

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMO (ketvirtoji kolegija) SPRENDIMAS  
2005 m. balandžio 20 d.\*

Byloje T-273/02

**Krüger GmbH & Co. KG**, įsteigta Bergisch Gladbach (Vokietija), atstovaujama  
advokato S. von Petersdorff-Campen,

ieškovė,

prieš

**Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui)**  
(VRDT), atstovaujamą G. Schneider,

atsakovę,

\* Proceso kalba: vokiečių.

dalyvaujant kitai procedūros VRDT apeliacinėje taryboje šaliai, įstojusiai į bylą Pirmosios instancijos teisme,

**Calpis Co. Ltd**, įsteigta Tokijoje (Japonija), atstovaujama advokatų O. Jüngst ir M. Schork,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2002 m. birželio 25 d. VRDT pirmosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 484/2000-1), susijusio su protesto procedūra tarp *Calpis Co. Ltd* ir *Krüger GmbH & Co. KG*,

EUROPOS BENDRIJŲ PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS  
(ketvirtoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas H. Legal, teisėjai P. Mengozzi ir I. Wiszniewska-Białecka,

posėdžio sekretorius I. Natsinas, administratorius,

atsižvelgęs į ieškinį, kurį Pirmosios instancijos teismo kanceliarija gavo 2002 m. rugsėjo 6 d.,

atsižvelgęs į atsakymą į ieškinį, kurį Pirmosios instancijos teismo kanceliarija gavo 2002 m. gruodžio 18 d.,

atsižvelgęs į įstojusios į bylą šalies paaiškinimus, kuriuos Pirmosios instancijos teismo kanceliarija gavo 2002 m. gruodžio 27 d.,

po 2004 m. lapkričio 17 d. posėdžio,

priima šį

## Sprendimą

### Ginčo aplinkybės

- 1 1996 m. balandžio 1 d. *The Calpis Food Industry Co. Ltd*, tapusi *Calpis Co. Ltd*, (toliau – įstojusi į bylą šalis), remdamasi 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentu Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1) su pakeitimais, pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklaus ir pramoniniam dizainui) (VRDT) paraišką Bendrijos prekių ženklui.
- 2 Prašomas į registruoti prekių ženklas buvo žodinis žymuo CALPICO.
- 3 Pagal peržiūrėtą ir pataisytą 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartį dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos prekės ir paslaugos, kurioms buvo prašoma įregistruoti prekių ženklą, priklauso 29, 30 ir 32 klasėms ir pagal

32 klasę atitinka ši aprašyma: „mineralinis ir gazuotas vanduo, kiti gaivieji gėrimai, ypač fiziologinį poveikį turintys gėrimai; vaisių gėrimai ir vaisių sultys, bei vaisių sulčių gėrimai; sirupai ir kiti gėrimų gaminimo mišiniai“.

4 1998 m. rugsėjo 28 d. paraiška prekių ženklui buvo paskelbta *Bendrijos prekių ženklų biuletenyje* Nr. 74/98.

5 1998 m. lapkričio 11 d. *Krüger GmbH & Co. KG* (toliau – ieškovė) dėl prašomo įregistruoti žymens CALPICO pateikė protestą, nurodydama supainiojimo galimybę Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto prasme su ankstesniu Vokietijoje įregistruotu jai priklausančiu nacionaliniu žodiniu prekių ženklu CALYPSO. Pagal Nicos sutarties klasifikaciją prekės, kurioms buvo įregistruotas ankstesnis prekių ženklas, priklauso 32 klasei ir atitinka šį aprašymą: „vaisių milteliai ir nealkoholiniai vaisių mišiniai gaiviųjų gėrimų gaminimui (taip pat šių produktų tirpūs produktai)“.

6 2000 m. kovo 13 d. sprendimu Protestų skyrius protestą atmetė remdamasis tuo, jog su sąlyga, kad abu prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra pakankamai skirtingi vizualiai, fonetiškai ir konceptualiai, jų nebūtų galima supainioti Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto prasme.

7 2000 m. gegužės 5 d. ieškovė pateikė VRDT apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo.

- 8 2002 m. birželio 25 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) pirmoji Apeliacinė taryba apeliaciją atmetė. Iš esmės Apeliacinė taryba manė, kad nepaisant nagrinėjamų prekių dalinio tapatumo (gėrimų gaminimo mišiniai) ir iš dalies didelio panašumo (kiti produktai), žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualūs, fonetiniai ir konceptualūs skirtumai neleidžia daryti išvados, kad egzistuoja supainiojimo galimybė.

### Šalių reikalavimai

- 9 Ieškovė Pirmosios instancijos teismo prašo:

- panaikinti ginčijamą sprendimą,
  
  
- priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

- 10 VRDT ir įstojusi į bylą šalis Pirmosios instancijos teismo prašo:

- atmesti ieškinį,
  
  
- priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

**Dėl teisės**

- 11 Grįsdama savo ieškinį, ieškovė nurodo du pagrindus. Pirmasis teisinis pagrindas yra susijęs su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu. Antrasis teisinis pagrindas yra susijęs su teisės būti išklausytam, įtvirtintam Reglamento Nr. 40/94 61 straipsnio 2 dalyje kartu su 1995 m. gruodžio 13 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 2868/95, skirtu įgyvendinti Reglamentą Nr. 40/94, 20 taisyklės 2 dalies pirmu sakiniu ir Europos žmogaus teisių ir pagrindinių laisvių apsaugos konvencijos (EŽTK) 6 straipsnio 1 dalyje.

