

PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS

(trešā palāta)

2005. gada 15. jūnijā *

Lieta T-7/04

Shaker di L. Laudato & C. Sas, Vietri sul Mare [*Vietri sul Mare*] (Itālija), ko pārstāv
F. Šaudone [*F. Sciaudone*], advokāts,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko
pārstāv M. Kapostanjo [*M. Capostagno*], pārstāve,

atbildētājs,

* Tiesvedības valoda — itāļu.

otrs procesa ITSB Apelāciju padomē dalībnieks —

Limiñana y Botella, SL, Manforte del Sida [*Monforte del Cid*] (Spānija),

par prasību par ITSB Apelāciju otrā padomes 2003. gada 24. oktobra lēmumu (lieta R 933/2002-2) attiecībā uz iebildumu procesu starp *Limiñana y Botella, SL* un *Shaker di L. Laudato & C. Sas*.

EIROPAS KOPIENU
PIRMĀS INSTANCES TIESA (trešā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Jēgers [*M. Jaeger*], tiesneši J. Azizi [*J. Azizi*] un E. Kremona [*E. Cremona*],

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

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada 7. janvārī,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada 24. maijā,

pēc tiesas sēdes 2005. gada 20. janvārī

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

- 1 1999. gada 20. oktobrī prasītāja 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 (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.; turpmāk tekstā — "Regula Nr. 40/94").
- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir grafisks apzīmējums, kas attēlots šādi:



- 3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 29., 32. un 33. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām (turpmāk tekstā — “Nicas Nolīgums”) un atbilst šādam aprakstam:
- 29. klase: “Gaļa, zivis, mājputni un medijumi; gaļas ekstrakti; konservēti, žāvēti (kaltēti) un termiski apstrādāti augļi un dārzeņi; žeļejas, ievārījumi, kompoti; olas, piens un piena produkti; pārtikas eļļas un tauki”;
 - 32. klase: “Alus; minerālūdeņi, gāzēti ūdeņi un citi bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi un citas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai”;
 - 33. klase: “Alkoholiskie dzērieni (izņemot alu)”.
- 4 Ar 1999. gada 23. novembra vēstuli ITSB uzaicināja prasītāju sašaurināt savu reģistrācijas pieteikumu, ko tas uzskatīja par daļēji neregistrējamu saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta g) apakšpunktu.
- 5 Precīzāk, ITSB pieprasīja reģistrācijas pieteikumu atsaukt attiecībā uz precēm, kas ir 32. klasē ietilpstošie bezalkoholiskie dzērieni, jo, kā uzskatīja ITSB, ja tiks izmantota norāde “limoncello della costiera amalfitana”, lai vienlaikus apzīmētu preces, kas ietilpst šajā klasē, un 33. klases preces, kurā ietilpst alkoholiskie dzērieni, tā varētu maldināt patērētāju, liekot tam domāt, ka šādi marķētā pudelē iepildīts labi zināmais

liķieris "limoncello", kas tā nebūtu. Turklāt ITSB prasīja, lai prasītāja sašaurinātu 33. klasē ietilpstošo preču sarakstu līdz "Amalfi piekrastē [*Costiera Amalfitana*] ražots citronu liķieris", tādēļ ka preču zīme būtu maldinoša, ja attiecīgajam liķierim būtu cita izcelsme, jo Sorrento [*Sorrente*] un tās blakus josla bauda īpašas preces (izcelsmes) vietas reputāciju, un ka tādējādi tai ir izšķiroša nozīme, patērētājam izdarot izvēli.

- 6 Pēc šī ITSB lūguma prasītāja ierobežoja savu pieteikumu tiktāl, ciktāl tas attiecas uz precēm, kuras ietilpst 33. klasē, sašaurinot sarakstu līdz Amalfi piekrastē ražotam citronu liķierim.
- 7 2000. gada 17. aprīlī preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetenā] Nr. 30/00.
- 8 2000. gada 1. jūnijā *Limiñana y Botella, SL* (turpmāk tekstā — "iebildumu iesniedzēja"), pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 42. panta 1. punktu, iesniedza iebildumu pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju.
- 9 Šis iebildums balstīts uz to, ka pastāv sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē starp pieprasīto preču zīmi, ciktāl tā attiecas uz precēm, kuras ietilpst Nicas Nolikuma 33. klasē, no vienas puses, un, no otras puses, iebildumu iesniedzējai piederošu vārdisku preču zīmi "LIMONCHELLO", kas arī attiecas uz precēm, kuras ietilpst 33. klasē, un kas 1996. gadā reģistrēta *l'Oficina Española de Patentes y Marcas du Ministerio de ciencia y tecnología* (Spānijas Patentu un preču zīmju birojs).

