

PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2006. gada 7. septembrī *

Lieta T-168/04

L & D, SA, Uerkala de Almeria [*Huercal de Almeria*] (Spānija), ko sākotnēji pārstāvēja M. Knospe [*M. Knospe*], pēc tam S. Mirajess Miravets [*S. Miralles Miravet*] un A. Kastedo Garsija [*A. Castedo Garcia*], advokāti,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv J. Garsija Murijs [*J. García Murillo*], pārstāve,

atbildētājs,

otrs procesa ITSB Apelāciju padomē dalībnieks un persona, kas iestājusies lietā —

* Tiesvedības valoda — spāņu.

Julius Sämann Ltd, Cuga [*Zug*] (Šveice), ko pārstāv A. Kastans Peress-Gomess [*A. Castán Pérez-Gómez*] un E. Armijo Čavari [*E. Armijo Chávarri*], advokāti,

par prasību daļēji atcelt ITSB Apelāciju otrās padomes 2004. gada 15. marta lēmumu lietā R 326/2003-2 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Julius Sämann Ltd* un *L & D, SA*.

EIROPAS KOPIENU
PIRMĀS INSTANCES TIESA (ceturtā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs I. Legāls [*H. Legál*], tiesneši P. Linda [*P. Lindh*] un I. Višņevska-Bjalecka [*I. Wiszniewska-Białecka*], sekretāre B. Pastora [*B. Pastor*], sekretāra palīdzē,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada 14. maijā,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada 21. decembrī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2005. gada 17. janvārī,

pēc tiesas sēdes 2006. gada 12. janvārī,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

- 1 1996. gada 30. aprīlī *L & D, SA* 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.).
- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir grafisks apzīmējums, kas ietver vārdisku elementu un kas ir attēlots šādi:



- 3 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 3., 5. un 35. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija

Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru no klasēm atbilst šādam aprakstam:

— 3. klase: “parfimērija, ēteriskās eļļas, kosmētika”;

— 5. klase: “smaržīgie gaisa atsvaidzinātāji”;

— 35. klase: “reklāma; darījumu vadīšana; uzņēmumu pārvaldīšana; biroja darbi”.

4 1998. gada 29. jūnijā preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetenā] Nr. 47/98.

5 1998. gada 29. septembrī *Julius Sämann Ltd* saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 42. pantu iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju.

6 Iebildumi balstījās uz vairākām agrākām preču zīmēm.

- 7 Pirmkārt, tika norādīta zemāk attēlotā Kopienas grafiska preču zīme Nr. 91991, kuras reģistrācijas pieteikums tika iesniegts 1996. gada 1. aprīlī un kas ir reģistrēta attiecībā uz Nicas nolīguma 5. klasē ietilpstošām precēm:



- 8 Otrkārt, tika norādītas zemāk attēlotās valsts un starptautiskas grafiskas preču zīmes, dažas no kurām ietver vārdiskus elementus un kuras ir starptautiski reģistrētas ar Nr. 328917, 612525, 178969, 216415, 328915, 328916, 475333 un 539068; Austrijā ar Nr. 109639; Zviedrijā ar Nr. 217829, 225214 un 89348; Spānijā ar Nr. 1575391; Dānijā ar Nr. 03157/1964; Somijā ar Nr. 109644 un 45548; Vācijā ar Nr. 984362, attiecībā uz Nicas nolīguma 3. un/vai 5. klasē ietilpstošām precēm:



PT.1036



31-25-11M



PT.1060



30-11-1966



23-1969

- 9 Iebildumi balstījās uz visām precēm, ko aizsargā agrākās preču zīmes, un attiecās uz visām Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm un pakalpojumiem.

- 10 Lai pamatotu savus iebildumus, persona, kas iestājusies lietā, izvirzīja relatīvus atteikuma pamatojumus, kas norādīti Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā un 8. panta 5. punktā.
- 11 Ar 2003. gada 25. februāra lēmumu ITSB Iebildumu nodaļa iebildumus kopumā noraidīja.
- 12 2003. gada 23. aprīlī saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 57.–62. pantu persona, kas iestājusies lietā, par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelāciju ITSB.
- 13 Ar 2004. gada 15. marta lēmumu (turpmāk tekstā — “Apstrīdētais lēmums”) ITSB Apelāciju otrā padome personas, kas iestājusies lietā, apelāciju daļēji apmierināja.
- 14 Apelācija, kas balstījās uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, tika apmierināta tiktāl, ciktāl tā attiecās uz konkrētajām precēm. Turpretim attiecībā uz konkrētajiem pakalpojumiem apelācija tika noraidīta un Apelāciju padome apstiprināja Iebildumu nodaļas lēmumu, ar ko tika noraidīti iebildumi pret reģistrāciju. Apelāciju, kas balstījās uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punktu, Apelāciju padome noraidīja tādēļ, ka netika sniegti zaudējumu saistībā ar agrāko preču zīmi vai labuma, ko varētu netaisnīgi gūt no agrākās preču zīmes atšķirtspējas, rašanās pierādījumi.
- 15 Saistībā ar konfliktējošo preču zīmju līdzības pārbaudi Apelāciju padome veica salīdzinājumu starp, no vienas puses, preču zīmi, kuras reģistrācija tika pieteikta, un, no otras puses, agrāko Kopienas preču zīmi Nr. 91991 kā preču zīmi, kas reprezentē

citas agrākās preču zīmes. Tā uzskatīja, ka šī agrākā preču zīme ieguva atšķirtspēju citas agrākās preču zīmes, kuras forma ir būtībā identiska Kopienas preču zīmes Nr. 91991 formai, izmantošanas un reputācijas rezultātā.

