

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMO
(ketvirtoji kolegija) SPRENDIMAS

2004 m. birželio 30 d. ^{*}

Byloje T-281/02

Norma Lebensmittelfilialbetrieb GmbH & Co. KG, įsteigta Niurnberge (Vokietija), atstovaujama advokatų S. Rojahn ir S. Freytag,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženkams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovaujamą D. Schennen,

atsakovę,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2002 m. liepos 3 d. VRDT trečiosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 239/2002-3), susijusio su žodinio prekių ženklo „Mehr für Ihr Geld“ įregistravimu kaip Bendrijos prekių ženklo,

* Proceso kalba: vokiečių.

EUROPOS BENDRIJŲ PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS
(ketvirtoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas H. Legal, teisėjai V. Tiili ir M. Vilaras,
sekretorius J. Plingers, administratorius,

susipažinęs su ieškiniu, kurį Pirmosios instancijos teismo sekretoriatas gavo 2002 m.
rugsėjo 18 d.,

susipažinęs su atsiliepimu į ieškinį, kurį Pirmosios instancijos teismo sekretoriatas
gavo 2002 m. gruodžio 16 d.,

įvykus 2004 m. kovo 3 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

- 1 2000 m. gegužės 19 d. ieškovė, remdamasi iš dalies pakeistu 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1), pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklaus ir pramoniniam dizainui) (VRDT) Bendrijos prekių ženklo paraišką.

- 2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra žodinis žymuo „Mehr für Ihr Geld“.
- 3 Pagal peržiūrėtą ir pataisytą 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartį dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos prekės ir paslaugos, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, priklauso 3, 29, 30 ir 35 klasėms ir kiekviena iš šių klasių atitinka tokį aprašymą:
- 3 klasė: „Balinimo preparatai ir kitos skalbimo medžiagos; valymo, poliravimo, riebalų dėmių šalinimo ir šveitimo preparatai; muilas; parfumerija, eteriniai aliejai, kosmetika, kūno priežiūros ir grožio priemonės (priskirti 3 klasei); plaukų losjonai, plaukų priežiūros priemonės; asmeninio naudojimo dezodorantai; dantų pastos ir milteliai“,
 - 29 klasė: „Mėsa, kiaulienos gaminiai, žuvis (tarp jų – vėžiagyviai, kiaukutiniai ir paruošti moliuskai), naminiai paukščiai ir laukinių paukščių bei žvėrių mėsa; mėsa, dešros, naminių paukščių mėsa, laukinių paukščių mėsa bei žvėriena ir žuvies produktai; mėsos ekstraktai; konservuoti, džiovinti, virti, šaldyti arba paruošti vaisiai, daržovės, žolės ir bulvės, tarp jų – žemės riešutai, lazdynų riešutai, migdolai, anakardžių riešutai, taip pat užkandžiai; bulvių produktai, t. y. gruzdintos bulvytės, bulvių krocketai, bulvių sklindžiai, bulvių kukuliai, keptos bulvės; mėsa drebučiuose, dešros drebučiuose, žuvis drebučiuose, vaisių ir daržovių želė; marmeladai ir uogienės; kiaušiniai; pienas, būtent – pasukos, rūgpienis, tirštas rūgpienis, pieno konservai ir kondensuotas pienas; sviestas, lydytas sviestas, sūriai, būtent – varškės sūris, konservuoti sūriai; kefyras, grietinė, jogurtai (taip pat jogurtai su vaisiais), maistiniai pieno milteliai; pieno jogurto, varškės, želatinos, krakmolo ir (arba) grietinės desertai; nealkoholiniai pieno gėrimai; maistiniai aliejai ir riebalai, taip pat margarinas ir kaulės taukai; tepami riebalai ir riebalų mišiniai; kepimo aliejai, kepimo riebalai, aliejai ir riebalai virti; mėsos, dešrų, žuvies, vaisių ir daržovių konservai; salotos ir šaldyti maisto produktai, mišrūs patiekalai, pusiau paruošti (taip pat su įdaru) ir

