

Zadeva T-317/01

**M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung
und Informationssysteme mbH**

proti

**Urdu za usklajevanje na notranjem trgu
(znamke in modeli) (UUNT)**

„Znamka Skupnosti – Postopek z ugovorom – Prijava besedne znamke Skupnosti
M+M EURODATA – Prejšnja besedna znamka EURODATA TV – Relativni razlog
za zavrnitev – Verjetnost zmede – Člen 8(1)(b) Uredbe (ES) št. 40/94“

Sodba Sodišča prve Stopnje (drugi senat) z dne 30. junija 2004 II - 1820

Povzetek sodbe

- 1. Znamka Skupnosti – Pripombe tretjih oseb in ugovor – Preizkus ugovora – Obseg – Podobnost med zadevnimi proizvodi in storitvami – Analiza, ki jo je treba izvesti glede na vse proizvode in storitve, ki izhajajo iz registracije (Uredba Sveta št. 40/94, člen 8(1)(b))*

2. *Znamka Skupnosti – Opredelitev in pridobitev znamke Skupnosti – Relativni razlogi za zavrnitev – Ugovor imetnika prejšnje enake ali podobne znamke, registrirane za enake ali podobne proizvode ali storitve – Verjetnost zmede v zvezi s prejšnjo znamko – Besedni znamki „M+M EUROdATA“ in „EURODATA TV“*
(Uredba Sveta št. 40/94, člen 8(1)(b))

1. V postopku z ugovorom, ki ga je na podlagi člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 o znamki Skupnosti vložil imetnik prejšnje znamke, je treba preučiti morebitne podobnosti med zadevnimi proizvodi in storitvami, upoštevajoč seznam proizvodov in storitev, registriranih za vsak zadevni znak. Ni torej mogoče upoštevati, da naj bi se prijavljena znamka uporabljala v določenem sektorju ali na določenem trgu, ker registracije v tem smislu ni mogoče omejiti.

in trgovinske raziskave, svetovanje podjetjem na področju trženja in prodaje“ in „seminarji in druga izobraževanja v zvezi s trženjem in prodajo“ iz razredov 35 in 41 v smislu Nicejskega aranžmaja, in znamko „EURODATA TV“, prej registrirano v Franciji kot mednarodno znamko za storitve „zbiranje in posredovanje poslovnih informacij, zlasti ankete in javnomnenjske raziskave na avdiovizualnem področju“ iz razreda 35 in na Irskem za storitve „zbiranje in posredovanje poslovnih informacij; poslovne raziskave; reklamne storitve; svetovanje in pomoč industrijskim in trgovskim podjetjem; priprava in posredovanje poslovnih statistik; študije trženja; tržne raziskave in analize“, tudi iz razreda 35 v smislu Nicejskega aranžmaja.

(Glej točko 58.)

2. Za ciljno javnost, sestavljeno iz strokovnjakov, ki kažejo poseben interes in pozornost glede zadevnih znakov, ne obstaja verjetnost zmede med besednim znakom „M+M EUROdATA“, ki je prijavljen kot znamka Skupnosti za storitve „tržne raziskave, tržne analize

Čeprav obstaja enakost med storitvami iz razreda 35 iz prijave znamke in

storitvami iz istega razreda, ki so varovane s prejšnjo znamko, in podobnost med storitvami iz razreda 41 iz prijave znamke in storitvami iz razreda 35, ki so varovane s prejšnjo znamko, vidne, slišne in pojmovne razlike med zadev-

nimi znaki zadostujejo, da se prepreči verjetnost zmede pri dojetanju ciljne javnosti.

(Glej točke 52, 57, 60, 63, 74, 80, 85.)