

FÖRSTAINSTANSRÄTTENS DOM (fjärde avdelningen)
den 25 maj 2005 *

I mål T-352/02,

Creative Technology Ltd, Singapore (Singapore), företrätt av M. Edenborough,
barrister, J. Flintoft, S. Jones och P. Rawlinson, solicitors,

sökande,

mot

Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån), företrädd av B. Holst Filtenborg och S. Laitinen,
båda i egenskap av ombud,

svarande,

* Rättegångsspråk: engelska.

i vilket den andra parten i förfarandet inför överklagandenämnden vid harmoniseringsbyrån var

José Vila Ortiz, Valencia (Spanien),

angående en talan om ogiltigförklaring av det beslut som meddelats av fjärde överklagandenämnden vid harmoniseringsbyrån den 4 september 2002 (ärende R 265/2001-4), som avsåg en invändning som framställdes i ett förfarande mellan Creative Technology Ltd och José Vila Ortiz,

meddelar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN
(fjärde avdelningen)

sammansatt av ordföranden H. Legal samt domarna P. Mengozzi och I. Wiszniewska-Białecka,

justitiesekreterare: H. Jung,

med beaktande av den ansökan som inkom till förstainstansrättens kansli den 25 november 2002,

med beaktande av den svarsinlaga som inkom till förstainstansrättens kansli den 8 april 2003,

och efter förhandlingen den 24 november 2004,

följande

Dom

Bakgrunden till tvisten

- 1 Sökanden ansökte den 4 november 1997 om att Byrån för harmonisering inom den inre marknaden (varumärken, mönster och modeller) (harmoniseringsbyrån) skulle registrera ett gemenskapsvarumärke, i enlighet med rådets förordning (EG) nr 40/94 av den 20 december 1993 om gemenskapsvarumärken (EGT L 11, 1994, s. 1; svensk specialutgåva, område 17, volym 2, s. 3) i dess ändrade lydelse.
- 2 Ordmärket PC WORKS var det varumärke som avsågs med registreringsansökan. De varor som avsågs med registreringsansökan ingår i klass 9 i Niceöverenskommelsen om internationell klassificering av varor och tjänster vid varumärkesregistrering av den 15 juni 1957, med ändringar och tillägg, och motsvarar följande beskrivning: "Apparater för inspelning, upptagning, sändning och återgivning av ljud och bilder, högtalare, förstärkare, skivspelare, bandspelare, cd-spelare, tuners, samt delar och komponenter till alla nämnda varor."
- 3 Ansökan offentliggjordes den 26 oktober 1998 i *Bulletinen för gemenskapsvarumärken* nr 81/98.

- 4 Den 22 januari 1999 framställde J. Vila Ortiz en invändning mot registrering av sökandens ansökan med stöd av artikel 42 i förordning nr 40/94. J. Vila Ortiz gjorde gällande att det förelåg en risk för förväxling i den mening som avses i artikel 8.1 b i samma förordning. Invändningen omfattade alla de varor som avsågs med sökandens varumärkesansökan och grundades på det nationella figurmärke som återges nedan:



- 5 Detta varumärke hade registrerats i Spanien den 10 oktober 1994 för "elektronisk ljudutrustning; högtalare, apparater för återgivning av ljud; radioapparater; TV- och videoapparater", som ingår i klass 9.
- 6 Invändningsenheten bedömde i beslut av den 26 januari 2001 att det förelåg en risk för förväxling mellan de omtvistade kännetecknen. Den avlog följaktligen sökandens ansökan för samtliga varor.
- 7 Sökanden överklagade invändningsenhetens beslut den 19 mars 2001 (ärende R 265/2001). I överklagandet ändrade sökanden sin beskrivning av de varor som avsågs i ansökan genom att lägga till följande precisering: "alla nämnda varor avseende datorer och datorutrustning".
- 8 Fjärde överklagandenämnden vid harmoniseringsbyrån fastställde invändningsenhetens beslut och avlog överklagandet genom beslut av den 4 september 2002 (nedan kallat det ifrågasatta beslutet). Överklagandenämnden ansåg att varumärkes-

ansökan och det äldre varumärket i huvudsak avsåg samma kategori av varor, det vill säga elektriska apparater för återgivning av ljud eller bilder, och att de omtvistade kännetecknen i visuellt hänseende samt i ljud- och begreppshänseende liknade varandra.