*Dėl pirmojo teisinio pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu*

**Šalių argumentai**

- 12 Pirmą, ieškovė mano, kad Apeliacinė taryba vienu metu analizuodama žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualius, fonetinius ir konceptualius panašumus, akivaizdžiai klaidingai bendrai įvertino supainiojimo galimybę. Ieškovės nuomone, jei nustatomas vienas lemiamai svarbus, pavyzdžiui, vizualus panašumas, nėra būtina vertinti konceptualaus žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo, net jei buvo nustatyta, kad fonetiškai jie nėra panašūs. Atlikdama bendrą įvertinimą, Apeliacinė taryba pažeidė Teisingumo Teismo 1997 m. lapkričio 11 d. Sprendime *SABEL* (C-251/95, Rink. p. I-1691) ir 1999 m. birželio 11 d. Sprendime *Lloyd Schuhfabrik Meyer* (C-342/97, Rink. p. I-3819, 27 punktą) minimą teismų praktiką.

- 13 Antra, ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba neteisingai įvertino faktus ir kad ji negalėjo padaryti išvados, jog prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra nepanašūs.
- 14 Visų pirma, ji teigia, kad Apeliacinė taryba klydo nusprendama, kad padidėjęs pasiūlai vaisių sulčių ir gėrimų sektoriuje, paprasto vartotojo pastabumo laipsnis neturi būti laikomas mažu. Ieškovė neginčija padidėjusios pasiūlos vaisių sulčių ir gėrimų sektoriuje, tačiau mano, kad Apeliacinės tarybos argumentavimas yra prieštaringas. Jeigu, kaip ji pažymėjo, šiuo atveju kalbama apie greitai perkamas prekes, vartotojo pastabumo laipsnis negali būti didelis. Be to, pasiūlos padidėjimas didina galimybę supainioti prekių ženklus. Ir pati Apeliacinė taryba pabrėžė, kad prekių kaina buvo maža. Ieškovės nuomone, paprastas vartotojas kreipia mažiau dėmesio į pigią prekę nei į brangesnę.
- 15 Be to, ieškovė teigia, kad egzistuoja žymenų CALYPSO ir CALPICO vizualus panašumas. Abu žymenys sudaryti iš septynių raidžių ir turi po raidę „p“ žodžio viduryje. Be to, bendros abiejų žymenų raidės („cal“ ir „o“) išsidėsčiusios žymenų pradžioje ir pabaigoje. Taigi, ieškovė tvirtina, kad žodinio žymens pradžios ir pabaigos elementai lemia jo vizualų išpūdį. Apeliacinės tarybos tvirtinimas, kad egzistuoja dviejų raidžių „pic“ ir „yps“ junginių vizualūs skirtumai, yra nesvarbi, nes jie išsidėstę žodžio viduryje. Be to, ieškovė pabrėžia, kad nagrinėjami žymenys visų pirma suvokiami vizualiai, ir vartotojas juos suvokia fonetiškai tik tada, jei atidžiau juos tyrinėja. Taigi, su sąlyga, kad jo pastabumo laipsnis yra nedidelis, žymenys dažniausiai suvokiami vizualiai. Todėl vizualiam panašumui reikėtų suteikti lemiamą reikšmę.

- 16 Ieškovės nuomone, dėl vizualaus panašumo atsiradusią supainiojimo galimybę sustiprina žymenų fonetinis panašumas. Iš tikrųjų jie turi vienodą balsių „a-i-o“ junginį, nes žymens CALYPSO raidė „y“ tariama kaip „i“. Balsių junginys yra lemiamas fonetiškai suvokiant nagrinėjamus žodžius. Be to, ieškovė teigia, kad, žymuo CALPICO Vokietijoje yra laikomas užsienio kalbos žodžiu, tad didelė dalis vartotojų jį tars kaip itališką ar ispanišką žodį, t. y. „*kalpitscho*“ ar „*kalpizo*“. Vadinas, Vokietijos vartotojas nebūtų tikras dėl žodinio žymens CALPICO tarimo, o tai jį paskatintų šį žymenį tarti taip pat kaip ir žymenį CALYPSO, kurį jis jau yra girdėjęs. Apeliacinės tarybos tvirtinimas, kad CALPICO „c“ raidė bus tariama kaip „k“, nes vokiečių kalboje „c“, esanti prieš „o“, visada taip tariama, yra neteisingas, nes CALPICO nėra vokiečių kalbos žodis.
- 17 Be to, ieškovė mano, kad konceptualus abiejų žymenų nepanašumas neleidžia daryti išvados, kad nėra jokios galimybės supainioti. Kadangi žodis „calypso“ vokiečių kalboje turi daugybę reikšmių (jis reiškia Antilų ritminį šokį, Graikijos mitologijos nimfą arba Saturno planetos mėnulį), o žodis „calpico“ neturi jokios reikšmės, vartotojas gali dėl abiejų žymenų vizualaus ir fonetinio panašumo suteikti žodžiui „calpico“ žodžio „calypso“ reikšmes. Be to, Apeliacinė taryba nenustatė, kodėl be daugybės žodžio „calypso“ skirtingų reikšmių vartotojui jis asocijuojasi su Karibais, pietų šalimis ir siūbuojančiais ritmais.
- 18 Galiausiai, ieškovė teigia, kad Apeliacinė taryba, vertindama supainiojimo galimybę, neatsižvelgė į žymenų ir prekių panašumo tarpusavio priklausomybę. Iš tikrųjų, nustatčiusi prekių panašumą, Apeliacinė taryba privalėjo, remdamasi vizualiu ir fonetiniu žymenų panašumu, patvirtinti, kad yra supainiojimo galimybė.