paruošti patiekalai, taip pat konservuoti mėsos, dešrų, žuvies, naminių paukščių ir laukinių paukščių bei žvėrių mėsos patiekalai, vaisių ir paruoštų daržovių, ankštinių, sūrių, kiaušinių, bulvių, makaronų, ryžių, kukurūzų miltų, bulvių patiekalai ir (arba) produktai (tarp jų – bulvių miltai), taip pat su prieskoniais bei padažų priedais (tarp jų – salotų padažai) ir (arba) su duona arba bandelėmis (pavyzdžiui, mėsainiai arba sumuštiniai); pyragai, t. y. mėsos pyragai, pyragai, daugiausia įdaryti mėsa, žuvimi, vaisiais ir daržovėmis, neįdaryta pyrago tešla; marinuotų daržovių mišiniai; mėsos sultinių ekstraktai, mėsos sultinių kubeliai ir kiti mėsos sultinių gaminiai, būtent – mėsos sultiniai granulėmis, daržovių sultiniai kubeliais; virti paruoštos sriubos; sriubų koncentratai ir skysti, koncentruoti bei džiovinti sriubos prieskoniai; sultinio su makaronais gaminiai, daržovių ekstraktai kaip patiekalų ir mėsų priedai“.

- 30 klasė: „kava, arbata, kakava, cukrus (tarp jų – vanilė, vanilinis cukrus ir maistinė gliukozė), ryžiai, tapijokas, sago kruopos, kavos pakaitalai, kavos ir arbatos ekstraktai; kakavos pudra; nealkoholiniai kavos, arbatos, kakavos ir šokolado gėrimai, tarp jų – tirpieji gėrimai; pudingai, pudingo mišiniai ir desertai; miltai ir grūdinių kultūrų gaminiai (išskyrus gyvulių pašarą); kukurūzų spragėsiai, kukurūzų dribsniai maistui, grūdinės kultūros žmonių maistui, būtent – avių dribsniai ir kitų grūdinių kultūrų dribsniai, skirti pusryčiams, taip pat mišiniai su džiovintais vaisiais (tarp jų – riešutais), cukrumi ir (arba) medumi; bulvių miltai, manų kruopos; miltinių maisto produktų tešlos, paruošti tešlos gaminiai bei tešlos konservai; duona, sausainiai, kepiniai ir kiti konditerijos gaminiai; saldūs ir (arba) pikantiški grūdinių kultūrų, kakavos kepinų, šokolado, cukraus, medaus, džiovintų vaisių, riešutų, bulvių produktų (tarp jų – bulvių miltų), žemės riešutų, migdolų, anakardžio riešutų ir (arba) miltinių konditerijos gaminių užkandžiai; ilgalaikio vartojimo kepiniai ir miltiniai konditerijos gaminiai (taip pat su saldžiais ir (arba) pikantiškais įdarais), būtent – duonos traškučiai, imbieriniai meduoliai, biskvitai; picos, taip pat konservuotos picos; šokoladas; konditerijos gaminiai, būtent – šokolado gaminiai ir pralinė, taip pat su vaisių, kavos, nealkoholinių gėrimų, vyno ir (arba) stiprių alkoholinių gėrimų bei pieno ar jo produktų, konkrečiai – jogurto įdarais; valgomi ledai ir jų sausieji mišiniai; konditerijos gaminiai iš cukraus, būtent – ledinukai ir kramtomoji guma ne medicinos reikmėms; marcipanas; medus,

invertuoto cukraus sirupas, vaisių sirupas, melasos sirupas; tepami kakavos kremai, tepami cukraus, kakavos, riešutų, pieno ir (arba) riebalų kremai; mielės, kepimo milteliai, konditerinių gaminių esencijos (išskyrus eterinius aliejus); valgomoji druska, garstyčios, pipirai, actas, padažai (tarp jų – salotų padažai), padažų milteliai ir padažų ekstraktai (tarp jų – ir salotų padažams), salotų padažai; majonezas; kečupas; prieskoniai ir prieskonių padažai; ledas šaldymui“.