- 16 Apelāciju padome norādīja, ka abas konfliktējošās preču zīmes veido egle, kas ir attēlota ar zariem, ko veido izaugumi un iedobes sānu daļās, un ļoti īsu stumbru, kas cokola vietā ir novietots uz lielāka elementa.
- 17 Tā atgādināja, ka konceptuālā līdzība var izraisīt sajaukšanas iespēju, it īpaši tad, ja agrākai preču zīmei ir īpaša atšķirtspēja vai nu *per se*, vai sakarā ar tās reputāciju sabiedrībā.
- 18 Apelāciju padome uzskatīja, ka, aplūkojot sniegtos pierādījumus, rodas iespaids, ka agrākajai preču zīmei ir reputācija vismaz vienā Kopienas daļā, proti, Itālijā, kur tās tirgus daļa tika novērtēta vairāk par 50 % un kur tā tika ilgstoši izmantota vienā un tajā pašā teritorijā.
- 19 No šīs informācijas tā secināja, ka abu konfliktējošo preču zīmju konceptuālā līdzība vismaz Itālijā var radīt sajaukšanas iespēju konkrētajā sabiedrības daļā. Konfliktējošo preču zīmju atšķirības, kas būtībā balstītas uz to, ka preču zīmē, kuras reģistrācija ir pieteikta, egle ir ietvars, kurā atrodas dinamiska personāža attēls un vārdisks elements "aire limpio", neļaujot izvairīties no šīs sajaukšanas iespējas, jo konkrētā sabiedrības daļa preču zīmi, kuras reģistrācija ir pieteikta, varētu uztvert kā agrākās preču zīmes uzjautriņošu un dinamisku versiju.

Lietas dalībnieku prasījumi

- 20 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:
- atcelt Apstrīdētā lēmuma rezolutīvās daļas 1. un 3. punktu tiktāl, ciktāl ar to, no vienas puses, ir daļēji atcelts Iebildumu nodaļas lēmums un noraidīta pieteiktās preču zīmes reģistrācija attiecībā uz 3. un 5. klasē ietilpstošām precēm un, no otras puses, katram lietas dalībniekam ir piespriests segt izdevumus, kas tam ir radušies iebildumu un apelācijas procesā;
 - piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 21 ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:
- prasību noraidīt;
 - piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

- 22 Prasītāja izvirza divus pamatus par attiecīgi Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu un tās pašas regulas 73. panta pārkāpumu.

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

Lietas dalībnieku argumenti

- 23 Prasītāja norāda, ka Apelāciju padomes veiktais konfliktējošo preču zīmju līdzības vērtējums ir kļūdains. Starp šīm preču zīmēm nepastāvot nekāda līdzība, un tādējādi konstatējumi par agrākās preču zīmes atšķirtspēju neesot izmantojami.
- 24 Divas preču zīmes esot līdzīgas tad, ja no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa tās ir vismaz daļēji identiskas, ievērojot vizuālo, fonētisko un konceptuālo aspektu. Kombinētu preču zīmju gadījumā esot jāpārlicinās, ka līdzība attiecas uz elementu, kas var noteikt šo preču zīmju radīto kopējo iespaidu, tas ir, elementu, kas kā vienīgais var dominēt šīs preču zīmes attēlā, kuru mērķa sabiedrība saglabā savā atmiņā. Kombinētas preču zīmes vienas vai vairāku noteicošu sastāvdaļu dominējošā rakstura vērtējums esot jāveic, īpaši ņemot vērā īpašības, kas ir raksturīgas katrai no šīm sastāvdaļām. Ja atbilstība ir saistīta ar attiecīgo preču aprakstošu elementu, tā nevarot būt dominējoša šīs preču zīmes radītajā kopējā iespaidā un tādējādi neesot iespējams izdarīt secinājumu par preču zīmju līdzību.
- 25 Tā kā Apelāciju padome esot atsaukusies tikai uz "kopsaucēja" esamību starp konfliktējošajām preču zīmēm, nepārbaudot vizuālās, fonētiskās un konceptuālās atbilstības un nenosakot iespējami atbilstoša elementa nozīmīgumu kombinētās preču zīmes, kuras reģistrācija ir pieteikta, radītajā kopējā iespaidā, tad Apelāciju padome šos principus neesot ievērojusi.