- 19 Trečia, ieškovė teigia, kad ginčijamas sprendimas prieštarauja VRDT sprendimų, ypač 2002 m. vasario 28 d. Sprendimo *Robert Krups prieš Lidl Stiftung* Rink. p. 488/2000-4, 2001 m. balandžio 3 d. Sprendimo *Almirall Prodesfarma prieš Mundipharma* Rink. p. 622/1999-3 ir 2001 m. vasario 12 d. Sprendimo *Karlsberg Brauerei prieš Mystery Drinks* Rink. p. 251/2000-3, praktikai.
- 20 VRDT, visų pirma, atsikerta, kad Apeliacinė taryba neteigė, jog tam, kad būtų nustatyta supainiojimo galimybė, reikia, kad vienu metu egzistuotų vizualus, fonetinis ir konceptualus panašumas.
- 21 Antra, VRDT teigia, kad Apeliacinė taryba teisingai įvertino faktus ir teisingai nustatė, kad nėra jokios supainiojimo galimybės.
- 22 Visų pirma, VRDT teigia, kad net dažno vartojimo prekių pirkimo atžvilgiu reikia vadovautis vidutiniu, o ne mažu vartotojo pastabumo laipsniu. Vadinasi, ieškovė turėjo įrodyti, kad šiuo atveju vaisių sulčių atžvilgiu taip nėra. Taigi, paprastas teiginys, kad tai atitinka patirtį, negali būti laikomas pakankamu įrodymu. Iš tikrųjų, VRDT nuomone, Vokietijos vartotojas kreipia ypatingą dėmesį į vaisių sulčių prekių ženklus. VRDT nuomone, didelis tam tikrų prekių ženklų Vokietijos rinkoje pasisiekimas bei dažnos reklamos kampanijos per radiją ar televiziją rodo, kad vartotojas, rinkdamasis tokį gėrimą, atkreipia bent jau vidutinį dėmesį į prekių ženklą.
- 23 Galiausiai, VRDT mano, kad abu žymenys aiškiai skiriasi konceptuali, fonetiniu ar vizuali požiūriu, o tai pašalina prekių ženklų supainiojimo galimybę.

- 24 Pirmiausia, įstojusi į bylą šalis teigia, kad ginčijamame sprendime ji nepastebi jokio bendro vertinimo. Įstojusios į bylą šalies manymu, ieškovė supainiojo du vertinimus. Pirmasis buvo žymenų panašumo vertinimas. Iš minėtų sprendimų *SABEL* ir *Lloyd Schuhfabrik Meyer* matyti, kad tam, kad būtų nustatytas žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumas, reikia įvertinti vizualų, fonetinį ir konceptualų panašumo laipsnį. Antrasis buvo supainiojimo galimybės vertinimas. Pakanka panašumo pagal vieną iš trijų vertinimo kriterijų, kad būtų nustatyta supainiojimo galimybė. Įstojusios į bylą šalies nuomone, jeigu vertindama žymenų panašumą Apeliacinė taryba padaro išvadą, kad žymenys skiriasi, jai nebereikia tirti, ar bent vienas iš šių trijų panašumų gali pagrįsti galimybę supainioti. Būtent taip ir pasielgė Apeliacinė taryba nagrinėjamu atveju.
- 25 Be to, įstojusi į bylą šalis atmeta ieškovės argumentą, kad fonetiniam panašumui reikėtų suteikti mažesnę reikšmę nei vizualiam žymenų panašumui, remiantis tuo, kad žodiniai prekių ženklai iš principo suvokiami pagal jų rašytinę formą. Iš tikrųjų įstojusios į bylą šalies nuomone, prekių ženklų fonetinis įspūdis yra svarbiausias. Per informacijos priemones jos bus išgirstos daug anksčiau nei perskaitytos.
- 26 Antra, įstojusi į bylą šalis teigia, kad Apeliacinė taryba pagrįstai padarė išvadą, kad nėra supainiojimo galimybės.
- 27 Šiuo atžvilgiu ji mano, kad šiuo atveju paprasto vartotojo pastabumo laipsnis nėra mažas. Pabrėždama, kad, vartotojas yra įpratęs prie didelio vaisių sulčių pasirinkimo, tad jam įpakavimai ir prekių ženklai yra svarbūs, Apeliacinė taryba atsižvelgė į Teisingumo Teismo praktiką, kuri reikalauja, kad būtų atsižvelgiama į tai, kad „paprasto vartotojo pastabumo laipsnis gali keistis atsižvelgiant į nagrinėjamą prekę ar paslaugos rūšį“ (minėto sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 26 punktą). Todėl vartotojo pastabumą reikėtų vertinti atskirai kiekvienos prekės atžvilgiu, net jei kalbama apie dažno vartojimo prekes, užuot taikius paprasto vartotojo nedidelio

pastabumo laipsnio principą bet kokioms dažno vartojimo prekėms. Kadangi nagrinėjamus gėrimus gamina daug įmonių, vartotojas juos apžiūrinės santykinai atidžiai. Todėl Apeliacinės tarybos išvada dėl vartotojo pastabumo laipsnio „neprieštarauja“ Protestų skyriaus išvadai, kuri tik kitaip įvertino faktus.