Parternas yrkanden

- 9 Vid förhandlingen återkallade sökanden sitt yrkande att harmoniseringsbyrån skall åläggas att bifalla dess varumärkesansökan.

- 10 Sökanden har yrkat att förstainstansrätten skall
 - ogiltigförklara det ifrågasatta beslutet och invändningsenhetens beslut, och

 - förplikta harmoniseringsbyrån att ersätta rättegångskostnaderna och de kostnader som har uppkommit vid överklagandenämnden och invändningsenheten.

- 11 Harmoniseringsbyrån har yrkat att förstainstansrätten skall
 - ogilla talan, och

 - förplikta sökanden att ersätta rättegångskostnaderna.

Rättslig bedömning

- 12 Till stöd för sin ansökan har sökanden åberopat en enda grund, enligt vilken förordning nr 40/94 har åsidosatts genom att överklagandenämnden felaktigt bedömde att det förelåg en risk för förväxling mellan de omtvistade kännetecknen.

Parternas argument

- 13 Sökanden har anfört att det, när två varumärken jämförs i syfte att bedöma huruvida det föreligger en risk för förväxling, skall tas hänsyn till det helhetsintryck som varje kännetecken ger. Vid en sådan bedömning är det däremot inte tillåtet att dela upp de omtvistade kännetecknen i syfte att jämföra varumärkets olika beståndsdelar. Detta gäller särskilt när, såsom i detta fall, det för det första inte finns något tecken på att ett sådant tillvägagångssätt tillämpas av de personer som utgör målgruppen, och för det andra de omtvistade kännetecknens beståndsdelar i sig har en svag särskiljningsförmåga. Särskiljningsförmågan följer nämligen, för vart och ett av varumärkena i fråga, i huvudsak av det helhetsintryck som samspelet mellan de olika delarna ger. Det är enligt sökanden dessutom olämpligt att ge ett varumärke ett omfattande skydd om skyddet grundas på en av varumärkets beståndsdelar som har en svag särskiljningsförmåga.
- 14 I detta fall är det äldre varumärket sammansatt av tre delar, nämligen bokstaven w, ordet work och ordet pro, medan det varumärke som avses med registreringsansökan endast är sammansatt av två delar, nämligen ordet pc och ordet works. Medan det äldre varumärkets särskiljningsförmåga följer av samspelet mellan

beståndsdelarna w och work, eftersom den tredje beståndsdelens har mindre betydelse för helhetsintrycket av det kännetecknet, grundas dessutom särskiljningsförmågan för det varumärke som avses med registreringsansökan på samspelet mellan orden pc och works.

- 15 Att bokstäverna i ordet work är gemensamma för de två omtvistade kännetecknen är således inte i sig tillräckligt för att visa att det föreligger en risk för förväxling mellan dessa kännetecken.
- 16 När det särskilt gäller jämförelsen mellan de omtvistade kännetecknen i visuellt hänseende, har sökanden påpekat att det äldre varumärket är ett figurmärke, medan det varumärke som avses med registreringsansökan är ett ordmärke. Sökanden har understrukit att det äldre varumärkets beståndsdelar är placerade vertikalt, varvid helhetsintrycket domineras av den del som utgörs av bokstaven w, medan de två beståndsdelarna av det varumärke som avses med registreringsansökan är placerade horisontellt.
- 17 I ljudhänseende anges det äldre varumärket muntligen antingen genom att dess tre beståndsdelar w, work och pro uttalas i följd eller genom att endast ordet work uttalas, om beståndsdelarna w och pro anses som rent grafiska. Det varumärke som avses med registreringsansökan kan däremot endast anges genom att orden pc works uttalas tillsammans. Oavsett hur det äldre varumärket skall uttalas skiljer sig, enligt sökanden, detta varumärke från det varumärke som avses med registreringsansökan, eftersom bokstaven w inte kan förväxlas med beståndsdelens pc och eftersom ordet work inte kan förväxlas med ordet pc works.
- 18 I begreppshänseende anser sökanden att, även om orden work och works saknar innebörd för en spansk genomsnittskonsument, i förhållande till vilken risken för förväxling skall bedömas, nämnda konsument inte kommer att associera orden med varandra, utan han kommer att betrakta dem som två olika ord. I synnerhet kommer