- 10 Ar 2002. gada 9. septembra lēmumu ITSB Iebildumu nodaļa iebildumu apmierināja un sekojoši noraidīja pieteiktās preču zīmes reģistrācijas pieteikumu.
- 11 Iebildumu nodaļa savu lēmumu būtībā pamatoja, norādīdama, ka, ievērojot preču identiskumu un līdzību starp preču zīmēm, Spānijas tirgū pastāv šīs preču zīmes un agrākās preču zīmes sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Kas attiecas uz šo pēdējo elementu, Iebildumu nodaļa ir nonākusi pie šāda secinājuma pēc attiecīgo preču zīmju vizuālās, fonētiskās un konceptuālās līdzības izvērtēšanas, no kā, uzskata ITSB, izriet, ka pastāv vizuāla un fonētiska līdzība starp pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu, terminu “limoncello”, un agrāko preču zīmi.
- 12 2002. gada 7. novembrī iebildumu iesniedzēja par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelāciju saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 57.–62. pantu.
- 13 Ar 2003. gada 24. oktobra lēmumu (turpmāk tekstā — “Apstrīdētais lēmums”) Apelāciju otrā padome prasītājas apelāciju noraidīja. Būtībā Apelāciju padome pēc tam, kad bija noskaidrojusi, ka preces, uz kurām attiecas agrākā preču zīme, aptver preces, uz kurām attiecas pieteiktā preču zīme, uzskatīja, ka pieteiktās preču zīmes dominējošais elements ir termins “limoncello” un ka pieteiktā preču zīme un agrākā preču zīme vizuāli un fonētiski ir ļoti tuvas, kādēļ pastāv šo preču zīmju sajaukšanas iespēja.

Lietas dalībnieku prasījumi

14 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

- atcelt un/vai grozīt Apstrīdēto lēmumu, noraidot iebildumu un apstiprinot prasītājas reģistrācijas pieteikumu;
- piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

15 Atbildētāja prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

- prasību noraidīt;
- piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

16 Tiesas sēdē prasītāja precizēja, ka, prasot "atcelt vai grozīt Apstrīdēto lēmumu", tā domājusi gan Apstrīdētā lēmuma atcelšanu, gan arī tā grozīšanu.

Juridiskais pamatojums

- 17 Prasītāja, pamatojot savus prasījumus, atsaucas uz trim pamatiem. Tā uzskata, ka Apstrīdētajā lēmumā ITSB, pirmkārt, ir pārkāpis Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, otrkārt, ir nepareizi izmantojis pilnvaras un, treškārt, nav izpildījis pienākumu pamatot savus lēmumus. Atbildētājs apstrīd visus šos pamatus.

I — *Par pirmo pamatu: Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu*

A — *Lietas dalībnieku argumenti*

1. Prasītājas izvirzītie argumenti

a) Vispārīga informācija

- 18 Prasītāja uzskata, ka pretēji tam, kā uzskata atbildētājs, nepastāv pietiekoša līdzība starp agrāko preču zīmi un prasītājas preču zīmi. Tādējādi sajaukšanas iespēja starp šīm preču zīmēm nepastāv, un nav jāatsakās reģistrēt prasītājas preču zīmi, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

19 Prasītāja savu nostāju pamato, balstoties uz to, ka izskatāmajā gadījumā nepastāv ne agrākās preču zīmes atšķirtspēja, ne līdzība starp konfliktējošām preču zīmēm.

b) Agrākās preču zīmes atšķirtspēja

20 Prasītāja būtībā uzskata, ka agrākajai preču zīmei nekāda atšķirtspēja nepiemīt un ka prece, kas ir šīs prasības priekšmets, ir plaši pazīstama. ITSB neesot ņēmis vērā nevienu no šiem elementiem.

21 Lai pamatotu savu nostāju, prasītāja atsauca uz faktu, ka, vispārīgi lietojot, vārds "limoncello" Spānijā, Itālijā un citviet pasaulē apzīmē liķieri ar izcelsmes vietu Amalfi piekrastē, kas pagatavots no citronu mizām, nevis tikai un vienīgi iebildumu iesniedzējas ražoto dzērienu. Šajā sakarā prasītāja ir iesniegusi izdrukas no interneta [mājas] lapām un uzskata, ka gan iebildumu iesniedzēja savos 2003. gada 11. aprīļa apsvērumos, gan ITSB savā 1999. gada 23. novembra vēstulē ir atzinuši šādu vispārīgu lietojumu.

22 Tāpat pretēji tam, kas izriet no iebildumu iesniedzējas 2003. gada 11. aprīļa apsvērumiem, termins "limonchelo" ir vienkāršs vārda "limoncello" tulkojums spāņu valodā, kas vispārīgā veidā apraksta no citronu mizām un alkohola pagatavotu liķieri. Prasītāja šajā sakarā norāda uz internetā veikto meklējumu rezultātiem, izmantojot vārdu "limonchelo", un to, ka Spānijā pastāv neskaitāmas līdzīgas preču zīmes, ko esot atzinusi arī iebildumu iesniedzēja.