28 Dėl žymenų palyginimo įstojusi į bylą šalis iš esmės pritaria VRDT pozicijai.

29 Galiausiai, įstojusi į bylą šalis taip pat mano, kad ieškovės argumentas, jog Apeliacinė taryba vertindama supainiojimo galimybę neatsižvelgė į prekių ženklų ir prekių panašumo tarpusavio priklausomybę, yra nepagrįstas.

#### Pirmosios instancijos teismo vertinimas

30 Pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktą ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus, prekių ženklas, kurį įregistruoti buvo paduota paraiška, neregistruojamas, jeigu dėl savo panašumo į ankstesnį prekių ženklą ar tapatumo jam arba dėl prekių ar paslaugų, kurioms prekių ženklai yra skirti, panašumo ar tapatumo yra galimybė suklaidinti visuomenę toje teritorijoje, kurioje ankstesnis prekių ženklas yra apsaugotas.

31 Pagal nusistovėjusią teismo praktiką supainiojimo galimybė egzistuoja, jeigu visuomenė gali manyti, jog nagrinėjamos prekės ar paslaugos yra kilusios iš tos pačios įmonės arba iš ekonomiškai susijusių įmonių.

- 32 Pagal tą pačią teismo praktiką supainiojimo galimybė turi būti visapusiškai įvertinama atsižvelgiant į tai, kaip atitinkama visuomenės dalis suvokia tam tikrus žymenis, prekes ir paslaugas, ir į visas konkrečiam atvejui būdingas aplinkybes, ypač į žymenų ir jais žymimų prekių ir paslaugų panašumo tarpusavio priklausomybę (žr. Pirmosios instancijos teismo 2003 m. liepos 9 d. Sprendimo *Laboratorios RTB prieš VRDT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS)*, T-162/01, Rink. p. II-2821, 31–33 punktus ir minėtą teismų praktiką).
- 33 Taip pat, kaip kyla iš nusistovėjusios teismo praktikos, visapusiškas supainiojimo galimybės įvertinimas, tiek, kiek jis susijęs su žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualių, fonetinių ar konceptualių panašumų, privalo būti pagrįstas jų daromu bendru įspūdžiu, atsižvelgiant būtent į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus (žr. Pirmosios instancijos teismo 2003 m. spalio 14 d. Sprendimo *Philips-Van Heusen prieš VRDT – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)*, T-292/01, Rink. p. II-4335, 47 punktą ir minėtą teismų praktiką).
- 34 Nagrinėjamu atveju ginčas susijęs su žymenų palyginimu. Nesiginčijama dėl dalinai identiškų ir dalinai panašių prekių, kurioms skirti prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, požymių.
- 35 Kadangi ankstesnis prekių ženklas buvo užregistruotas Vokietijoje, atitinkama visuomenės dalis yra Vokietijos paprastas vartotojas.
- 36 Visų pirma pabrėžtina, kad priešingai nei teigia ieškovė, supainiojimo galimybė negali būti nustatyta iš anksto neįvertinus žymenų panašumo vizualių, fonetinių ir konceptualių požiūriu. Iš tiesų ieškovės teiginys, kad supainiojimo galimybė gali būti nustatyta, jei nustatomas žymenų panašumas bent vieno iš trijų minėtų požiūrių atžvilgiu, prieštarauja šio sprendimo 33 punkte minėtai Bendrijos teismų praktikai, pagal kurią visapusiškas supainiojimo galimybės įvertinimas, tiek, kiek jis susijęs su

žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualių, fonetinių ar konceptualių panašumu privalo būti pagrįstas jų daromu bendru išpūdžiu, atsižvelgiant būtent į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus. Būtent atliekant šį visapusišką įvertinimą, jei reikia, vertinami žymenų skirtumai ir panašumai.

37 Tokiomis aplinkybėmis reikėtų patikrinti, ar Apeliacinė taryba, konstatuodama, kad nėra nagrinėjamų žymenų vizualaus, fonetinio ir konceptualaus panašumo, leidžiančio tapačių ar labai panašių prekių atveju išvengti bet kokios prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, supainiojimo galimybės, pažeidė Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktą.