han inte att vara i stånd att uppfatta ordet works som pluralformen av ordet work. Sökanden har anfört att om däremot den slutsatsen skall dras att de personer som utgör målgruppen har tillräckliga kunskaper i det engelska språket för att kunna förstå innebörden av dessa ord, skall det medges att dessa personer också är i stånd att uppfatta skillnaden i betydelse mellan orden.

- 19 Sökanden har även understrukt att de varor som avses med varumärkesansökan till sin art är sådana att de är föremål för noggranna inköpsbeslut av de konsumenter som utgör målgruppen. Det är således först efter det att dessa konsumenter har försäkrat sig om att varorna verkligen motsvarar deras behov som de bestämmer sig för att köpa dem.
- 20 Harmoniseringsbyrån anser att överklagandenämnden inte har gjort sig skyldig till någon felaktig rättstillämpning och att den korrekt fastställde att det förelåg en risk för förväxling mellan de omtvistade kännetecknen.

Förstainstansrättens bedömning

- 21 Det föreskrivs i artikel 8.1 b i förordning nr 40/94 att om innehavaren av ett äldre varumärke invänder skall det varumärke som ansökan gäller inte kunna registreras "om det — på grund av att det är identiskt med eller liknar det äldre varumärket och de varor eller tjänster som omfattas av varumärkena är identiska eller är av liknande slag — föreligger en risk att allmänheten förväxlar dem inom det område där det äldre varumärket är skyddat, inbegripet risken för att varumärket associeras med det äldre varumärket".

- 22 Enligt fast rättspraxis föreligger det en risk för förväxling om det finns en risk att allmänheten kan tro att varorna eller tjänsterna i fråga kommer från samma företag, eller i förekommande fall från företag med ekonomiska band.
- 23 Enligt samma rättspraxis skall risken för förväxling hos allmänheten avgöras genom att det görs en helhetsbedömning mot bakgrund av hur de personer som utgör målgruppen uppfattar kännetecknen och varorna eller tjänsterna i fråga, och med hänsyn till samtliga relevanta faktorer i det enskilda fallet, särskilt samspelet mellan varumärkenas likhet och likheten mellan de varor eller tjänster som avses (se förstainstansrättens dom av den 9 juli 2003 i mål T-162/01, Laboratorios RTB mot harmoniseringsbyrån — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), REG 2003, s. II-2821, punkterna 31–33, och nämnda rättspraxis).
- 24 Med hänsyn till arten av de varor som är aktuella i förevarande fall, vars beskrivning återges ovan i punkterna 2, 5 och 7, utgörs målgruppen, i förhållande till vilken det skall bedömas huruvida det föreligger en risk för förväxling, av genomsnittskonsumenter. Det följer dessutom av artikel 8.1 b i förordning nr 40/94 att målgruppen utgörs av de personer som är bosatta inom den medlemsstat där det äldre varumärket är skyddat, det vill säga i detta fall Spanien.
- 25 Det är visserligen riktigt att de varor som sökanden tillhandahåller, som består av delar av audiovisuell utrustning vilka skall användas i anslutning till en dator, är avsedda för en allmänhet som har mer eller mindre goda kunskaper om datorer och är van vid att använda elektronisk materiel. Det är emellertid så, att utbudet och konsumtionen av sådana varor och deras spridning hos en bred allmänhet, som i huvudsak består av unga personer, för närvarande är av sådant slag att varorna inte kan anses vara förbehållna en sluten och specialiserad krets av konsumenter, även om varorna inte heller kan anses vara avsedda för masskonsumtion. Även om det är riktigt att vissa av varorna i fråga, med hänsyn till deras grad av komplexitet och till deras pris, kan vara föremål för ett mer noggrant inköpsbeslut, gäller detta inte heller för alla varorna i fråga, såsom harmoniseringsbyrån korrekt har understrukit i

