementu. Tomēr tas nav pārliciecināms arguments.
- 92 Pirmkārt, vārds “venture” ir tipisks ekonomikā lietojams termins, kas ir īpaši atvērta anglicismiem. Izteicieni “joint venture” vai “joint-venture” konkrētajai sabiedrības daļai parasti būs zināmi. Tādējādi, pat ja attiecīgo pakalpojumu patērētājs nezina precīzu angļu valodas vārda “ventures” nozīmi, viņš tam piešķirs nozīmi, kas aptuveni atbilst terminiem “projekts” vai “uzņēmums”.
- 93 Otrkārt, tā kā vārds “ventures” nepastāv franču valodā, mērķa sabiedrības daļa uztvers preču zīmi kā citvalodu, pat angļu valodas, vārdu sēriju. Tādu preču zīmju izmantošana, kas ir izveidotas no angļu vārdiem, ir īpaši izplatīta. Tā kā attiecīgajiem

franču uzņēmējiem vai vadītājiem ir vismaz tādas angļu valodas zināšanas, lai zinātu, ka šajā valodā īpašības vārds neseko aiz lietvārda, bet parasti ir pirms tā, šie uzņēmēji uztvers, ka vārds "global" attiecas uz terminu "ventures".

- 94 No tā izriet, ka vārdi "global ventures" tiks uztverti kā tādi, kas nozīmē kaut ko līdzīgu "pasaules mēroga projektiem, pasaules mēroga uzņēmumiem". Tas ir jautājums par pakalpojumu rakstura vai nolūka aprakstošo nozīmi, pat ja istā nozīme paliek neskaidra. Tādēļ patērētājs sadalīs Kopienas preču zīmi "telettech" un "global ventures" daļās.
- 95 Treškārt, tā kā vārds "ventures" ir novietots apzīmējuma beigās, šajā lietā ir maz ticams, ka patērētājs to uztvers kā elementu, kas raksturo preču zīmi.
- 96 No visa iepriekš minētā izriet, ka vārdu "telettech" mērķa patērētāji uztvers kā Kopienas preču zīmes un agrākās Francijas valsts preču zīmes dominējošo elementu. Tādējādi Apelāciju padome pareizi konstatēja, ka apzīmējumi ir līdzīgi.

— Par sajaukšanas iespēju

- 97 Tā kā attiecīgo preču zīmju aptvertie pakalpojumi ir daļēji identiski un daļēji līdzīgi un apstrīdētie apzīmējumi arī ir līdzīgi, Apelāciju padome bez juridiskas kļūdas ir secinājusi, ka starp attiecīgajām preču zīmēm pastāvēja sajaukšanas iespēja. Patērētājs, sastapies ar šīm preču zīmēm, galvenokārt atcerēsies vārdu "telettech", kas ir abās preču zīmēs un kas atrodas katras šīs preču zīmes sākumā. Tādēļ viņš tās varētu pilnībā sajaukt.

- 98 Šo secinājumu nevājina prasītājas apgalvotā agrākas plaši pazīstamas preču zīmes pastāvēšana, neskatoties uz to, vai šī agrākā pastāvēšana varētu vai nevarētu ietekmēt sajaukšanas iespēju.
- 99 Pirmkārt, prasītāja nebalstījās uz šādu argumentu savā pakārtotajā pamatā. Tā atsaucās uz konfliktējošo preču zīmju līdzāspastāvēšanu tikai pirmā pamata ietvaros.
- 100 Otrkārt, pat ja prasītājas pirmos pamatu saprastu kā tādu, kas attiecas arī uz sajaukšanas iespējas novērtēšanu, ir jāatzīmē, ka procesā ITSB prasītāja nepierādīja iepriekš pastāvošu preču zīmes "TELETECH GLOBAL VENTURES" reputāciju, kā tas ir izklāstīts šī sprieduma 46.–51. punktā un 56.–69. punktā, kaut gan prasītājai bija iespēja iesniegt visus faktus vai pierādījumus, ko tā šajā ziņā uzskatīja par noderīgiem.
- 101 Tā rezultātā prasītājas pakārtotais pamats arī ir jānoraida.
- 102 Tā kā prasītājas pamati nav pamatoti, prasība ir jānoraida.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 103 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam, lietas dalībniekam, kuram spriedums nav labvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājai spriedums nav labvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (otrā palāta)

nospiež:

- 1) **prasību noraidīt;**
- 2) **prasītāja atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Pirrung

Meij

Pelikánová

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā, 2005. gada 25. maijā.

Sekretārs

Priekšsēdētājs

H. Jung

J. Pirrung

Satura rādītājs

Prāvas priekšvēsture	II - 1773
Process un lietas dalībnieku prasījumi	II - 1776
Juridiskais pamatojums	II - 1777
Par pamatiem, kas tika izvirzīti kā prioritāri	II - 1777
Par pamatu par “Kopienas preču zīmju un atšķirtspējīgu valsts preču zīmju un apzīmējumu līdzāspastāvēšanas un salīdzināšanas principu” pārkāpumu	II - 1777
— Lietas dalībnieku argumenti	II - 1777
— Pirmās instances tiesas vērtējums	II - 1780
Par pamatu par aizstāvības tiesību pārkāpumu	II - 1789
— Lietas dalībnieku argumenti	II - 1789
— Pirmās instances tiesas vērtējums	II - 1790
Par pakārtoto pamatu par Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu	II - 1793
Lietas dalībnieku argumenti	II - 1793
Pirmās instances tiesas vērtējums	II - 1794
— Par mērķa sabiedrības daļu	II - 1795
— Par pakalpojumu līdzību	II - 1795
— Par apzīmējumu līdzību	II - 1796
— Par sajaukšanas iespēju	II - 1799
Par tiesāšanās izdevumiem	II - 1800