— 35 klasė: „verslo vadyba, pardavimo skatinimas, pardavimo ir pirkimo konsultacijos, rinkotyra bei rinkos nagrinėjimas; įmonių, organizavimo, personalo ir verslo konsultacijos; reklama; reklamos dokumentacija; reklaminės konsultacijos verslo pastatų bei parduotuvių vidaus dekoravimo klausimais, vitrinų dekoravimas; informacijos bei *know-how* teikimas prekybos bei verslo srityje, būtent – maisto prekių prekybos srityje; buhalterija, tarpininkavimas verslo sandorių srityje ir jų sudarymas, tarpininkavimas prekių pirkimo bei pardavimo sutarčių srityje; prekių platinimas reklamos tikslais“.

- 4 2002 m. sausio 18 d. sprendimu ekspertas atmetė prekių ženklo paraišką motyvuodamas, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas yra apibūdinamojo pobūdžio ir neturi skiriamąjį požymį Reglamento 40/94 7 straipsnio 1 dalies b ir c punktų prasme.
- 5 2002 m. kovo 15 d. ieškovė, remdamasi Reglamento 40/94 59 straipsniu, pateikė VRDT apeliaciją dėl eksperto sprendimo.
- 6 2002 m. liepos 3 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) Trečioji apeliacinė taryba panaikino tą eksperto sprendimo dalį, kuria buvo atmesta paraiška dėl 35 klasės paslaugų. Apeliacinė taryba atmetė kitą apeliacijos dalį.

- 7 Dėl 3, 29 ir 30 klasių prekių Apeliacinė taryba iš esmės nusprendė, kad prašomas registruoti prekių ženklas, visų pirma, sudarytas tik iš apibūdinančių nuorodų, antra, jis neturi jokio skiriamąjo požymio.

Šalių reikalavimai

- 8 Ieškovė Pirmosios instancijos teismo prašo:

— panaikinti tą ginčijamo sprendimo dalį, kurioje patvirtinamas įregistravimo paraiškos atmetimas 3, 29 ir 30 klasėms,

— priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

- 9 VRDT Pirmosios instancijos teismo prašo:

— atmesti ieškinį,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

- 10 Ieškovė nurodo du ieškinio pagrindus atitinkamai dėl Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimo ir dėl Reglamento 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimo. Pirmiausia nagrinėtinas antrasis ieškinio pagrindas.

Šalių argumentai

- 11 Ieškovė tvirtina, kad prašomas registruoti prekių ženklas „Mehr für Ihr Geld“ turi minimalų skiriamąjį požymį, reikalaujamą pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punktą.
- 12 Vartotojas vertina žymenį „Mehr für Ihr Geld“ kaip visumą ir kaip konkrečios įmonės nuorodą, iš kurios prekės bei paslaugos su šiuo žymeniu yra kilusios. Būtent dėl to, kad šis žymuo yra tiesioginė formuluotė, reiškianti „jeigu jūs pirksite pas mus, gausite daugiau už savo pinigus“, paprastas vartotojas joje išvelgia ne tiek prekės kokybės nuorodą, kiek naudą, kurią jis gautų apsipirkdamas toje įmonėje.
- 13 Be to, ieškovės teigimu, kadangi prašomas įregistruoti prekių ženklas „Mehr für Ihr Geld“ yra trumpas ir ryškus, vartotojui smalsu sužinoti, kas yra „daugiau“, todėl šūkis jam išlieka atmintyje ir atlieka kilmės nuorodos funkciją. Šūkyje originaliai naudojama žodžio „mehr“(„daugiau“), kuris nėra apibrėžtas, todėl reikšmė lieka užslėpta, bei žodžių „Ihr Geld“ („jūsų pinigus“), kurie vartotojui labiau suprantami ir asmeniškai reikšmingi, ambivalencija.