sin svarsinlaga. Det skall således anses att målgruppen utgörs av normalt informerade och skäligen uppmärksamma och medvetna genomsnittskonsumenter.

- 26 Med tillämpning av artikel 8.1 b i förordning nr 40/94 och mot bakgrund av det ovanstående skall jämförelser följaktligen göras mellan dels varorna i fråga, dels de omtvistade kännetecknen.

Varorna i fråga

- 27 Enligt fast rättspraxis skall vid bedömningen av om varorna eller tjänsterna liknar varandra samtliga relevanta faktorer som avser förhållandet mellan varorna eller tjänsterna beaktas. Bland dessa faktorer märks särskilt deras art, de tilltänkta köparna, användningsområdet samt huruvida de konkurrerar med eller kompletterar varandra (förstainstansrättens dom av den 23 oktober 2002 i mål T-388/00, Institut für Lernsysteme mot harmoniseringsbyrån — Educational Services (ELS), REG 2002, s. II-4301, punkt 51).
- 28 I förevarande fall grundas invändningen på att det finns ett äldre registrerat varumärke för varor som ingår i klass 9, och den har framställts mot registrering av det varumärke som avses med registreringsansökan för varor som ingår i samma klass.
- 29 Det kan konstateras att sökanden inte har bestritt överklagandenämndens slutsats att varumärkena i fråga i huvudsak avser varor av samma art, det vill säga elektriska apparater för återgivning av ljud och bilder.

30 Även förstainstansrätten drar denna slutsats.

31 Denna bedömning ändras inte av den precisering som sökanden gjorde vid överklagandenämnden (se ovan punkt 7) i beskrivningen av de varor som avsågs i dess registreringsansökan, genom vilken beskrivningen begränsades till att endast avse apparater och delar av utrustning vilka är avsedda att användas i anslutning till datorer och datorutrustning. Att samma precisering inte förekommer i beskrivningen av den invändande partens varor är i sig inte tillräckligt för att vederlägga slutsatsen att varorna i fråga är av samma art och kan ha samma tilltänkta köpare. Såsom harmoniseringsbyrån med rätta har anfört i punkt 21 i sin svarsinlägga skall beskrivningen av de varor som avses med det äldre varumärket i detta hänseende anses vara tillräckligt omfattande för att även kunna omfatta de varor som avses med det varumärke som registreringsansökan avser.

Kännetecknen i fråga

32 I detta fall utgörs det äldre varumärket av ett blandat figur- och ordkännetecken som är sammansatt av tre delar som är placerade vertikalt. Kännetecknets första del består av en svart skiva inom vilken den vita versalen w finns inskriven. Den andra delen består av ordet work som återges med svarta versaler. Den tredje delen består av en svart rektangel inom vilken tre vita versaler, som ställts upp med mellanrum, återger ordet pro. Det varumärke som avses med registreringsansökan utgörs av ordmärket pc works.

33 När det först gäller den begreppsmässiga jämförelsen mellan de två varumärkena i fråga skall det inledningsvis erinras om att förstainstansrätten tidigare har klargjort att det inte finns något hinder för att kontrollera huruvida det föreligger en visuell likhet mellan ett ordmärke och ett figurmärke, eftersom varumärken av denna art

har en grafisk utformning som gör visuella intryck möjliga (förstainstansrättens dom av den 12 december 2002 i mål T-110/01, Vedral mot harmoniseringsbyrån — France Distribution (HUBERT), REG 2002, s. II-5275, punkt 51).