- 23 Prasītāja secina, ka izskatāmajā gadījumā agrākajai preču zīmei piemīt vāja atšķirtspēja un tādad sajaukšanas iespēja ir maz izteikta, kādēļ ITSB īpaši uzmanīgi būtu jāizvērtē elementi, kas varētu pierādīt, ka abas apskatāmās preču zīmes ir identiskas vai līdzīgas.

c) Apskatāmo preču zīmju līdzība

- 24 Attiecībā uz vizuālo salīdzinājumu prasītāja būtībā uzskata, ka tās preču zīmei, salīdzinot ar agrāko preču zīmi, piemīt svarīgas vizuālas atšķirības. Tā īpaši atsaucas uz itāļu valodas izmantošanu, burtiem, kas seko burtiem “limonc”, vārdiskiem elementiem “della costiera amalfitana” un “shaker”, grafisko attēlojumu, daudzām tipogrāfiskām atšķirībām un izmantotajām krāsām.
- 25 Attiecībā uz fonētisko salīdzinājumu prasītāja galvenokārt uzskata, ka Apelāciju padome ir kļūdaini piešķirusi izšķirošu nozīmi vārdam “limoncello” un uzskatījusi, ka vārdi “della costiera amalfitana” ir vārdiskie elementi, kas nav dominējoši un nav būtiski, šādi rikodamās pretēji judikatūrai un administratīvajai praksei, saskaņā ar kuru, izvērtējot sajaukšanas iespēju no patērētāju viedokļa, ir jāņem vērā visi attiecīgie faktori.
- 26 Prasītāja tāpat uzskata, ka abu preču zīmju salīdzinājums parāda, ka abiem apzīmējumiem kopēji fonētiskie elementi ir tikai pirmās divas zilbes “li” un “mon” un ka sekojošās zilbes “chelo” un “cello” un vārdi “della costiera amalfitana” ir fonētiski atšķirīgi.

- 27 Attiecībā uz konceptuālo salīdzinājumu prasītāja, no vienas puses, uzskata, ka ITSB bija jāizvērtē prasītājas preces izcelsmes vietas, tas ir, Amalfi piekrastes, īpašā reputācija. Šajā sakarā prasītāja atsaucas uz Tiesas 1998. gada 29. septembra spriedumu lietā C-39/97 *Canon (Recueil, I-5507. lpp., 29. punkts)* un uzsver, ka ITSB savā 1999. gada 23. novembra vēstulē uzsvēra preces ģeogrāfiskās izcelsmes izšķirošo nozīmi, patērētājam izdarot izvēli.
- 28 Vārdi "limonchelo" un "limoncello della costiera amalfitana" vidusmēra patērētājam neapšaubāmi atsauc atmiņā atšķirīgus attēlus. Vārdi "limoncello della costiera amalfitana" saistās ar Spānijas patērētājiem labi zināmu, noteiktu ģeogrāfisku vietu tā, ka šie patērētāji nevarētu uzskatīt, ka šī prece ir tā paša uzņēmuma prece un ir no tās pašas ģeogrāfiskās vietas kā prece, kas apzīmēta ar preču zīmi "LIMONCHELO". Attiecīgi prasītāja uzskata, ka vārdi "della costiera amalfitana", kas pievienoti vārdam "limoncello", veido loģisku veselumu, kas ļoti atšķiras no agrākās preču zīmes.
- 29 Otrkārt, prasītāja uzskata, ka ITSB bija jāizvērtē objektīvie nosacījumi, ar kādiem preču zīmes var tirgū savstarpēji konkurēt (Pirmās instances tiesas 2003. gada 3. jūlija spriedums lietā T-129/01 *Alejandro/ITSB — Anheuser-Busch ("BUDMEN")*, *Recueil, II-2251. lpp., 57. punkts*). Prasītāja šajā sakarā uzsver, ka Spānijas patērētājs nemaldīsies un nedomās, ka precī, kas apzīmēta ar preču zīmi "LIMONCHELO" un uz kuras etiķetes bez trim citroniem attēlota arī *Distileria Toris* emblēma, un precī, uz kuras etiķetes rakstīts "limoncello della costiera amalfitana", faktiski ražo viens un tas pats uzņēmums.
- 30 Balstoties uz Pirmās instances tiesas 2003. gada 14. oktobra spriedumu lietā T-292/01 *Philips-Van Heusen/ITSB — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel ("BASS")* (*Recueil, II-4335. lpp., 54. punkts*), prasītāja uzskata, ka acīmredzamo vizuālo un fonētisko līdzību var atspēkot tas, ka vismaz vienai no divām preču zīmēm konkrētās sabiedrības daļas uztverē ir skaidra un noteikta nozīme. Prasītāja

uzskata, ka vidusmēra patērētājs Spānijā uzreiz sapratīs, ka tās prece ir itāļu liķieris un pat ka tas ir tipiskais, no citronu mizām gatavotais Amalfi piekrastes liķieris, kas ražots Itālijā.