38 Dėl nagrinėjamų žymenų vizualaus palyginimo Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 20 punkte nurodė:

„Abu prekių ženklai yra sudaryti iš septynių raidžių, kurių pirmosios trys („cal“) ir paskutinioji („o“) yra tapačios. Ta pati raidė („p“) figūruoja centrinėje abiejų prekių ženklų dalyje. Nepaisant to, abiejų prekių ženklų daromas bendras vizualus išpūdis aiškiai skiriasi. Iš tikrųjų prašomo įregistruoti prekių ženklo raidžių junginys „pic“ aiškiai skiriasi nuo protestą pareiškusio asmens prekių ženklo raidžių junginio „yps“.

39 Negali būti neatsižvelgta į tokį įvertinimą. Apskritai dėl sąlyginai trumpų žodinių žymenų, būtent kaip nagrinėjamos bylos atveju, centriniai elementai yra tokie pat svarbūs kaip ir žymens pradžios bei pabaigos elementai (šiuo atžvilgiu žr. Pirmosios instancijos teismo 2004 m. liepos 6 d. Sprendimo *Grupo El Prado Cervera prieš VRDT – Héritiers Debuschewitz (CHUFAFIT)*, T-117/02, Rink. p. II-2073, 48 punktą). Vadinas, atsižvelgiant į prašomo įregistruoti prekių ženklo raidžių junginį „pic“ ir

ankstesnio nacionalinio prekių ženklo raidžių junginį „yps“, neleidžiančius konstatuoti vizualaus žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo, šie žymenys iš tikrųjų vizualiai skiriasi.

40 Dėl fonetinio palyginimo Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 21 punkte nurodė:

„Priešingai nei teigia protestą pareiškęs asmuo, Apeliacinė taryba nemano, kad galima teigti, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas Vokietijoje būtų tariamas „KALPITZO“ arba „KALPISO“. Vokiečių kalboje, kai po raidės „c“ seka raidė „o“, ji visada tariama kaip „k“, kaip žodžiuose „collage“, „computer“, „container“, „coburg“ arba „Coca-Cola“<sup>40</sup>. Vadinasi, tai yra kietoji priebalsė. Kalbiniu požiūriu prašomas įregistruoti prekių ženklas skiriamas į tris skiemenis: CAL-PI-CO (tariamus KAL-PI-KO), kirčiuojant pirmąjį skiemenį. Nors kalbiniu požiūriu protestą pareiškusio asmens prekių ženklas taip pat yra sudarytas iš trijų skiemenų, t. y. CA-LY-PSO (tariamų KA-LU-PSO), kirčiuojamas antras skiemuo. Vadinasi, fonetiniu požiūriu abu prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, aiškiai skiriasi.“

41 Į šį vertinimą reikia atsižvelgti. Iš tikrųjų pabrėžtina, kad žymenys, dėl kurių kilo ginčas, turi du skiemenis, aiškiai besiskiriančius fonetiniu požiūriu, nes abiejuose žymenyse fonetiškai kirčiuojamas ne tas pats skiemuo ir raidė „y“ vokiečių kalboje tariama ne taip pat kaip raidė „i“. Be to, dėl ieškovės argumento, kad Vokietijos vartotojas žodinių žymenį CALPICO taria kaip „kalpitscho“ arba „kalpizo“ – taip jis tariamas italų ar ispanų kalbose — pažymėtina, kad net darant prielaidą, jog atitinkama visuomenės dalis pakankamai moka italų ir ispanų kalbas, CALPICO netiriamas kaip „kalpitscho“ arba „kalpizo“ nei italų, nei ispanų kalbose. Be to, net ir darant prielaidą, kaip teigia ieškovė, kad Vokietijos vartotojas, žymenį CALPICO

laikantis užsienio kalbos žodžiu ir nemokėdamas tarimo jį tariantis taip, kaip, jo manymu, turėtų būti tariama italų ar ispanų kalbose, vis tiek šio žodžio netars taip, kaip taria žodinį žymenį CALYPSO, kurio tarimas vokiečių kalboje yra nustatytas. Šis skirtumas papildomai padeda išvengti bet kokio dviejų žymenų fonetinio panašumo.

- 42 Dėl konceptualaus palyginimo ginčijamo sprendimo 22 punkte Apeliacinė taryba pabrėžė, kad žodis „calpico“ yra „visiškai išgalvotas žodis, neturintis jokios semantinės reikšmės“, o žodis „calypso“ reiškia arba „Karibus, pietų šalis ir siūbuojančius ritmus“, arba Graikijos mitologijos nimfą, kuri suteikė prieglobstį Odisejui, sudužus jo laivui. Tokiomis aplinkybėmis ji padarė išvadą, kad tarp žymenų, dėl kurių kilo ginčas, nėra „jokio konceptualaus panašumo“.

- 43 Šiuo atžvilgiu pakanka nurodyti, kad atitinkamos visuomenės dalies atžvilgiu žodis „calypso“ iš esmės turi bent jau dvi Apeliacinės tarybos nurodytas reikšmes, o žodis „calpico“ neturi jokios reikšmės. Konceptualių požiūriu atitinkama visuomenės dalis aiškiai gali atskirti žymenis, dėl kurių kilo ginčas, nepaisant tikslios reikšmės, kurią ji suteiktų žodžiui „calypso“, iš tų dviejų, kurias nurodė Apeliacinė taryba. Be to, net ir darant prielaidą, kaip teigia ieškovė, kad atitinkamai visuomenės daliai žodis „calypso“ siejasi su vienu iš Saturno planetos palydovų, ši aplinkybė vis tiek nereikštų jokio konceptualaus panašumo su žodžiu „calpico“.