- 34 Det skall härefter erinras om att förstainstansrätten har slagit fast att ett sammansatt ord- och figurmärke endast kan anses likna ett annat varumärke som i sig är identiskt med eller liknar en av beståndsdelarna i det sammansatta varumärket om denna beståndsdel är dominerande i det helhetsintryck som det sammansatta varumärket ger. Detta är fallet när denna beståndsdel som sådan kan dominera den bild av varumärket som de personer som utgör målgruppen behåller i minnet, vilket medför att de andra beståndsdelarna av varumärket är försumbara i det helhetsintryck som detta varumärke ger (förstainstansrättens dom av den 23 oktober 2002 i mål T-6/01, Matratzen Concord mot harmoniseringsbyrån — Hukla Germany (MATRATZEN), REG 2002, s. II-4335, punkt 33).
- 35 Det kan i förevarande fall först konstateras att en av det äldre varumärkets beståndsdelar, det vill säga ordet work, är mycket likt en av de orddelar som det varumärke som avses med registreringsansökan består av.
- 36 Vad härefter beträffar den visuella jämförelsen mellan kännetecknen i fråga kan det noteras att överklagandenämnden ansåg att orden work och works i visuellt hänseende är de dominerande beståndsdelarna av det äldre varumärket respektive av det varumärke som avses med registreringsansökan.
- 37 När det, för det första, gäller det äldre varumärket skall det härvid understrykas att den del som består av ordet work intar en central position i förhållande till kännetecknets övriga grafiska delar och utgör kännetecknets proportionellt sett största del. Den grafiska del som består av en svart rektangel innehållande bokstäverna pro, som förekommer precis under ordet work, fungerar, genom sina

mått och sin färg, dessutom som en understrykning. Understrykningen verkar så att den dels ger intryck av att denna del endast har en sekundär funktion i förhållande till den del som består av ordet work, dels bidrar till att förstärka det visuella intrycket av detta ord. När det slutligen gäller den del som består av den svarta skivan med bokstaven w, skall dess visuella intryck anses vara väsentligt mindre än det som följer av den del genom vilken ordet work återges, i huvudsak på grund av dess mindre storlek. Av detta följer att överklagandenämnden inte har gjort sig skyldig till en oriktig bedömning genom att dra slutsatsen att en sådan beståndsdel dominerar det visuella helhetsintryck som det äldre varumärket ger.

- 38 När det, för det andra, gäller det varumärke som avses med registreringsansökan skall ordet works anses vara dominerande i förhållande till ordet pc, som, även om det utgör kännetecknets första del, ger ett mycket mindre visuellt intryck på grund av att det utrymme som det tar upp motsvarar drygt en tredjedel av utrymmet för ordet works. Överklagandenämnden hade följaktligen inte fel när den konstaterade att ordet works utgör den dominerande delen i det visuella helhetsintryck som det varumärke som avses med registreringsansökan ger.
- 39 Det skall mot bakgrund av föregående överväganden anses att det föreligger en stor visuell likhet mellan de omtvistade kännetecknen på grund av att deras dominerande delar till största delen består av samma grafiska kännetecken — det vill säga bokstäverna w, o, r och k, vilka förekommer i samma sekvens och återger ordet work — som endast skiljer sig åt genom att det till nämnda sekvens i det varumärke som avses med registreringsansökan har lagts ytterligare ett kännetecken, det vill säga bokstaven s.
- 40 I ljudhänseende bedömde överklagandenämnden, precis som harmoniseringsbyrån i sin svarsinlägga, att det knappast är troligt att de spanska konsumenterna anger den invändande partens varumärke genom att uttala alla orddelar, det vill säga w, work och pro. Dessa konsumenter gör nämligen inte en detaljanalys av varumärket, utan är snarare benägna att koncentrera sig på ordet work, varvid de uppfattar den del som består av bokstaven w som rent dekorativ och bortser från delen pro på grund av dess mindre storlek.