- 31 Tādējādi, pamatojoties uz visiem iepriekš minētajiem apsvērumiem, prasītāja uzskata, ka, pat ja pastāvētu daļēja līdzība starp apskatāmo preču zīmi veidojošiem izteicieniem, tad tomēr vārda “limoncello” un tā spāņu tulkojuma “limonchelo” neizteiktā atšķirtspēja, tāpat kā daudzās vizuālās, fonētiskās un konceptuālās atšķirības starp preču zīmēm izslēdz sajaukšanas iespēju konkrētās sabiedrības daļas uztverē. Tāpēc lēmums, ar ko noraidīts prasītājas preču zīmes reģistrācijas pieteikums, ir pretlikumīgs.

2. Atbildētāja izvirzītie argumenti

- 32 Atbildētājs apstrīd prasītājas izvirzītos argumentus attiecībā uz tās prasījumiem un norāda, ka sajaukšanas iespējas salīdzinošais vērtējums, ko ir veikusi gan Apelāciju padome, gan Iebildumu nodaļa, ir pamatots.
- 33 Atbildētājs uzskata, ka Apelāciju padome ir pamatoti uzsvērusi, ka vārds “limoncello” ir pieteiktās preču zīmes dominējošā daļa. Šis vārds, uzskata atbildētājs, ir elements, kas identificē un raksturo šo preču zīmi Spānijas vidusmēra patērētāju uztverē, kuri šajā gadījumā ir atskaites punkts. Šajā sakarā prasītājs uzsver vārda “limoncello” centrālo un privileģēto stāvokli un izšķirošo lomu, salīdzinot ar pārējiem pieteiktās preču zīmes elementiem.

- 34 Atbildētājs uzskata par acīmredzamu, ka vārds "limoncello", kas parādās pieteiktajā preču zīmē, un vārds "limonchelo", kas ietverts agrākajā preču zīmē, Spānijas vidusmēra patērētāja uztverē var vizuāli un fonētiski likties gandrīz identiski. Abi vārdi sastāv no desmit burtiem, no kuriem deviņi sakrīt; atšķiras tikai burti "l" un "h", kuriem, tā kā tie ir novietoti abu vārdu vidusdaļā, ir ierobežota iespēja padarīt vārdus atšķirīgus. Turklāt atbildētājs vērš uzmanību uz to, ka agrākās preču zīmes "LIMONCHELO" izruna spāņu valodā un itāļu vārda "limoncello" pareizā izruna gandrīz pilnībā sakrīt, kas norāda uz nozīmīgu analogiju no fonētiskā viedokļa.
- 35 ITSB turklāt norāda, ka tas pilnībā apzinās vārda "limoncello" nozīmi itāļu valodā, tomēr apskatāmajā gadījumā šis apstāklis neliek šaubīties par šī termina raksturīgu atšķirtspēju Spānijas sabiedrības uztverē. Patlaban nepastāv noteikti apstākļi, kas ļautu domāt, ka vidusmēra patērētājs Spānijā vārdam "limoncello" piešķir precīzu un noteiktu semantisko nozīmi.
- 36 Atbildētājs tāpēc apstrīd prasītājas argumentu, ka termins "limonchelo" ir itāļu vārda "limoncello" tulkojums spāņu valodā, kas savukārt ir pazīstams visā pasaulē, it īpaši Spānijā, kā sugas vārds, kas apzīmē noteikta veida liķieri. Atbildētājs uzskata, ka nepastāv nekādi objektīvi elementi, kas pamatotu otra lietas dalībnieka apgalvojumus. Atbildētājs papildus norāda, ka saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 74. pantu ITSB kompetencē nav lietas dalībnieku vietā meklēt pierādījumus tam, ka termins "limoncello" tā iespējamās ortogrāfiskajās nozīmēs (skat., piemēram, "limonchelo") Spānijas sabiedrības uztverē ir bijis vai ir kļuvis par sugas vārdu. Šajā sakarā atbildētājs atzīmē, ka nevienā no gadījumiem prasītājas iesniegtie dokumenti, kas ir izdrukāti no interneta mājas lapām, neattiecas uz Spānijas sabiedrību un ka 1999. gada 23. novembra vēstule nav balstīta uz tiem faktiskajiem un juridiskajiem apstākļiem, kas ir saistīti ar preču zīmju sajaukšanas iespējas vērtējumu.