- 44 Todėl Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad žymenys, dėl kurių kilo ginčas, nėra vizualiai, fonetiškai ar konceptualiai panašūs.

- 45 Tokiomis aplinkybėmis, nepaisant to, kad prekės, ženklinamos prekių ženklais, dėl kurių kilo ginčas, yra dalinai tapačios ir iš dalies labai panašios, prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, vizualus skirtumas ir aiškūs fonetinis ir konceptualus skirtumai panaikina galimybę atitinkamai visuomenės daliai juos supainioti.
- 46 Ši išvada nėra ginčijama kitais ieškovės argumentais.
- 47 Dėl ieškovės teiginio, kad vizualus prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, įspūdis dominuoja bendro jų įspūdžio atžvilgiu, pakanka nurodyti, kad šis teiginys, net ir būdamas teisingas, nesant vizualaus žymenų panašumo negali pagrįsti prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, supainiojimo galimybės.
- 48 Ieškovės argumentas, susijęs su ankstesne VRDT sprendimų praktika, taip pat yra atmestinas, nes, remiantis nusistovėjusia teismo praktika, Apeliacinių tarybų sprendimų teisėtumas turi būti vertinamas tik remiantis Bendrijos teismų pateiktu Reglamento Nr. 40/94 išaiškinimu, o ne tokia ankstesne sprendimų praktika (Pirmosios instancijos teismo 2002 m. gruodžio 5 d. Sprendimo *Sykes Enterprises prieš VRDT (REAL PEOPLE, REAL SOLUTIONS)*, T-130/01, Rink. p. II-5179, 31 punktas ir Pirmosios instancijos teismo 2003 m. liepos 3 d. Sprendimo *Alejandro prieš VRDT – Anheuser-Busch (BUDMEN)*, T-129/01, Rink. p. II-2251, 61 punktas).
- 49 Be to, dėl šio sprendimo 19 punkte minėto Apeliacinės tarybos sprendimo *Karlsberg Brauerei prieš Mystery Drinks*, dėl kurio ypač ginčijosi ieškovė ir įstojusi į bylą šalis ir dėl kurio buvo pareikštas ieškinys Pirmosios instancijos teisme (Pirmosios instancijos teismo 2003 m. sausio 15 d. Sprendimas *Mystery Drinks prieš VRDT – Karlsberg Brauerei (MYSTERY)*, T-99/01, Rink. p. II-43), ieškovė neįrodė, kad



egzistuoja situacija, panaši į tos bylos situaciją, nes nagrinėjamu atveju žymenys, dėl kurių kilo ginčas, fonetiškai aiškiai skiriasi, o byloje, kurioje buvo priimtas sprendimas MYSTERY, buvo nuspręsta, kad nagrinėti žymenys fonetiškai panašūs.

50 Galiausiai, ieškovė priekaištauja Apeliacinei tarybai, jog ši tam, kad įvertintų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, supainiojimo galimybę, atsižvelgė į atitinkamos visuomenės dalies didelį pastabumo laipsnį, kas prieštarauja Protestų skyriaus atliktai analizei, kurioje buvo nustatyta, kad atitinkama visuomenė dalis neatidžiai perka prekių ženklais, dėl kurių kilo ginčas, pažymėtas prekes.

51 Šiuo atžvilgiu pabrėžtina, kad sprendime, kuriuo atmetamas protestas dėl to, kad nėra supainiojimo galimybės, Protestų skyrius nurodė:

„Nors šiuo atveju nagrinėjamos prekės yra tapačios, palyginamų žymenų skirtumų užtenka pakankamai aiškiai atskirti (prekių ženklus). Žinoma, skirtumui, kuris privalo egzistuoti tarp ženklų, ypač dėl to, kad palyginamos prekės yra dažno vartojimo, kurios, kaip rodo praktika, yra perkamos pakankamai neatidžiai ir nekreipiant ypatingo dėmesio į prekių žymėjimą, šiuo atveju būtina taikyti griežtus kriterijus.“

52 Pažymėtina, kad Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 23 punkte patikslino:

„Prekės, pažymėtos kiekvienu iš prekių ženklų, yra kasdienio vartojimo prekės, kurias vartotojas paprastai greitai perka prekybos centruose ir gėrimų parduotuvėse.

Šių prekių kaina yra tokia, kad jos gali būti laikomi pigiomis prekėmis. Tačiau, atsižvelgiant į pasiūlos vaisių sulčių ir gėrimų sektoriuje padidėjimą, konstatuotina, kad paprasto kliento pastabumas nėra mažas. Iš tikrųjų įpratęs prie didelės vaisių sulčių ir panašaus pobūdžio prekių, tokių kaip milteliai, panašioje pakuotėje pasiūlos, vartotojas atkreips dėmesį į kiekvieno iš jų pakuotę ir pirksdamas ištirs prekių ženklus.“

53 Kadangi prekių ženklais, dėl kurių kilo ginčas, pažymėtos prekės yra dažno vartojimo, tiek Protestų skyrius, tiek Apeliacinė taryba nusprendė, kad atitinkamos visuomenės dalies pastabumo laipsnis nebuvo didelis. Žinoma, ginčijamo sprendimo 23 punktą skiriasi nuo Protestų skyriaus sprendimo atitinkamos visuomenės dalies tikslaus pastabumo laipsnio vertinimu prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, atžvilgiu, dėl galimos pasiūlos padidėjimo vaisių sulčių ir gėrimų sektoriuje įtakos šiam pastabumui. Vis dėlto, jei Apeliacinė taryba teigė, kad pasiūlos padidėjimas vaisių sulčių ir gėrimų sektoriuje galėjo paskatinti atitinkamą visuomenės dalį atkreipti ypatingą dėmesį į prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, ji nemanė, kad šis pastabumas buvo didelis.