- 14 Tai, kad nagrinėjamas šūkis sudarytas iš įprastų, suprantamų ir prekyboje dažnai vartojamų elementų, nėra reikšminga įvertinant prašomo įregistruoti prekių ženklą skiriamąjį požymį, kadangi prekių ženklų teisė nesaugo atskirų prekių ženklų elementų ir prekių ženklą reikia suvokti kaip visumą. Ieškovės teigimu, tai, kad tam tikri šūkio „Mehr, für Ihr Geld“ žodžiai kartais naudojami reklamoje apibūdinti saugomus produktus ir prekes, nepateisina prekių ženklų paraiškos atmetimo dėl skiriamąjo požymio nebuvimo. Iš tikrųjų žymuo, sudarytas iš konkretaus šių žodžių junginio, kuriuo tiesiogiai kreipiamasi į vartotoją – reklamos adresatą, yra suprantamas kaip įmonės ženklas, kaip prekių komercinės kilmės nuoroda, o ne vien kaip šių produktų atitinkamos kokybės nuoroda.
- 15 Ieškovė taip pat nurodo, kad dėl prašomo įregistruoti prekių ženklų trumpumo, išpūdingumo ir ambivalencijos vartotojui susiformuos pažiūrų visuma, sukelianti nuostabą ir dėl to galimybę identifikuoti, nors to ir nereikia, kad atsisakymo įregistruoti pagrindas būtų atmestas. Šūkio su teigiama reklamine formuluote kontekste smalsumą žadinančio elemento „mehr“ („daugiau“) kartu su nuoroda „Ihr Geld“ („jūsų pinigus“) aiškinimas vartotojui sukelia nuostabą ir keistumo išpūdį, todėl prašomas įregistruoti prekių ženklas apskritai turi būti vertinamas kaip skiriamasis teismų praktikos prasme (2001 m. gruodžio 11 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimas *Erpo Möbelwerk prieš VRDT (DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT)*, T-138/00, Rink. p. II-3739).
- 16 Ieškovės teigimu, būtent dėl prašomo įregistruoti prekių ženklų trumpumo, išpūdingumo, jo formuluotės – kaip tiesioginio ir asmeninio kreipimosi – ir dėl neaiškios reikšmės jis suprantamas kaip įmonės ženklas ir leidžia vartotojui suvokti ieškovės parduotuvėse perkamos prekės pridėtinę vertę. Ieškovė ginčija eksperto tvirtinimą, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi jokio vaizduojamojo elemento. Dėl tokio vertinimo negalima daryti išvados, jog skiriamąjo požymio nėra.

- 17 Taip pat ieškovė pastebi, kad visi eksperto pateikiami nagrinėjamo žymens ir jo elementų naudojimo pavyzdžiai yra prašomo įregistruoti prekių ženklo elementų arba jo modifikacijų naudojimas apibūdinimui. Tačiau su ieškove konkuruojančios įmonės, netgi ir ženklą įregistravus, galėtų laisvai jį naudoti apibūdinimui.
- 18 Be to, ieškovė remiasi *Bundesgerichtshof* sprendimu *Partner with the best* (*Markenrecht 2000*, p. 50 ir 51), pagal kurį atskirų arba panašių reklaminio šūkio žodžių pasikartojimas, pavyzdžiui, interneto puslapiuose, neleidžia daryti priešingos išvados, kadangi iš esmės prašomas įregistruoti ženklas turi būti vertinamas kaip visuma ir kad todėl dėl dokumentų, kuriuose atskiri žodžiai pasirodo kaip apibūdinančios nuorodos, suradimo negalima padaryti išvados, jog šis prekių ženklas naudojamas dažnai. Tas pats taikoma ir Bendrijos prekių ženklui.
- 19 Todėl prašomas įregistruoti prekių ženklas „Mehr für Ihr Geld“ 3, 29 ir 30 klasių atžvilgiu negali būti laikomas žymeniu, neturinčiu jokio skiriamąjo požymio.
- 20 VRDT tvirtina, kad Apeliacinė taryba pagrįstai nusprendė, jog suinteresuotos visuomenės požiūriu prašomas įregistruoti prekių ženklas neturi skiriamąjo požymio prekių, kurioms jis skirtas, atžvilgiu.
- 21 VRDT primena, kad kiekvienas prekių ženklas, kurį įregistruoti buvo paduota paraiška, privalo ne tik turėti skiriamąjį požymį, bet ir atlikti kilmės nuorodos funkciją. VRDT patvirtina, jog ji visuomet pripažino, kad aplinkybė, jog prekių ženklas yra reklaminis šūkis, neatima galimybės suteikti jam apsaugą ir nepateisina griežtesnių vertinimo kriterijų nagrinėjant absoliučius atmetimo pagrindus (šiuo klausimu žr. 2001 m. spalio 4 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Merz & Krell*, C-517/99, Rink. p. I-6959, 40 punktą ir 200 m. gruodžio 5 d. Pirmosios instancijos

teismo sprendimo *Sykes Enterprises prieš VRDT (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS)*, T-130/01, Rink. p. II-5179, 19 punktą). Vis dėlto toks aiškinimas nereiškia, kad reikia ignoruoti prašomo įregistruoti prekių ženklo poveikį vartotojui. Priešingai, VRDT nuomone, į tokį poveikį turi būti atsižvelgta tiek, kiek to reikia nustatant, ar prašomą įregistruoti ženklą, darant prielaidą, jog jis bus veiksmingai naudojamas, atitinkama visuomenė supras kaip kilmės nuorodą.