- 37 Atbildētājs uzskata, ka šajā gadījumā agrākajai preču zīmei ir pietiekama atšķirtspēja, ņemot vērā faktu, ka tā ir reģistrēta valsts līmenī. Līdz ar to atbildētājs domā, ka tam bija jāuzskata agrākā preču zīme par aizsargājamu, pretstatot to vēlākai preču zīmei, kura reproducē agrākās preču zīmes atšķirtspējīgo un dominējošo elementu.
- 38 Turklāt atbildētājs atsaucas uz nozīmīgu analogiju starp izskatāmo lietu un lietu, kurā Pirmās instances tiesa 2002. gada 23. oktobrī pieņēma spriedumu T-6/01 *Matratzen Concord/ITSB — Hukla Germany* (“MATRATZEN”) (*Recueil*, II-4335. lpp.).
- 39 Atbildētājs uzskata, ka Pirmās instances tiesa šajā pēdējā [minētajā] lietā ir uzsvērusi sajaukšanas iespējas vērtējuma nozīmi saistībā ar konkrēto sabiedrības daļu un, precīzāk, to, kā konfliktējošās preču zīmes uztver references patērētājs, ievērojot viņa paša valodu zināšanas. No tā izriet, ka, pat ja vārdam ir skaidra nozīme valodā, kura tomēr nav references patērētāja pamatvaloda, un ja nepastāv elements, kas ļautu secināt, ka minētais patērētājs šo vārdu saprot minētajā nozīmē, šis vārds no atšķirtspējas viedokļa noteikti var būt tās preču zīmes dominējošā daļa, kuru tas veido.
- 40 Pamatojoties uz iepriekš minēto, atbildētājs uzskata, ka Apstrīdētais lēmums ir pamatots. Kā norāda atbildētājs, sajaukšanas iespējas novērtēšanai izmantojot savstarpējo saistību starp apzīmējumiem un apzīmētajām precēm vai pakalpojumiem, Apelāciju padome varēja pamatoti uzskatīt, ka, tā kā konfliktējošās preces bija identiskas (ko prasītāja neapstrīd), atklātie preču zīmju līdzības elementi (par ko it īpaši liecina gandrīz vienādie vārdi “limonchelo” un “limoncello”) var radīt sajaukšanas iespēju Spānijas tirgū. Tādējādi Apelāciju padome ir pareizi apstiprinājusi lēmumu, ar ko apmierināts iebildums, pamatojot, ka pastāv Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā minētā sajaukšanas iespēja.

B — Pirmās instances tiesas vērtējums

1. Ievada apsvērumi

- 41 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, preču zīmi neregistrē, ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ pastāv iespēja maldināt sabiedrību tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme [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, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv to sajaukšanas iespēja].
- 42 Turklāt atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) daļai par agrākām preču zīmēm uzskata dalībvalstī reģistrētas preču zīmes ar pieteikuma iesniegšanas datumu, kas ir pirms Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma.
- 43 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja ir iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumus ražo vai sniedz viens uzņēmums vai, attiecīgā gadījumā, ekonomiski saistīti uzņēmumi (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. punkts, un tajā minēto judikatūru).
- 44 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 faktoros, it īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un apzīmēto preču vai pakalpojumu līdzību (skat. iepriekš 43. punktā minēto spriedumu lietā "GIORGIO BEVERLY HILLS", 31.–33. punkts, un tajā minēto judikatūru).

- 45 Šajā gadījumā agrākā preču zīme ir vārdiska preču zīme, kas ir reģistrēta un aizsargāta Spānijā. Turklāt apskatāmās preces ir paredzētas ikdienas patēriņam. Tāpēc, lai novērtētu sajaukšanas iespēju, būtu jāņem vērā konkrētās sabiedrības daļas viedoklis, ko būtībā veido Spānijas vidusmēra patērētāji.
- 46 Pēc konkrētās sabiedrības daļas definēšanas ir jāizvērtē, no vienas puses, attiecīgo preču un, no otras puses, konfliktējošo apzīmējumu salīdzinājums.

2. Preču salīdzinājums

- 47 Attiecībā uz apskatāmo preču salīdzinājumu ir vērts norādīt, ka Apelāciju padome uzskatīja — preces, uz kurām attiecas agrākā preču zīme, ietver preces, uz kurām attiecas pieteiktā preču zīme, ko lietas dalībnieki nav apstrīdējuši. Tāpēc ir jākonstatē, ka šīs preces ir identiskas.

3. Apzīmējumu salīdzinājums

a) Ievada apsvērumi

- 48 Kas attiecas uz apskatāmo preču zīmju salīdzinājumu, vispirms ir svarīgi uzsvērt, ka izskatāmajā gadījumā pieteiktā preču zīme ir kombinēta preču zīme, kas sastāv no vārdiskiem un grafiskiem elementiem, savukārt agrākā preču zīme ir vārdiska preču zīme.