54 Bet kokiu atveju, dviejų VRDT instancijų sprendimų skirtingas vertinimas neįtakoja žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo nebuvimo ir prekių ženklų panašumo nebuvimo, kuriuos šios instancijos buvo minėjusios. Iš tikrųjų, atsižvelgiant į šio sprendimo 38–43 punkte minimus žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualius, fonetinius ir koncepcinius skirtumus, paprastas Vokietijos vartotojas nesuteiktų tos pačios komercinės kilmės prekėms, pažymėtoms prekių ženklais, dėl kurių kilo ginčas, bei neatkreiptų į šiuos prekių ženklus ypatingo dėmesio.

55 Šiomis aplinkybėmis Apeliacinė taryba visiškai teisingai nusprendė, kad nėra jokios prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, supainiojimo galimybės Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies punkto prasme.

56 Todėl pirmasis teisinis pagrindas yra atmestinas.

*Dėl antrojo teisinio pagrindo, susijusio su teise būti išklausytam, įtvirtinta Reglamento Nr. 40/94 61 straipsnio 2 dalyje kartu su 1995 m. gruodžio 13 d. Reglamento Nr. 2868/95 20 taisyklės 2 dalies pirmu sakiniu ir EŽTK 6 straipsnio 1 dalyje*

### Šalių argumentai

- 57 Ieškovė pažymi, kad, Apeliacinės tarybos nuomone, paprasto vartotojo pastabumo laipsnis nebuvo mažas dėl didelės ir įvairios pasiūlos vaisių sulčių ir gėrimų sektoriuje. Tačiau Apeliacinė taryba nepakvietė ieškovės pateikti atsiliepimų dėl jos pastabų dėl įvertinimo, kurį ji atliko dėl paprasto vartotojo pastabumo laipsnio, o tai pažeidžia jos teisę būti išklausytai Reglamento Nr. 40/94 61 straipsnio 2 dalies kartu su 1995 m. gruodžio 13 d. Reglamento Nr. 2868/95 20 taisyklės 2 dalies pirmu sakiniu ir EŽTK 6 straipsnio 1 dalies prasme.
- 58 VRDT pabrėžia, kad tiek Protestų skyrius, tiek ieškovė jau buvo pareiškę savo nuomonės dėl vartotojo pastabumo laipsnio prieš tai, kai jį įvertino Apeliacinė taryba. Todėl ginčijamas sprendimas galėjo nukrypti nuo šalių jai pateiktos argumentacijos, nesant būtinybės šalis apie tai informuoti iš anksto. Todėl VRDT teigia, kad su tuo susiję skundai dėl teisės būti išklausytam pažeidimo yra nepagrįsti.
- 59 Įstojusi į bylą šalis mano, kad ieškovė nurodo Reglamento Nr. 40/94 73 straipsnio antrą sakinį, kuris įpareigoja VRDT nurodyti šalims, jei ketina sprendimą grįsti tokiais motyvais ar įrodymais, apie kuriuos šalys nepateikė savo atsiliepimų.

Įstojusios į bylą šalies manymu, klausimas dėl vartotojo pastabumo laipsnio priklauso faktų įvertinimui. Jei Apeliacinė taryba ir Protestų skyrius šiek tiek skirtingai įvertina faktus, tai nereiškia, kad faktai yra nauji. Įstojusios į bylą šalies nuomone, šie faktai buvo išsamiai išdėstyti tiek Protestų skyriaus sprendime, tiek ginčijamame sprendime. Šiomis aplinkybėmis, įstojusi į bylą šalis mano, kad naujas jau žinomų faktų įvertinimas nėra teisės būti išklausytam pažeidimas. Be to, įstojusi į bylą šalis pažymi, kad ieškovė žinojo, kad supainiojimo galimybė buvo įvertinta atsižvelgiant į vartotojo pastabumą. Vadinasi, ieškovė turėjo galimybę išplėtoti šį argumentą, tačiau to nepadarė.

#### Pirmosios instancijos teismo vertinimas

60 Pagal Reglamento Nr. 40/94 61 straipsnio 2 dalį „(nagrinėdama) apeliaciją, Apeliacinė taryba tiek kartų, kiek reikia, pasiūlo šalims per savo nustatytą laiką pateikti atsiliepimus į kitų šalių arba jos pačios pastabas“. Be to, Reglamento Nr. 2868/95 20 taisyklės 2 dalies pirmas sakinytis numato, kad, jei protesto pranešime nėra išvardytų faktų, įrodymų ir argumentų, nurodytų 16 taisyklės 1 ir 2 dalyse, Taryba paragina protestą reiškiančią šalį per nustatytą terminą juos pateikti.