- 22 VRDT ginčija ieškovės teiginį, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas „Mehr für Ihr Geld“ („daugiau už jūsų pinigus“) gali atlikti kilmės nuorodos funkciją. VRDT teigimu, šis prekių ženklas yra paprastas, banalus ir nesunkiai suprantamas. Jo pranešimo turinys tiksliai atitinka informaciją, kurią vartotojas gali iš jo gauti, t. y. kad pirkėjas gali gauti „daugiau“ už savo pinigus. Taigi prašomas įregistruoti prekių ženklas apsiriboja tuo, kad patraukia dėmesį ypač naudingumu pasiūlymu.

Pirmosios instancijos teismo vertinimas

- 23 Pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punktą neregistruojami „neturintys jokio skiriamąjo požymio prekių ženklai“. Be to, Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 2 dalis nurodo, kad „šio straipsnio 1 dalies nuostatos taikomos, net jeigu prekių ženklo neregistravimo pagrindai galioja tiktai dalyje Bendrijos“.
- 24 Neturintys jokio skiriamąjo požymio žymenys, numatyti Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkte, yra vertintini kaip negalintys atlikti pagrindinės prekių ženklo funkcijos, tai yra nurodyti prekių ar paslaugų kilmę, kad vartotojas, kuris įsigyja šiuo prekių ženklu pažymėtą prekę arba paslaugą, vėliau galėtų vėl ją įsigyti, jeigu patirtis buvo teigiama, arba ne, jeigu ji buvo neigiama (2002 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Rewe-Zentral prieš*

VRDT (LITE), T-79/00, Rink. p. II-705, 2 punktą). Taip yra, *inter alia*, žymenų, bendrai naudojamų atitinkamų prekių ar paslaugų prekyboje, atveju (2003 m. liepos 3 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Best Buy Concepts prieš VRDT (BEST BUY)*, T-122/01, Rink. p. II-2235, 20 punktas).

- 25 Vis dėlto prekių ženklo, sudaryto iš žymenų ar nuorodų, kurie taip pat naudojami kaip reklaminiai šūkiai, kokybės nuorodos ar posakiai, skatinantys pirkti prekes ar paslaugas, kurioms šis prekių ženklas skirtas, negalima atsisakyti įregistruoti vien dėl tokio naudojimo (žr. pagal analogiją minėto sprendimo *Merz & Krell* 40 punktą). Tačiau žymuo, atliekantis kitas nei klasikines prekių ženklo funkcijas, turi skiriamąjį požymį Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkto prasme tik tuomet, jeigu jis iš karto gali būti suprastas kaip prekių ar paslaugų komercinės kilmės nuoroda, ir taip, kad suinteresuota visuomenė be jokios suklaidinimo galimybės galėtų atskirti prekių ženklo savininko prekes ar paslaugas nuo kitos komercinės kilmės prekių ar paslaugų (minėto sprendimo *BEST BUY* 21 punktas).
- 26 Žymens skiriamąjį požymį galima įvertinti tik atsižvelgiant į prekes ar paslaugas, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, ir, antra, į tai, kaip suinteresuota visuomenė jį suvokia (minėto sprendimo *BEST BUY* 22 punktas).
- 27 Nagrinėjamoje byloje pirmiausia pabrėžtina, kad prašomu įregistruoti prekių ženklu pažymėtos prekės yra visiems vartotojams skirtos valymo ir kosmetinės prekės bei kasdieninio vartojimo maisto produktai. Todėl tikslinę visuomenę sudaro paprastas, pakankamai informuotas, protingai pastabus bei nuovokus vartotojas. Be to, tikslinė visuomenė, kurios atžvilgiu pagal Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 2 dalį nagrinėtini absoliutūs atmetimo pagrindai, yra vokiškai kalbanti visuomenė, kadangi nagrinėjamas žodinis žymuo yra sudarytas iš vokiečių kalbos žodžių (šiuo klausimu žr. 2002 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Ellos prieš VRDT (ELLOS)*, T-219/00, Rink. p. II-753, 30 ir 31 punktus ir 2003 m. spalio 15 d. Sprendimo *Nordmilch prieš VRDT (OLDENBURGER)*, T-295/01, Rink. p. II-4365, 35 punktą).

