

## Byla T-317/01

**M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung  
und  
Informationssysteme mbH  
prieš  
Vidaus rinkos derinimo tarnybą  
(prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT)**

„Bendrijos prekių ženklas — Protesto procedūra — Žodinio Bendrijos prekių ženklo M+M EUROdATA paraiška — Ankstesnis žodinis prekių ženklas EURODATA TV — Santykinis atmetimo pagrindas — Supainiojimo galimybė — Reglamento (EB) Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktas“

2004 m. birželio 30 d. Pirmosios instancijos teismo (antroji kolegija) sprendimas . . . . . II - 1820

### Sprendimo santrauka

- 1. Bendrijos prekių ženklas — Trečiųjų asmenų pastabos ir protestas — Protesto nagrinėjimas — Apimtis — Nagrinėjamų prekių ir paslaugų panašumas — Prekių ir paslaugų visumos analizė, kurią reikia atlikti įregistruvus prekių ženklą (Tarybos reglamento Nr. 40/94 8 str. 1 dalies b punktas)*

2. *Bendrijos prekių ženklas — Bendrijos prekių ženklo sąvoka ir igijimas — Santykiniai atmetimo pagrindai — Tapataus arba panašaus ankstesnio prekių ženklo, įregistruoto tapačių arba panašių prekių ar paslaugų atžvilgiu, savininko protestas — Galimybė supainioti su ankstesniu prekių ženklu — Žodiniai prekių ženklai „M+M EUROdATA“ ir „EURODATA TV“*

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

1. Nagrinėjant pagal Reglamento Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo 8 straipsnio 1 dalies b punktą ankstesnio prekės ženklo savininko pateiktą protestą tyrimas dėl galimo nagrinėjamų prekių ir paslaugų panašumo turi būti atliekamas atsižvelgiant į prekių bei paslaugų, įregistruotų kiekvienam aptariamam žymeiniui, sąrašą. Šiuo atžvilgiu į prašomo įregistruoti prekių ženklo numatomą naudojimą konkrečiame sektoriuje arba konkrečioje rinkoje nebus galima atsižvelgti, nes ši registracija negali to apriboti.

prekių ženklą paslaugoms „rinkotyra, rinkos analizė ir prekybos tyrimai, patarimai verslininkams rinkodaros ir platinimo srityse“ bei „seminarai ir kiti nuolatiniai apmokymai rinkodaros ir platinimo srityse“, patenkančioms į 35 ir 41 klases pagal Nicos klasifikaciją, su prekių ženklu „EURODATA TV“, anksčiau įregistruotu Prancūzijoje kaip tarptautinis ženklas paslaugoms „komercinės informacijos rinkimas ir teikimas, ypač apklausa ir tyrimai audiovizualiniame sektoriuje“, patenkančioms į 35 klasę, bei Airijoje – paslaugoms „komercinės informacijos rinkimas ir teikimas, komerciniai tyrimai, ypač reklamos paslaugos; pramonės arba komercinių įmonių konsultavimas ir parama, statistikos prekybos srityje rengimas ir teikimas, prekybos tyrimai; rinkotyra ir analizė“, patenkančioms į 35 klasę pagal Nicos klasifikaciją.

(žr. 58 punktą)

2. Atitinkama visuomenės dalis, kurią sudaro verslininkai, galintys ypač domėtis nagrinėjamais žymenimis bei jų atžvilgiu turintys būti itin atidūs, negali supainioti žodinio žymens „M+M EUROdATA“, kurį prašoma įregistruoti kaip Bendrijos

Iš tikrųjų, nors paslaugos, nurodytos prekių ženklo paraiškoje ir patenkančios

į 35 klasę, bei paslaugos, apsaugotos ankstesniu ju prekų ženklų ir patenkančios į tą pačią klasę, yra tapačios, o paslaugos, nurodytos prekų ženklo paraiškoje ir patenkančios į 41 klasę, bei paslaugos, apsaugotos ankstesniu ju prekų ženklų ir patenkančios į 35 klasę, yra panašios, žymenų vizualiniai, fonetiniai ir konceptualūs skirtumai sudaro

pakankamą pagrindą teigti, kad tikslinės visuomenės dalies požiūriu supainiojimo galimybės nėra.

(žr. 52, 57, 60, 63, 74, 80, 85 punktus)