

PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS

(ceturtā palāta)

2005. gada 7. jūlijā *

Lieta T-385/03

Miles Handelsgesellschaft International mbH, Nordersteda [*Norderstedt*] (Vācija),
ko pārstāv F. Detmans [*F. Dettmann*] un A. Doičs [*A. Deutsch*], advokāti,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko
pārstāv T. Eihenbergs [*T. Eichenberg*] un G. Šneiders [*G. Schneider*], pārstāvji,

atbildētājs,

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

* Tiesvedības valoda — vācu.

Biker Miles Motorrad Handels- und Vertriebsgesellschaft mbH, Berlīne (Vācija),
ko pārstāv G. Malčarceks [*G. Malchartzeck*], advokāts,

par prasību, kas celta par ITSB Apelāciju otrās padomes 2003. gada 9. septembra lēmumu (lieta R 174/2002-2) attiecībā uz iebildumu procesu starp *Biker Miles Motorrad Handels- und Vertriebsgesellschaft mbH* un *Miles Handelsgesellschaft International mbH*.

EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA
(ceturtā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs I. Legāls [*H. Legal*], tiesneši P. Linda [*P. Lindh*] un
V. Vadapals [*V. Vadapalas*],

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

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts
2003. gada 18. novembrī,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada
26. martā,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas
kancelejā iesniegts 2004. gada 18. februārī,

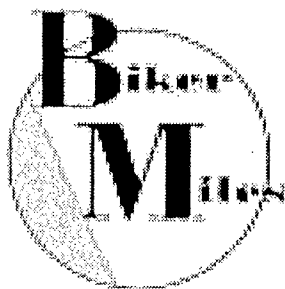
pēc tiesas sēdes 2005. gada 19. janvārī

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

- 1 1999. gada 7. jūlijā persona, kas iestājusies lietā, Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz grozīto Padomes 1993. gada 20. decembra Regulu Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.).
- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir grafisks apzīmējums, kas attēlots šādi:



- 3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 9., 12. un 25. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Noligumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju

reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz 25. klasi atbilst šādam aprakstam: “motociklistu piederumi un apģērbi, proti, zābaki, kurpes, cimdi, šalles, ūdensnecaurlaidīgs apģērbs, apģērbs sliktam laikam, svīteri, ķiveres, jostas nieru aizsardzībai, apģērbi no ādas, apģērbi no ādas imitācijas”.

- 4 2000. gada 15. maijā preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [“Kopienas Preču Zīmju Biļetenā”] Nr. 38/2000.
- 5 2000. gada 15. augustā prasītāja, atsaucoties uz sajaukšanas iespēju Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, iesniedza iebildumu pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju. Šis iebildums balstīts uz to, ka pastāv Kopienas vārdiska preču zīme “MILES”, kas 1998. gada 28. jūlijā reģistrēta attiecībā uz “apģērbiem, tostarp sporta apģērbiem”, kas ietilpst 25. klasē.
- 6 Ar 2002. gada 7. februāra lēmumu ITSB Iebildumu nodaļa prasītājas iebildumu apmierināja, pamatojot, ka pastāv šo preču zīmju sajaukšanas iespēja.
- 7 2002. gada 18. februārī persona, kas iestājusies lietā, par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelāciju saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 57.–62. pantu.
- 8 Ar 2003. gada 9. septembra lēmumu (lieta R 174/2002-2), kas prasītājam paziņots 2003. gada 18. septembrī (turpmāk tekstā — “Apstrīdētais lēmums”), Apelāciju otrā padome apelāciju apmierināja. Tā būtībā uzskatīja, ka attiecīgās preces ir identiskas,

pat ja preces, uz kurām attiecās reģistrācijas pieteikums, ir specifiski apģērbi, kas laisti apgrozībā vietējo izplatītāju tīklā skaidri definētai patērētāju grupai. Šie patērētāji īpašu nozīmi piešķir šī īpašā apģērba funkcionalitātei, kā arī drošībai, ko viņi iegūst, un tāpēc pievērš tam pastiprinātu uzmanību. Attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu līdzību Apelāciju padome ņēma vērā pieteiktās preču zīmes grafisko attēlojumu un tās vārdisko elementu "biker", nonākot pie secinājuma, ka abi apzīmējumi ir vizuāli, fonētiski un konceptuāli atšķirīgi. Tātad, neskatoties uz attiecīgo preču identiskumu, Apelāciju padome uzskatīja, ka sajaukšanas iespēja nepastāv.