- 28 Dėl prašomo įregistruoti prekių ženklo skiriamojo požymio Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 36 punkte konstatavo, kad prašomas įregistruoti šūkis neturi jokio reikalaujamo minimalaus skiriamojo požymio, kadangi jis atitinkamoje komercinėje aplinkoje būtų suprantamas kaip paprasčiausia siūlomų prekių tam tikros kokybės nuoroda, o ne kaip prekių ženklas, nurodantis įmonę, iš kurios šios prekės yra kilusios. Tokia išvada darytina, kadangi šis plačiai vartojamas ir įprastas šūkis neturi jokių papildomų skiriamųjų elementų. Vadinas, šis žymuo neturi skiriamojo požymio.
- 29 Pažymėtina, kad Apeliacinė taryba teisingai išnagrinėjo prašomą įregistruoti prekių ženklą. Iš tikrųjų prašomą įregistruoti prekių ženklą tikslinė visuomenė iš karto suvoks kaip paprastą reklamos posakį arba šūkį, nurodantį, jog nagrinėjamos prekės suteikia vartotojams kiekybinės ir (arba) kokybinės naudos, palyginti su konkuruojančiomis prekėmis (šiuo klausimu žr. minėto sprendimo *BEST BUY* 29 punktą). Šiuo atveju elementas „mehr“ („daugiau“) turi reklaminį giriamąjį požymį, kurio paskirtis – pabrėžti teigiamas prekių ar paslaugų, kurioms pristatyti naudojamas šis elementas, savybes (šiuo klausimu žr. 2002 m. lapkričio 20 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Bosch prieš VRDT (Kit Pro ir Kit Super Pro)*, T-79/01 ir T-86/01, Rink. p. II-4881, 26 punktą).
- 30 Be to, pati ieškovė nurodo, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas vartotojui sukelia bendrą įspūdį, jog pirkdamas juo pažymėtas prekes jis gauna „daugiau už savo pinigų“.
- 31 Šiuo atveju nėra reikšmingas ieškovės argumentas, kad vartotojas nėra informuojamas apie su šiuo prekių ženklu pasiūlytų prekių sudėtį ar savybes, kadangi jis nežino apie kokį „daugiau“ yra kalbama. Iš tikrųjų tam, kad būtų pripažintas skiriamojo požymio nebuvimas, pakanka pažymėti, jog nagrinėjamo žodinio žymens semantinis turinys vartotojui nurodo prekės savybę, susijusią su jos prekine verte, kuri, būdama neapibrėžta, kyla iš realizavimą skatinančios ar reklaminio pobūdžio informacijos, kurią suinteresuota visuomenė pirmiausia taip ir suvoks, ir kur kas geriau nei kaip komercinę prekių kilmės nuorodą (šiuo klausimu žr. minėto

sprendimo *REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS* 29 ir 30 punktus). Be to, vien informacijos apie nurodytų prekių kilmę žodiniame žymenyje „Mehr für Ihr Geld“ trūkumo nepakanka, kad būtų galima pripažinti, jog šis žymuo turi skiriamąjį požymį (šiuo klausimu žr. minėto sprendimo *BEST BUY* 30 punktą).