- 41 Det skall inledningsvis påpekas att överklagandenämndens slutsats är resultatet av en analys genom vilken både visuella och ljudmässiga bedömningskriterier har tillämpats. Det skall följaktligen prövas huruvida ett sådant tillvägagångssätt framstår som förenligt med en korrekt bedömning av graden av likhet mellan två omtvistade varumärken, i syfte att fastställa huruvida det eventuellt föreligger en risk för förväxling.
- 42 Det skall i detta hänseende noteras att ett sammansatt känneteckens framställning i ljudhänseende, i strikt mening, motsvarar framställningen i ljudhänseende av alla dess orddelar, oavsett delarnas grafiska särdrag. Det sistnämnda omfattas snarare av bedömningen av kännetecknet i visuellt hänseende.
- 43 Vid bedömningen av två omtvistade varumärkens likheter i visuellt, ljud- och begreppshänseende, en bedömning som syftar till att fastställa eller utesluta förekomsten av en risk för förväxling hos målgruppen, skall det emellertid tas hänsyn till det helhetsintryck som vart och ett av de två kännetecknen ger de personer som utgör målgruppen.
- 44 När det rör sig om ett sammansatt ord- och figurmärke är orddelarna samtidigt figurdelar som, beroende på deras grafiska särdrag, kan ge ett mer eller mindre markerat visuellt intryck. Om ett sådant kännetecken består av flera orddelar kan det följaktligen inte uteslutas att vissa av dem förmår dra till sig konsumentens uppmärksamhet i högre grad, exempelvis på grund av deras storlek, färg eller position, så att konsumenten, när han skall ange kännetecknet muntligen, föranleds att endast uttala dessa delar och att bortse från övriga delar. Det visuella intryck som framkallas genom de grafiska särdragen hos ett sammansatt känneteckens orddelar kan följaktligen påverka ett känneteckens framställning i ljudhänseende.
- 45 I detta fall, såsom har noterats ovan i punkt 37, dominerar ordet work det äldre varumärkets visuella helhetsintryck och utgör den orddel som i högre grad kan dra uppmärksamheten till sig och som man omedelbart kan uppfatta och lätt komma

ihåg. Kännetecknets övriga orddelar har i detta hänseende endast en mindre betydelse. För det första kommer det att vara svårt att minnas delen pro på grund av dess mindre storlek och den kommer inte omedelbart att uppfattas såsom ett ord, eftersom dess tre bokstäver står mycket långt från varandra. För det andra kommer kännetecknet w, bestående av en separat bokstav som för närvarande inte är särskilt vanligt förekommande i det spanska språket, snarare att uppfattas som en dekorativ del.

46 Av det föregående följer att överklagandenämnden inte har gjort sig skyldig till en oriktig bedömning genom att anse att det är troligt att de spanska konsumenter som utgör målgruppen muntligen anger den invändande partens varumärke genom att endast uttala ordet work. Det är kännetecknen work och pc works som skall jämföras i ljudhänseende. Det kan därför fastställas att det finns en viss likhet mellan de två kännetecknen, för vilka de flesta bokstäver som ingår i en och samma sekvens är desamma.

47 Överklagandenämnden bedömde att det fanns en likhet mellan de två omtvistade kännetecknen även i begreppshänseende, varvid den förklarade att de personer som utgör målgruppen känner till innebörden av de engelska orden work och works. Harmoniseringsbyrån angav i sin svarsinlägga att varumärkena i fråga leder till samma tanke, det vill säga den om "en fysisk ansträngning för att genomföra någonting".