Lietas dalībnieku prasījumi

9 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt Apstrīdēto lēmumu;

— piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

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

— prasību noraidīt;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Par ITSB prasījumu pieņemamību

- 11 Vispirms ir jāatzīmē, ka ITSB savā atbildes rakstā un tiesas sēdes laikā apstiprināja, ka Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu, secinot, ka šajā gadījumā pastāv sajaukšanas iespēja. ITSB tomēr norāda, ka, ņemot vērā Pirmās instances tiesas 2002. gada 12. decembra spriedumu lietā T-110/01 *Vedial/ITSB — France Distribution (HUBERT)* (*Recueil*, II-5275. lpp., 16.–25. punkts), tam bija jāsaņem lūgums noraidīt prasību. Līdz ar to, kaut arī ITSB prasa prasību noraidīt, tas neapstrīd prasītājas izvirzītā pamatojuma motivāciju.

- 12 Šajā gadījumā ir jāatgādina, ka, saskaņā ar Pirmās instances tiesas Reglamenta 46. panta 1. punkta b) apakšpunktu un 135. panta 1. punktu, skatot tos kopsakarā, atbildētāja iesniegtajā atbildes rakstā ir jāietver faktiskie un tiesību argumenti, uz kuriem tas atsaucas. Tomēr šajā gadījumā ITSB nav izvirzījis nevienu pamatu, lai pamatotu savu lūgumu noraidīt prasību.

- 13 Šajos apstākļos ITSB iesniegtais prasījums ir nepieņemams. Vienlaicīgi arī persona, kas iestājusies lietā, ir prasījusi prasību noraidīt, tāpēc izskatāmā lieta ir jāizvērtē atbilstoši Reglamenta 134. panta 4. punktam.

Par lietas būtību

Lietas dalībnieku izvirzītie argumenti

- 14 Lai pamatotu savu prasību, prasītāja izvirza vienu pamatu — Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

- 15 Tā vispirms norāda, ka Apelāciju padome kļūdaini uzskatījusi, ka konkrētā sabiedrības daļa pievērš [šim īpašajam apģērbam] pastiprinātu uzmanību. Tā kā motociklistiem domātos apģērbus varētu iegādāties arī personas, kas nav motociklisti, konkrēto sabiedrības daļu veido vidusmēra patērētājs, kas ir pietiekami informēts un uzmanīgs. Apskatāmās preces ir ikdienas patēriņa preces, kam vidusmēra patērētājs pievērš vidēju uzmanību. Turklāt, pat pieņemot, ka konkrēto sabiedrības daļu veido tikai motociklisti, šī patērētāju daļa, iegādājoties attiecīgos apģērbus, ko var izmantot gan braucot ar motociklu, gan pastaigām ziemā, nav uzmanīgāka par vidusmēra patērētājiem.
- 16 Otrkārt, attiecībā uz apskatāmo apzīmējumu vizuālo un fonētisko salīdzinājumu, prasītāja apliecina, ka reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē dominē vārdiskais elements “miles”, kas abiem apzīmējumiem ir kopējs. Pretēji tam, ko konstatējusi Apelāciju padome, pārējie reģistrācijai pieteiktās preču zīmes elementi, apskatot tos atsevišķi vai visus kopā, neiespaido preču zīmes radīto kopējo iespaidu. Reģistrācijai pieteiktās preču zīmes grafisko elementu nozīme, salīdzinot apskatāmos apzīmējumus, ir niecīga to tīri dekoratīvā vai aprakstošā rakstura dēļ, norādot, ka apģērbu var izmantot ceļa satiksmē. Arī vārdiskā elementa “biker” nozīme ir niecīga, ievērojot tā aprakstošo raksturu salīdzinājumā ar citām motociklistiem paredzētām precēm.
- 17 Faktiski, ciktāl šis vārds tiek asociēts ar motociklistiem, ar preču zīmi “Biker Miles” apgrozībā laistus apģērbus vidusmēra patērētājs uztvertu kā tādus, kas pieder vienai no prasītājas ražotajām apģērbu līnijām un kas īpaši paredzēti motociklistiem. Pēc analogijas tādu vārdu kā “pludmale” vai “slēpošana” pievienošana netiktu uzskatīta par apģērbu izcelsmes norādi, bet gan tikai par apģērbu kategoriju, proti, apģērbiem pludmalei vai slēpošanai, ko ražojis viens uzņēmums.