61 Vadinasi, dėl ieškovės teiginio, kad Apeliacinė taryba pažeidė šias dvi nuostatas, pakanka konstatuoti, kad, pirma, ieškovė neįrodė, jog ji nebuvo pakviesta pateikti atsiliepimų apie Apeliacinės tarybos arba įstojusios į bylą šalies pateiktas pastabas Reglamento Nr. 40/94 61 straipsnio 2 dalis prasme, ir; antra, iš jokios bylos medžiagos dokumento nematyti, kad protesto pranešime nebuvo informacijos, numatytos Reglamento Nr. 2868/95 20 taisyklės 2 dalies pirmame sakinyje. Todėl ieškovės skundas dėl šių nuostatų pažeidimo yra atmestinas.

- 62 Dėl tariamo EŽTK 6 straipsnio 1 dalies pažeidimo būtina patikslinti, kad Pirmosios instancijos teismas nusprendė netaikyti VRDT apeliacinėms taryboms teisės į teisingą bylos nagrinėjimą, nes procesas apeliacinėse tarybose yra ne teisminio, o administracinio pobūdžio (šiuo atžvilgiu žr. Pirmosios instancijos teismo 2000 m. vasario 16 d. Sprendimo *Procter & Gamble prieš VRDT (Muilo forma)*, T-63/01, Rink. p. II-5255, 22 ir 23 punktus).
- 63 Vis dėlto, kaip teisingai mano įstojusi į bylą šalis, antruoju teisiniu pagrindu, susijusiu su teisės būti išklausytam pažeidimu, ieškovė galiausiai siekia įrodyti, kad Apeliacinė taryba nesilaikė Reglamento Nr. 40/94 73 straipsnio antro sakinio, pagal kurį „(VRDT) sprendimai grindžiami tiktais tokiais motyvais ar įrodymais, apie kuriuos šalys galėjo pateikti savo atsiliepimus“, kuris Reglamente Nr. 40/94 išreiškia bendro gynybos teisių gerbimo principą.
- 64 Nagrinėjamu atveju primintina, kad ieškovė skundžiasi, jog Apeliacinė taryba nepasiūlė jai pateikti pastabų dėl atitinkamos visuomenės dalies „didelio“ pastabumo, kurį ji ruošėsi aptarti ginčijamame sprendime, ir taip pažeidė jos teisę būti išklaudyta. Tačiau aišku, kad ieškovė nepriekaištauja Apeliacinei tarybai dėl to, kad ši nepasiūlė jai pateikti pastabų dėl didelės pasiūlos vaisių sulčių ir gėrimų sektoriuje, t. y. faktinės aplinkybės, kuria pagrįstas Apeliacinės tarybos aptartas atitinkamos visuomenės dalies pastabumo laipsnis.
- 65 Vadinas, manytina, kad, jei Reglamento Nr. 40/94 73 straipsnio antrame sakinyje numatyta teisė būti išklausytam taikoma visoms faktinėms ar teisinėms aplinkybėms bei įrodymams, kurie yra sprendžiamojo dokumento pagrindas, vis dėlto ji netaikoma galutinei pozicijai, kurią administracija ruošiasi priimti (šiuo atžvilgiu žr. Pirmosios instancijos teismo 1999 m. sausio 21 d. Sprendimo *Neue Maxhütte Stahlwerke ir Lech Stahlwerke prieš Komisiją*, T-129/95, T-2/96 ir T-97/96, Rink. p. II-17, 231 punktą ir Pirmosios instancijos teismo 2003 m. gruodžio 3 d. Sprendimo *Audi prieš VRDT (TDI)*, T-16/02, Rink. p. II-5167, 71 ir 75 punktai).

- 66 Todėl kadangi nagrinėjamu atveju faktų įvertinimas pateikiamas Apeliacinės tarybos galutinėje pozicijoje, ji neprivalėjo įspėti ieškovę dėl jos turinio.
- 67 Būtina pridurti, kad, kaip matyti iš pirmojo teisinio pagrindo nagrinėjimo, VRDT dviejų instancijų tikslaus atitinkamos visuomenės dalies pastabumo įvertinimo skirtumas neįtakoja šių instancijų konstatuoto nagrinėjamų žymenų bei prekių ženklų panašumo nebuvimo.
- 68 Iš to matyti, kad, net darant prielaidą, jog Apeliacinė taryba būtų pažeidusi ieškovės teisę būti išklaudytai, šis pažeidimas negalėtų pakenkti ginčijamo sprendimo teisėtumui.
- 69 Todėl antrasis teisinis pagrindas bei visas ieškinys yra atmestinas.

### **Dėl bylinėjimosi išlaidų**

- 70 Pagal Procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to prašė.
- 71 Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti bylinėjimosi išlaidas pagal VRDT ir įstojusios į bylą šalies pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

**PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (ketvirtoji kolegija)**

nusprendžia:

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

Legal

Mengozzi

Wiszniewska-Białecka

Paskelbta 2005 m. balandžio 20 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Kancleris

Pirmininkas

H. Jung

H. Legal