48 I detta avseende skall det först erinras om att ordet pc i det varumärke som avses med registreringsansökan är beskrivande i förhållande till varorna i fråga. Det rör sig härvid både på engelska och på spanska om ett kännetecken för "persondator". I begreppshänseende utgörs följaktligen varumärkets särskiljande del av ordet works. Vad beträffar det äldre varumärket skall, av skäl som liknar dem som har anförts ovan i punkterna 43–45 och mot bakgrund av att det saknas icke ordmässiga figurdelar med egen associationsförmåga, ordet work anses utgöra den dominerande delen i begreppshänseende.

- 49 Det framstår vidare som sannolikt, såsom sökanden själv tycks medge, att de personer som utgör målgruppen, nämligen personer som är vana att använda datorer, har tillräckliga kunskaper i det engelska språket för att kunna förstå innebörden av ordet work och för att kunna känna igen dess pluralform i ordet works.
- 50 Överklagandenämnden kan under dessa omständigheter inte anses ha gjort sig skyldig till en oriktig bedömning genom att anse att de två varumärken som tvisten rör liknar varandra även i begreppshänseende.
- 51 Av det ovan anförda framgår att det varumärke som avses med registreringsansökan och det äldre varumärket i visuellt hänseende samt i ljud- och begreppshänseende liknar varandra.

Risken för förväxling

- 52 Enligt fast rättspraxis skall bedömningen av risken för förväxling, som skall göras med hänsyn till samtliga relevanta faktorer, vad gäller de aktuella varumärkenas likhet i visuellt hänseende samt i ljud- eller begreppshänseende, grundas på det helhetsintryck som varumärkena ger, i synnerhet med hänsyn till deras särskiljande och dominerande delar (domstolens dom av den 11 november 1997 i mål C-251/95, SABEL, REG 1997, s. I-6191, punkt 23, och domen i det ovannämnda målet ELS, punkt 62). Genomsnittskonsumenten av de aktuella varorna eller tjänsterna, vars uppfattning av varumärkena är av avgörande betydelse vid helhetsbedömningen av huruvida det föreligger en risk för förväxling, uppfattar normalt ett varumärke som en helhet och undersöker inte de olika detaljerna (domen i det ovannämnda målet SABEL, punkt 23).

- 53 Med hänsyn till likheterna mellan de omtvistade kännetecknen och med hänsyn till att de avser varor av samma art, konstaterar förstainstansrätten att överklagandenämnden i detta fall inte har gjort sig skyldig till en oriktig bedömning genom att anse att det föreligger en verklig risk att målgruppen kan missta sig beträffande varornas kommersiella ursprung.
- 54 Mot bakgrund av det ovan anförda skall sökandens yrkanden om ogiltigförklaring ogillas.

Rättegångskostnader

- 55 Enligt artikel 87.2 i förstainstansrättens rättegångsregler skall tappande part förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna, om detta har yrkats. Harmoniseringsbyrån har yrkat att sökanden skall förpliktas att ersätta rättegångskostnaderna. Eftersom sökanden har tappat målet, skall harmoniseringsbyråns yrkande bifallas.
- 56 Enligt artikel 136.2 i rättegångsreglerna skall nödvändiga kostnader som parterna haft för förfarandet vid överklagandenämnden betraktas som ersättningsgilla kostnader. Detta gäller inte de kostnader som har uppkommit för förfarandet vid invändningsenheten, och sökandens yrkande om ersättning för dessa kostnader skall, under alla omständigheter, ogillas av detta skäl. Eftersom yrkandena om ogiltigförklaring har ogillats, skall även sökandens yrkande om ersättning för de kostnader som har uppkommit för förfarandet vid överklagandenämnden ogillas.

På dessa grunder beslutar

FÖRSTAINSTANSRÄTTEN (fjärde avdelningen)

följande dom:

- 1) **Talan ogillas.**
- 2) **Sökanden skall ersätta rättegångskostnaderna.**

Legal

Mengozi

Wiszniewska-Białecka

Avkunnad vid offentligt sammanträde i Luxemburg den 25 maj 2005.

H. Jung

Justitiesekreterare

H. Legal

Ordförande