- 18 Saistībā ar konfliktējošo apzīmējumu konceptuālo salīdzinājumu prasītāja kritizē Apelāciju padomi par to, ka tā uzskatījusi, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme no agrākās preču zīmes atšķiras tāpēc, ka tā norāda uz motociklistiem. Šī ir netieša norāde uz attiecīgo patērētāju, un tādējādi tā nekādā veidā nepapildina reģistrācijai pieteiktās preču zīmes radīto iespaidu. Šajā ziņā prasītāja atsauca uz Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedumu lietā T-104/01 *Oberhauser/ITSB — Petit Liberto (Fifties)* (*Recueil*, II-4359. lpp., 45. un turpm. punkti), lai norādītu, ka, novērtējot preču zīmes radīto iespaidu, aprakstošiem elementiem ir niecīga nozīme.
- 19 Tādējādi, pēc prasītājas domām, konfliktējošie apzīmējumi, kam raksturīgs kopējs dominējošais elements, no vizuālā, fonētiskā un konceptuālā viedokļa ir līdzīgi. Tā kā apskatāmās preces ir identiskas un konfliktējošie apzīmējumi ir līdzīgi, Apelāciju padome ir pieļāvusi kļūdu novērtējumā, uzskatot, ka nepastāv konfliktējošo preču zīmju sajaukšanas iespēja.
- 20 Persona, kas iestājusies lietā, atzīst — Apelāciju padome ir pareizi secinājusi, ka konkrētā sabiedrības daļa pievērs pastiprinātu uzmanību, ņemot vērā motociklistu apģērba funkcionalitāti saistībā ar to aizsargājošo raksturu avārijas gadījumā. Tā turklāt atbalsta Apelāciju padomes secinājumu attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu līdzību.
- 21 Savukārt persona, kas iestājusies lietā, par nepareizu uzskata divu ITSB instanču atzinumu attiecībā uz apskatāmo preču identiskumu. Tā norāda, ka motociklistiem domātie apģērbi, ņemot vērā to funkcionalitāti, izgatavošanas materiālus, apstrādi un formu, kopumā atšķiras no sporta apģērbiem un vēl jo vairāk no citiem prasītājas apgrozībā laistiem apģērbiem. Tādējādi apskatāmās preces ir tikai nedaudz līdzīgas.

- 22 Persona, kas iestājusies lietā, no tā secina — tā kā apskatāmās preces nav identiskas un apskatāmie apzīmējumi nav līdzīgi, šajā gadījumā ir izslēgta jebkāda sajaukšanas iespēja.

Pirmās instances tiesas vērtējums

- 23 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam preču zīmi neregistrē pēc agrākas preču zīmes īpašnieka iebilduma, ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai tajā teritorijā, kurā ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv to sajaukšanas iespēja.
- 24 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja pastāv, ja sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumus nodrošina viens uzņēmums vai, attiecīgā gadījumā, ekonomiski saistīti uzņēmumi.
- 25 Saskaņā ar šo pašu judikatūru 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 faktorus, 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., 30.–33. punkts un tajos minētā judikatūra).

- 26 Šajā gadījumā, tā kā agrākā preču zīme ir Kopienas preču zīme, sajaukšanas iespējas novērtēšanas vajadzībām konkrēto sabiedrības daļu veido Eiropas Savienības vidusmēra patērētājs.
- 27 Attiecībā uz minētā patērētāja uzmanības līmeni, saskaņā ar judikatūru, vidusmēra patērētāja uzmanība var mainīties atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (Tiesas 1999. gada 22. jūnija spriedums lietā *C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 26. punkts).
- 28 Šajā gadījumā ir jāatzīmē, ka persona, kas iestājusies lietā, savu reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz precēm, kuras ietilpst 25. klasē, sašaurināja līdz īpašiem piederumiem un apģērbiem (skat. šī sprieduma 3. punktu). Tomēr no šī uzskaitījuma neizriet, ka precēm, kuras ietilpst 25. klasē, ir īpašs raksturs, tāds kā tehnoloģisks raksturs vai augsta līmeņa aizsardzība.
- 29 Līdz ar to ir jāatzīst, ka Apelāciju padome ir kļūdījusies, secinot, ka attiecīgais patērētājs šai precei pievērš pastiprinātu uzmanību.
- 30 Turklāt ir jāievēro, ka persona, kas iestājusies lietā, apstrīd Apelāciju padomes nolēmumu par attiecīgo preču identiskumu.
- 31 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru, lai novērtētu attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību, ir jāņem vērā visi apstākļi, kas raksturo preču vai pakalpojumu saistību, it īpaši to raksturs, mērķis, lietojums, kā arī to konkurējošais vai papildinošais raksturs (skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 15. janvāra spriedumu lietā T-99/01