- 49 Turpinot Pirmās instances tiesa atgādina, ka, ievērojot konfliktējošo apzīmējumu līdzību, no judikatūras izriet, ka sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam, kas attiecas uz attiecīgo apzīmējumu vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību, ir jāpamatojas uz [konkrēto] apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to raksturīgos un dominējošos elementus (skat. iepriekš 30. punktā minēto spriedumu lietā "BASS", 47. punkts, un un tajā minēto judikatūru).
- 50 Tādējādi ir jākonstatē, ka 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 ir dominējošais 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 visiem pārējiem preču zīmes elementiem ir nebūtiska nozīme preču zīmes radītajā kopējā iespaidā (spriedums iepriekš 38. punktā minētajā lietā "MATRATZEN", 33. punkts, apstiprināts apelācijas procesā ar Tiesas 2004. gada 28. aprīļa rīkojumu lietā C-3/03 P *Matratzen Concord/ITSB, Recueil, I-3657. lpp.*).
- 51 Šis novērtējums nav līdzvērtīgs tikai viena kombinētas preču zīmes elementa vērā ņemšanai un tā salīdzināšanai 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 kombinēta preču zīme, dominē viens vai vairāki elementi (iepriekš 34. punktā minētais spriedums lietā "MATRATZEN", 38. punkts).
- 52 Novērtējot kombinētas preču zīmes viena vai vairāku elementu dominējošo raksturu, it īpaši ir jāņem vērā katra šī elementa raksturīgās iezīmes, salīdzinot tās ar citu elementu iezīmēm. Turklāt un papildus būtu jāņem vērā dažādu elementu attiecīgā vieta kombinētās preču zīmes konfigurācijā (iepriekš 38. punktā minētais spriedums lietā "MATRATZEN", 35. punkts).

- 53 Konkrētāk, no tā izriet, ka Apelāciju padomei bija jāizvērtē, kurš no pieteiktās preču zīmes elementiem, ievērojot tā vizuālās, fonētiskās vai konceptuālās iezīmes, viens pats var radīt tādu iespaidu par šo preču zīmi, ko konkrētā sabiedrības daļa patur atmiņā tā, ka pārējiem tās elementiem šajā sakarā nav būtiskas nozīmes. Kā norādīts iepriekš 51. un 52. punktā, šī novērtējuma rezultātā var izrādīties, ka par dominējošiem uzskatāmi vairāki elementi.
- 54 Tomēr, ja pieteiktā preču zīme ir kombinēta preču zīme ar vizuālu raksturu, tās atstātais kopējais iespaids jānovērtē un tās iespējamais dominējošais elements jānosaka, veicot vizuālu analīzi. Tāpēc, balstoties uz šādu pieņēmumu, tikai tad, ja šis dominējošais elements ietver semantiskus, nevis vizuālus aspektus, vajadzības gadījumā ir jāsalīdzina šie elementi un agrākā preču zīme, ņemot vērā arī semantiskos aspektus, kā, piemēram, fonētiskos aspektus un attiecīgos abstraktos jēdzienus.

b) Dominējošais elements

i) Pieteiktās preču zīmes elementu apraksts, vadoties pēc vizuālās uztveres

- 55 Pirmās instances tiesa norāda, ka pieteiktās preču zīmes elementi ir vārds “limoncello”, kas atveidots lieliem baltiem burtiem, vārdi “della costiera amalfitana”, kas atveidoti mazākiem dzelteniem burtiem, vārds “shaker”, atveidots vēl mazākiem ziliem burtiem uz balta laukuma, kurā burts “k” attēlots kā glāze, un, visbeidzot,

grafisks liela apaļa šķīvja atveidojums, kura vidus ir balts un kura malas ornamentētas ar, pirmkārt, dzeltenu citronu zīmējumiem uz tumša fona un, otrkārt, ar pārtrauktu tirkīzkrāsas un baltu svītru. Visi preču zīmes elementi kopā ir novietoti uz tumši zila fona.

ii) Apaļā, citroniem ornamentētā šķīvja dominante pieteiktajā preču zīmē

56 Attiecībā uz pieteiktās preču zīmes grafisko elementu — apaļo, citroniem ornamentēto šķīvi — ir jāatzīmē, ka papildus reālistiskam šķīvja atveidojumam to raksturo arī krāsu kontrasti, liels izmērs un dabiski attēlotie citroni uz šķīvja malas, kas kopumā atveidojumam vizuāli piesaista īpašu uzmanību.

