

Byla T-385/03

Miles Handelsgesellschaft International mbH

prieš

**Vidaus rinkos derinimo tarnybą
(prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT)**

„Bendrijos prekių ženklas — Protesto procesas — Vaizdinio Bendrijos prekių ženklo, kuriame yra žodinis elementas „Biker Miles“, paraiška — Ankstesnis žodinis Bendrijos prekių ženklas MILES — Galimybė supainioti — Reglamento (EB) Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktas“

2005 m. liepos 7 d. Pirmosios instancijos teismo (ketvirtoji kolegija) sprendimas II - 2667

Sprendimo santrauka

Bendrijos prekių ženklas — Bendrijos prekių ženklo sąvoka ir įgijimas — Santykiniai atmetimo pagrindai — Ankstesnio tapataus arba panašaus prekių ženklo, įregistruoto tapačioms arba panašioms prekėms ar paslaugoms, savininko protestas — Galimybė supainioti su ankstesniu prekių ženklu — Vaizdinis prekių ženklas, kuriame yra žodinis elementas „Biker Miles“, ir žodinis prekių ženklas MILES

(Tarybos reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktas)

Yra galimybė, kad paprastas Europos Sąjungos vartotojas vaizdinį žymenį, kurį sudaro du paryškintu šriftu parašyti žodžiai „biker“ ir „miles“, taip pat vaizdiniai elementai, iš kurių vienas yra apskritime pavaizduotas kelias, kurį prašoma įregistruoti Nicos sutarties 25 klasės prekėms „ekipuotė ir apranga motociklininkams, t. y. auliniai batai, avalynė, pirštinės, šalikai, neperšlampama apranga, apranga blogu oru, megztiniai, šalmai, apsauginiai diržai, liemens apsaugos diržai, odiniai drabužiai, dirbtinės odos drabužiai“, supainios su žodiniu prekių ženklu MILES, kuris yra anksčiau įregistruotas kaip prekių ženklas tos pačios klasės prekėms „aprangai, įskaitant sportinę aprangą“, nes, pirma, nagrinėjamos prekės yra

tapачios dėl to, kad nurodytos prekės patenka į ankstesniu prekių ženklu žymimų prekių kategoriją, ir, antra, žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra panašūs dėl to, kad vaizdiniai elementai vizualiai nėra lygiaverčiai žodiniams elementams, o kalbant apie pastaruosius – ankstesniam prekių ženklui tapatus žodinis elementas „miles“ turi būti laikomas prašomo įregistruoti prekių ženklo dominuojančiu elementu, o žodinis elementas „biker“, nors ir suteikia tam tikrą niuansą, neturi didelės reikšmės konceptualių požiūriu.

(žr. 26, 37, 42, 45, 48, 53 punktus)