Mystery Drinks/ITSB — Karlsberg Brauerei (MYSTERY), Recueil, II-43. lpp., 39. punkts un tajā minētā judikatūra).

32 Turklāt, ciktāl preces, uz kurām attiecas agrākā preču zīme, ietver preces, kas ir minētas preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, šīs preces tiek uzskatītas par identiskām (iepriekš minētais spriedums lietā *Fifties*, 32. un 33. punkts, un iepriekš minētais spriedums lietā *HUBERT*, 43. un 44. punkts).

33 Šajā gadījumā, kā to pareizi atzīmējusi Apelāciju padome (Apstrīdētā lēmuma 17. punktā), tā kā uz agrāko preču zīmi neattiecas izmantošanas pienākums Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. punkta izpratnē, attiecīgo preču salīdzinājumam ir jābalstās tikai uz to aprakstu, kā tas izriet no reģistrācijas.

34 Tāpat personas, kas iestājusies lietā, apgalvojums, ka attiecīgās preces nav identiskas, ir saprotams tādējādi, ka “apgērbi, tostarp sporta apgērbi” atbilstoši Nicas Nolīguma 25. klasei, uz kuru attiecas agrākā preču zīme, neietver motociklistiem domātus piederumus un apgērbus, kas ietilpst klasē, uz kuru attiecas reģistrācijas pieteikums.

35 Saprotams, ja kopumā visiem apgērbiem ir vienādas funkcijas, noteiktas apgērbu kategorijas var būt vērstas uz īpašu funkciju veikšanu, tādu kā ķermeņa aizsardzību ar risku saistītu darbību laikā. Ciktāl šo īpašo apgērbu funkciju nostiprina citas to iezīmes, kas saistītas ar to raksturu, mērķi un lietojumu, ir saprotams, ka tie veido apgērbu kategoriju, kas atšķiras no apgērbiem kopumā.

- 36 Tomēr šajā gadījumā no preču apraksta reģistrācijas pieteikumā nevar secināt, ka apģērbiem, uz kuriem attiecas reģistrācijas pieteikums, papildus to funkcijām ir kādas iezīmes, kas tos nošķir no apģērbiem kopumā.
- 37 Līdz ar to ir jāapstiprina Apelāciju padomes atzinums, ka attiecīgās preces ir identiskas. 25. klases preces faktiski ietilpst preču kategorijā, uz kuru attiecas agrākā preču zīme.
- 38 Attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu salīdzinājumu sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirīgos un dominējošos elementus (Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedums lietā *C-251/95 SABEL, Recueil*, I-6191. lpp., 23. punkts).
- 39 Turklāt kombinētu preču zīmi, kuras viens elements ir identisks vai līdzīgs citas preču zīmes elementam, var uzskatīt par līdzīgu šai citai preču zīmei tikai tad, ja konkrētais elements dominē kombinētās preču zīmes radītajā kopējā iespaidā. Tā tas ir gadījumā, kad šis elements pats par sevi var dominēt iespaidā, ko šī preču zīme atstāj uz konkrēto sabiedrības daļu tā, ka visām pārējām preču zīmes sastāvdaļām ir nebūtiska nozīme preču zīmes radītajā kopējā iespaidā (Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā *T-6/01 Matratzen Concord/ITSB — Hukla Germany (MATRATZEN), Recueil*, II-4335. lpp., 33. punkts).
- 40 Šis novērtējums nav tikai viena kombinētas preču zīmes elementa ņemšana vērā un tā salīdzināšana ar citu preču zīmi. Tieši otrādi, apskatāmās preču zīmes ir jāsalīdzina, vērtējot katru no tām kopumā. Tomēr tas neizslēdz iespēju, ka zināmos apstākļos kopējā iespaidā, ko konkrētai sabiedrības daļai rada kombinētas preču zīmes, dominē viens vai vairāki elementi. Novērtējot kombinētas preču zīmes vienu