57 Šī apaļā, citroniem ornamentētā šķīvja īpašajām iezīmēm piemīt spēcīga raksturīgā atšķirtspēja, salīdzinot ar pārējiem pieteiktās preču zīmes elementiem un it īpaši salīdzinot ar vārdu "limoncello". Tādējādi tas ir pārāks par pārējiem pieteiktās preču zīmes elementiem.

58 Turklāt ir jāatzīmē, ka, neskatoties uz tā nedaudz no centra novirzīto izvietojumu, šķīvja grafiskais atveidojums atrodas pieteiktās preču zīmes divās apakšējās trešdaļās un aizņem to lielāko daļu, turpretī vārds "limoncello" aizņem ne vairāk kā lielāko daļu pieteiktās preču zīmes augšējās trešdaļas.

59 No tā izriet, ka apaļā, citroniem ornamentētā šķīvja atveidojums acīmredzami ir jāuzskata par pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu.

iii) Pārējo pieteiktās preču zīmes elementu savstarpējā saistība

— Vārds “limoncello”

60 Šajā gadījumā nevar piekrist Apelāciju padomei, kura Apstrīdētā lēmuma 20. punktā uzskatīja, ka vārds “limoncello” — galvenokārt burtu lieluma un uzskatāmā novietojuma dēļ — ir pieteiktās preču zīmes dominējošais elements, lai turpinājumā, Apstrīdētā lēmuma 21. punktā, norādītu, ka apskatāmās preču zīmes vizuāli un fonētiski ir gandrīz vienādas.

61 Kas attiecas uz vārdu “limoncello”, Pirmās instances tiesa atzīmē, ka, kaut arī šis vārds patiešām ir rakstīts lielāka izmēra šriftā nekā pārējie pieteiktās preču zīmes vārdiskie elementi, tam tomēr ir mazāks vizuālais iespaids nekā apaļajam, citroniem ornamentētajam šķīvim. Turklāt vārds “limoncello” izmēra ziņā ir mazāks par apaļo, citroniem ornamentēto šķīvi.

62 Šo iemeslu dēļ un, nepastāvot vajadzībai analizēt šī vārda fonētiskās vai konceptuālās iezīmes, ir jākonstatē, ka vārds “limoncello” nav pieteiktās preču zīmes dominējošais elements.

— Vārdi “della costiera amalfitana”

63 Kas attiecas uz vārdiem “della costiera amalfitana”, ir jāatzīmē, ka pēc vizuālā novērtējuma šis elements ir atveidots ar mazākiem burtiem nekā vārds “limoncello”

un apraksta apskatāmās preces ģeogrāfisko izcelsmi. Turklāt šie vārdi no izmēra viedokļa ir acīmredzami mazāki un to krāsas ir mazāk izteiktas nekā apaļā, citroniem ornamentētā šķīvja grafiskajā attēlojumā. Pirmās instances tiesa uzskata, ka, nepastāvot vajadzībai analizēt preču zīmes fonētiskās un konceptuālās iezīmes, šo elementu nevar uzskatīt par pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu, it īpaši ņemot vērā tās nelielo izmēru.

— Vārds "shaker"

64 Kas attiecas uz vārdu "shaker", vizuālā analīze liecina, ka, neskatoties uz balto laukumu un glāzes silueta grafisko elementu šī vārda "k" burtā, tas, tāpat kā vārda grafiskais elements ir maza izmēra, salīdzinot ar apaļo, citroniem ornamentēto šķīvi, kas ietverts apskatāmajā preču zīmē. Turklāt šis vārds nav attēlots ar tādiem pašiem krāsu kontrastiem kā apaļā, citroniem ornamentētā šķīvja atveidojums. Līdz ar to Pirmās instances tiesa uzskata, ka, nepastāvot vajadzībai analizēt preču zīmes fonētiskās un konceptuālās iezīmes, šo elementu nevar uzskatīt par pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu.

c) Sajaukšanas iespējas visaptverošs vērtējums

65 Ir jākonstatē, ka apaļā, citroniem ornamentētā šķīvja grafiskais atveidojums ir pieteiktās preču zīmes dominējošais elements un ka tam nav nekā kopīga ar agrāko preču zīmi, kas ir tikai vārdiska preču zīme.

66 Tādējādi nepastāv apskatāmo preču zīmju sajaukšanas iespēja. Tas, ka apaļā, citroniem ornamentētā šķīvja grafiskais atveidojums ir dominējošs salīdzinājumā ar

pārējiem pieteiktās preču zīmes elementiem, novērš jebkādu sajaukšanas iespēju, pamatojoties uz apskatāmajās preču zīmēs ietverto vārdu “limonchelo” un “limoncello” vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību.