- 32 Be to, prašomame įregistruoti prekių ženkle „Mehr für Ihr Geld“ nėra elementų, kurie be aiškios reklaminės prasmės leistų suinteresuotai visuomenei jį lengvai ir greitai įsiminti kaip skiriamąjį, prekėms skirtą prekių ženklą. Netgi darant prielaidą, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas bus naudojamas atskirai, be jokio kito žymens ar prekių ženklo, suinteresuota visuomenė be išankstinės informacijos negalėtų jo suprasti kitaip nei reklamos prasme (minėto sprendimo *REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS* 28 punktas).
- 33 Dėl ieškovės argumento, grindžiamo minėtu sprendimu *DAS PRINZIP DER BEQUEMLICHKEIT*, jog toks prekių ženklas, koks yra prašomas įregistruoti, turi būti laikomas turinčiu skiriamųjų požymių, pakanka nurodyti, kad pagal vėlesnę nei šis sprendimas teismų praktiką Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkte numatyti prekių ženklai yra ne tik tie, kurie bendrai naudojami prekyboje atitinkamoms prekėms ar paslaugoms pristatyti, bet ir galintys būti taip naudojami (šiuo klausimu žr. minėto sprendimo *Kit Pro ir Kit Super Pro* 19 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką). Taigi iš esmės konstatuodama, kad „šiais trumpais ir aiškiais, labai paprastai suderintais žodžiais“ prašomas įregistruoti prekių ženklas vartotojams nurodo, jog minimos prekės suteikia jam kiekybės ir (arba) kokybės naudos, Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 31 punkte pakankamai teisėtai įrodė, kad šis prekių ženklas gali būti bendrai naudojamas prekyboje susijusioms prekėms pristatyti.
- 34 Tokiomis aplinkybėmis konstatuotina, kad suinteresuota visuomenė prašomą įregistruoti prekių ženklą dėl jo prasmės pirmiausia supras kaip reklaminį šūkį, o ne kaip prekių ženklą, ir kad dėl to jis neturi jokio skiriamojo požymio.

- 35 Dėl ieškovės nurodomo šūkio *Partner with the best* įregistravimo Vokietijoje primintina, kad pagal nusistovėjusią teismų praktiką, visų pirma, Bendrijos prekių ženklų sistema yra savarankiška, ir, antra, Apeliacinių tarybų sprendimų teisėtumas turi būti vertinamas remiantis tik Reglamentu Nr. 40/94, o ne ankstesne VRDT sprendimų praktika (2000 m. vasario 16 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Procter & Gamble prieš VRDT (Muilo forma)*, T-122/99, Rink. p. II-265, 60 ir 61 punktai; 2000 m. gruodžio 5 d. Sprendimo *Messe München prieš VRDT (electronica)*, T-32/00, Rink. p. II-3829, 46 ir 47 punktai; 2002 m. vasario 27 d. Sprendimo *Streamserve prieš VRDT (STREAMSERVE)*, T-106/00, Rink. p. II-723, 66 punktas ir minėto sprendimo *REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS* 31 punktas). Todėl VRDT nėra saistoma nei nacionalinių registracijų, nei ankstesnių sprendimų.
- 36 Todėl ieškovės antrasis ieškinio pagrindas atmestinas.
- 37 Galiausiai, kaip matyti iš Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies, pakanka taikyti vieną iš absoliutaus atmetimo pagrindų, kad žymuo nebūtų registruojamas kaip Bendrijos prekių ženklas (2002 m. rugsėjo 19 d. Teisingumo Teismo sprendimo *DKV prieš VRDT*, C-104/00 P, Rink. p. I-7561, 29 punktas; 2001 m. sausio 31 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld prieš VRDT (Giroform)*, T-331/99, Rink. p. II-433, 30 punktas ir 2003 m. lapkričio 27 d. Sprendimo *Quick prieš VRDT (Quick)*, T-348/02, Rink. p. II-5071, 37 punktas).
- 38 Dėl šių priežasčių ieškinys atmestinas.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

- 39 Pagal Pirmosios instancijos teismo Darbo reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to prašė. Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti VRDT patirtas bylinėjimosi išlaidas pagal pastarosios prašymą. Šiomis aplinkybėmis nereikia nagrinėti ieškinio pagrindo, susijusio su Reglamentu Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies c punkto pažeidimu.

Remdamasis šiais motyvais,

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (ketvirtoji kolegija)

nusprendžia:

- 1. Atmesti ieškinį.**
- 2. Priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.**

Legal

Tiili

Vilaras

Paskelbta 2004 m. birželio 30 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Sekretorius

H. Jung

Pirmininkas

H. Legal