vai vairāku elementu dominējošo raksturu, it īpaši ir jāņem vērā katra šī elementa raksturīgās iezīmes, salīdzinot tās ar citu elementu iezīmēm (iepriekš minētais spriedums lietā *MATRATZEN*, 34. un 35. punkts).

- 41 Šajā gadījumā reģistrācijai pieteiktā preču zīme sastāv no diviem izceltā rakstā attēlotiem vārdiem “biker” un “miles”, kā arī grafiskiem elementiem, it īpaši ceļa attēla, kuram apkārt ir apvilkti aplis.
- 42 Vispirms, attiecībā uz reģistrācijai pieteiktās preču zīmes grafiskajiem elementiem ir jāatzīmē — kā to Apstrīdētājā lēmumā pareizi ir norādījusi Apelāciju padome —, ka tie no vizuālā viedokļa nav tikpat svarīgi kā vārdiskie elementi. Turklāt ar apli apvilktā ceļa attēls, papildus tam, ka tam nav īpašas atšķirtspējas attiecībā uz ceļa satiksmei paredzētām precēm, nav atšķirīgs elements salīdzinājumā ar ideju, ko atmiņā atsauc vārds “miles”, kuru konkrētās sabiedrības daļas angļiski runājošie pārstāvji var uztvert kā attāluma mērvienību.
- 43 Attiecībā uz vārdiskajiem elementiem prasītāja pamatoti uzskata — un to neapstrīd arī persona, kas iestājusies lietā —, ka vārds “biker” ir aprakstošs attiecībā uz motociklistiem paredzētām precēm, turpretim vārds “miles” nav aprakstošs.
- 44 Šajā gadījumā ir jānorāda, ka parasti sabiedrība aprakstošu elementu, kas ir kombinētas preču zīmes sastāvdaļa, neuzskatīs par tās radītā kopējā iespaida atšķirtspējīgo un dominējošo elementu (Pirmās instances tiesas 2003. gada 3. jūlija spriedums lietā *T-129/01 José Alejandro/ITSB — Anheuser-Busch (BUDMEN)*),

Recueil, II-2251. lpp., 53. punkts, un 2004. gada 6. oktobra spriedums apvienotajās lietās no T-117/03 līdz T-119/03 un T-171/03 *New Look/ITSB — Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE un NLCollection)*, Krājums, II-3471. lpp., 34. punkts).

- 45 Tādējādi šajā gadījumā vārdiskais elements “miles”, kas ir identisks agrākajai preču zīmei, ir jāuzskata par pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu.
- 46 No tā izriet, ka Apelāciju padome Apstrīdētā lēmuma 21. punktā ir kļūdaini secinājusi, ka pārējie pieteiktās preču zīmes elementi, proti, grafiskais attēlojums un vārdiskais elements “biker”, ir svarīgi tās radītajā kopējā iespaidā.
- 47 Patiesi, noteiktos apstākļos kombinētas preču zīmes vārdisko elementu kopums ir jāvērtē šķirti no visiem tā elementiem, kas apskatīti atsevišķi, it īpaši tad, ja šis kopums veido loģisku vienību ar semantisku nozīmi, kas atšķiras no tās sastāvdaļu nozīmes (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *HUBERT*, 57.–59. punkts). Tā tas ir arī gadījumā, kad kombinētas preču zīmes sastāvdaļai, papildus tam, ka tai nav attiecīgo precī aprakstošas nozīmes, ir arī nozīmīga semantiska nozīme, kura, pievienojot to citai, konfliktējošiem apzīmējumiem kopējai sastāvdaļai, veido jēdzieniski atšķirīgu vienību (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu *GIORGIO BEVERLY HILLS*, 49. punkts, un Pirmās instances tiesas 2003. gada 9. jūlija spriedumu lietā T-156/01 *Laboratorios RTB/ITSB — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO SURFACE)*, *Recueil*, II-2789. lpp., 80. punkts).
- 48 Tomēr šajā gadījumā tas tā nav. Pirmkārt, asociācijas, ko veido vārds “miles” un vārdu savienojums “biker miles”, ir būtiski līdzīgas, jo vārda “biker” pievienošana nemazina vārda “miles” nozīmi un kopā ar to nerada vienību, kas semantiski