- 67 Sajaukšanas iespējas visaptverošā vērtējuma ietvaros ir jāatceras, ka vidusmēra patērētājs reti var tieši salīdzināt dažādas preču zīmes; parasti tas izmanto atmiņā palikušus nepilnīgus attēlus (pēc analogijas skat. Tiesas 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā *C-342/97 Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 26. punkts). Fakts, ka vidusmēra patērētājs atmiņā patur tikai nepilnīgu preču zīmes attēlu, piešķir būtisku nozīmi apskatāmās preču zīmes dominējošam elementam (Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā *T-104/01 Oberhauser/ITSB — Petit Liberto (“Fifties”), Recueil*, II-4359. lpp., 47. punkts). Tādējādi pieteiktās preču zīmes dominējošajam elementam, kas sastāv no apaļa, citroniem ornamentēta šķīvja, ir būtiska nozīme, analizējot apzīmējumu kopumā, jo patērētājs, aplūkojot stiprā alkoholiskā dzēriena etiķeti, ņem vērā un patur prātā apzīmējuma galveno elementu, kas tam ļauj atkārtoti veikt izvēli, vēlāk iegādājoties attiecīgo preci.
- 68 Tas, ka pieteiktajā preču zīmē dominē grafisks elements — apaļa, citroniem ornamentēta šķīvja atveidojums, — nozīmē, ka šajā gadījumā agrākās preču zīmes atšķirīgo elementu novērtēšana neietekmē Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta piemērošanu. Faktiski, ja agrākās vārdiskās preču zīmes atšķirtspējas nozīmīgums var iespaidot sajaukšanas iespējas vērtējumu (šajā sakarā skat. Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedumu lietā *C-251/95 SABEL, Recueil*, I-6191. lpp., 24. punkts), šis kritērijs ļauj prezumēt, ka pastāv vismaz zināma agrākās preču zīmes un pieteiktās preču zīmes sajaukšanas iespēja. Tomēr no apskatāmo preču zīmju sajaukšanas iespējas visaptveroša vērtējuma izriet — tas, ka pieprasītajā preču zīmē dominē apaļš, citroniem ornamentēts šķīvis, novērš jebkādu sajaukšanas iespēju ar agrāko preču zīmi. Tādējādi nav jālemj par agrākās preču zīmes atšķirtspēju (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2002. gada 12. decembra spriedumu lietā *T-110/01 Vedral/ITSB — France Distribution (“HUBERT”), Recueil*, II-5275. lpp., 64. un 65. punkts, apstiprināts apelācijas procesā ar Tiesas 2004. gada 12. oktobra spriedumu lietā *C-106/03 P, Krājums*, I-9573. lpp., 54. punkts; 2003. gada 22. oktobra

spriedumu lietā T-311/01 *éditions Albert René*/ITSB — *Trucco* ("Starix"), *Recueil*, II-4625. lpp., 61. punkts, un 2004. gada 30. jūnija spriedumu lietā T-317/01 *M+M*/ITSB — *Mediametrie* ("M+M EUROdATA"), Krājums, II-1817. lpp., 74. un 75. punkts).

- 69 Ievērojot šos apsvērumus, ir jāatzīmē, ka, neskatoties uz preču identiskumu, līdzība starp apskatāmajām preču zīmēm nav tik liela, lai varētu uzskatīt, ka Spānijas mērķauditorija varētu domāt, ka apskatāmās preces ražo viens uzņēmums vai, attiecīgā gadījumā, ekonomiski saistīti uzņēmumi. Tāpēc pretēji Apstrīdētajā lēmumā izteiktajam ITSB viedoklim nepastāv šo preču zīmju sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.
- 70 Tādējādi ir jāpiekrīt prasītājas izvirzītajam pirmajam pamatam.

II — *Par otro un trešo pamatu: attiecīgi — pilnvaru pārsniegšanu un pamatojuma nesniegšanu*

- 71 Tā kā pirmais pamats ir apmierināts, nav jāizvērtē prasītājas izvirzītais otrais un trešais pamats.
- 72 Tāpēc saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 63. panta 3. punktu Apstrīdētais lēmums ir jāatceļ un jāgroza tā, ka prasītājas Apelāciju padomē iesniegtā apelācija ir pamatota un ka iebildums līdz ar to ir noraidāms.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 73 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums nav labvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Atbildētājam spriedums nav labvēlīgs, tāpēc tam ir jāatlīdzina tiesāšanās izdevumi atbilstoši prasītājas prasījumam.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (trešā palāta)

nospriež:

- 1) **atcelt Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) Apelāciju otrās padomes 2003. gada 24. oktobra lēmumu (lieta R 933/2002-2) un grozīt to tādējādi, ka prasītājas Apelāciju padomē iesniegtā apelācija ir pamatota un ka iebildums līdz ar to ir noraidāms;**
- 2) **piespriet ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.**

Jaeger

Azizi

Cremona

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2005. gada 15. jūnijā

Sekretārs

Priekšsēdētājs

H. Jung

M. Jaeger

II - 2332