atšķirtos no tās sastāvdaļām. Turklāt motociklistiem paredzēto preču kontekstā atsaucei uz [motociklistiem] ir aprakstošs saturs un tā nav tāda, lai nošķirtu ar apzīmējumu apzīmēto jēdzienu. Līdz ar to vārdiskajam elementam “biker”, pat ja tas pievieno zināmu niansi, nav būtiskas nozīmes jēdzieniskā līmenī.

- 49 Visbeidzot, attiecībā uz sajaukšanas iespējas visaptverošu vērtējumu, ir jāatceras, ka bieži apģērbu jomā viena preču zīme tiek attēlota dažādās konfigurācijās atbilstoši tās apzīmēto preču veidam un ka viens un tas pats uzņēmums izmanto pakārtotus zīmolus, lai nošķirtu dažādas ražošanas līnijas. Šajos apstākļos ir saprotams, ka attiecīgais patērētājs uzskata, ka ar konfliktējošiem apzīmējumiem apzīmētās preces noteikti attiecas uz divām atšķirīgām preču līnijām, taču tās tomēr ražo viens uzņēmums (iepriekš minētais spriedums lietā *Fifties*, 49. punkts; iepriekš minētais spriedums lietā *BUDMEN*, 57. punkts, un iepriekš minētais spriedums lietā *NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE* un *NLCollection*, 51. punkts).

- 50 Šajā gadījumā Apelāciju padome šo argumentu ir netieši atmetusi, uzskatot, ka attiecīgais patērētājs, kam jau ir motocikls ar “Biker Miles” preču zīmi vai kas ar šo preču zīmi varētu saskarties, apsverot motocikla iegādi, iespējams, nevēlēsies iegādāties cimdus ar preču zīmi “MILES”, bet drīzāk [cimdus] ar preču zīmi “Biker Miles”, kas būtu pieskaņoti viņa motociklam un pārējiem piederumiem.

- 51 Šāda argumentācija nav pieņemama. Faktiski, tā kā konfliktējošie apzīmējumi, izņemot dominējošo elementu, attiecas uz identiskām precēm, t.i., apģērbiem, attiecīgais patērētājs var tos uztvert kā tādus, kas atbilst viena uzņēmuma divām atšķirīgām apģērbu līnijām.

- 52 Ievērojot iepriekš izklāstīto, ir jāuzskata, ka Apelāciju padome ir kļūdījusies, secinot, ka attiecīgais patērētājs [šim īpašajam apģērbam] pievērš pastiprinātu uzmanību un ka no [šī patērētāja viedokļa] konfliktējošie apzīmējumi nav līdzīgi, ciktāl tiem kopējais vārdiskais elements “miles” nav dominējošs.
- 53 Tādējādi, ņemot vērā, no vienas puses, attiecīgo preču identiskumu un, no otras puses, konfliktējošo apzīmējumu līdzību, ir jāsecina, ka Apelāciju padome nav ievērojusi Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, uzskatot, ka nepastāv konfliktējošo preču zīmju sajaukšanas iespēja.
- 54 Tā rezultātā Apstrīdētais lēmums ir atceļams.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 55 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā atbildētājam spriedums ir nelabvēlīgs, tam jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar prasītājas prasījumiem. Prasītāja nav prasījusi, lai tiesāšanās izdevumus atlīdzina persona, kas iestājusies lietā, tāpēc persona, kas iestājusies lietā, sedz tikai savus tiesāšanās izdevumus.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA

(ceturtā palāta)

nospiež:

- 1) **atcelt Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) Apelāciju otrās padomes 2003. gada 9. septembra lēmumu (lieta R 174/2002-2);**

- 2) **piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus;**

- 3) **persona, kas iestājusies lietā, sedz tikai savus tiesāšanās izdevumus.**

Legal

Lindh

Vadapalas

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2005. gada 7. jūlijā.

Sekretārs

Priekšsēdētājs

H. Jung

H. Legal