- 26 Vispirms, aplūkojot no fonētiskā viedokļa, agrākajai preču zīmei neesot neviena vārdiska elementa. Tādēļ jebkāda fonētiskā līdzība esot izslēgta.
- 27 Turpmāk, aplūkojot no vizuālā viedokļa, agrāko preču zīmi veidojot naturālistisks egles silueta attēls, kas ir novietots uz četrstūra cokola, turpretim reģistrācijai pieteikto preču zīmi veidojot humoristiska personāža ar īpatnēju fizionomiju attēls, kurš ir ietērpts apģērbā, kura siluets atgādinot pavisam abstraktas formas egli un kas piesaistot patērētāja uzmanību ar vārdisku elementu “aire limpio”. Tādējādi reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē vienādā mērā dominējot šis humoristiskais personāžs un vārdiskais elements “aire limpio”, kas tāpat izslēdz jebkādu vizuālo līdzību.
- 28 Visbeidzot, aplūkojot no konceptuālā viedokļa, vienkārša abu apzīmējumu siluetu atbilstība neļaujot izdarīt secinājumu par līdzības esamību. Apstākļi, ka humoristiskā personāža siluets varētu atgādināt egles formu, neesot efektīvs, jo silueta līdzības nav konceptuālas līdzības. Turklāt silueta attēls esot novirzīts otrajā plānā, jo humoristiskā personāža attēls esot izmainījis egles formu tiktāl, ka tā drīzāk ir kļuvusi par vienkāršu šī personāža aizsegu vai apvalku, nevis par egles formas attēlu.
- 29 No minētā prasītāja secina, ka starp preču zīmēm nekāda līdzība nepastāv.
- 30 Pakārtoti prasītāja piebilst, ka, ja konceptuālās līdzības esamība tiktu atzīta, tad atbilstība neattiektos uz preču zīmes dominējošu elementu, jo reģistrācijai pieteiktās preču zīmes radītajā kopējā iespaidā, kurā, tieši pretēji, dominē savāds un neparasts humoristiska personāža attēls un uzraksts “aire limpio”, egles siluets nevarot būt

dominējošs. Turklāt saistībā ar precēm, ko apzīmē reģistrācijai pieteiktā preču zīme, siluets esot aprakstošs un tādējādi atbilstoši judikatūrai tas nevarot dominēt šīs preču zīmes radītajā kopējā iespaidā.

- 31 Turpmāk papildus pakārtoti prasītāja norāda, ka, ja Pirmās instances tiesa neizslēgtu jebkādu līdzību starp konfliktējošajām preču zīmēm, tad tomēr nekāda sajaukšanas iespēja nepastāv, jo reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir pietiekami attālināta no agrākās preču zīmes.
- 32 Turklāt prasītāja uzskata, ka, tā kā agrākajai preču zīmei ir tikai vāja atšķirtspēja, plaša aizsardzība tai nav piemērojama.
- 33 No vienas puses, agrākajai preču zīmei esot nepietiekama atšķirtspēja triju iemeslu dēļ. Pirmkārt, attiecībā uz tādām precēm kā dezodoranti un smaržīgie gaisa atsvaidzinātāji egles attēls esot aprakstošs. Šo vērtējumu apstiprinot Apvienotās Karalistes Patentu biroja "Praktiskās vadlīnijas preču zīmju, kas apzīmē preces un pakalpojumus, pārbaudei". Otrkārt, agrāko preču zīmi būtībā veidojot tikai preces, ko ar šo preču zīmi pārdod, forma. Atbilstoši judikatūrai, ja attiecīgs apzīmējums sakrīt ar kādu preces aspektu, tad preču zīme nevarot pildīt tās būtisko funkciju. Šajā lietā tas esot tā, jo attiecīgās preces veido vienīgi sausa no poraina materiāla izgatavota plakana plāksne, uz kuras ir uzklāta aromatizēta viela un kuras kontūra atbilst preču zīmes silueta; tādēļ preču zīme pilnībā sedz šo preču virspusi. Treškārt, forma, ko veido egles siluets, esot nepieciešama, lai iegūtu vajadzīgo preces tehnisko rezultātu. Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 7. pantam formas, kuras vajadzīgas tehniska rezultāta iegūšanai, no preču zīmes reģistrācijas esot izslēgtas. Turklāt personas, kas iestājusies lietā, ASV patenta pieteikumā norādītais preces funkciju apraksts parādot, ka šīs personas izmantotā konusveidīga koka forma pilda tehnisku funkciju, tas ir; dezodoranta pakāpenisku un daļēju ekstrakciju, kas esot viegli

sasniedzama, izmantojot tādu formu kā egles forma, kas arī ir norādīta patenta zīmējumos. No tā prasītāja secina, ka kopš tā laika persona, kas iestājusies lietā, izmanto preču zīmju tiesības, lai mēģinātu aizliegt trešām personām izmantot formu, kas iepriekš tika aizsargāta ar patentu.

- 34 No otras puses, agrākās preču zīmes vājā atšķirtspēja neesot varējusi tikt pastiprināta *a posteriori*, pamatojoties uz reputāciju, kas ir iegūta preču zīmes izmantošanas rezultātā Itālijā. Šajā sakarā prasītāja norāda, ka saskaņā ar judikatūru preču zīmes reputāciju nevarot noteikt, pamatojoties vienīgi uz vispārējiem un abstraktiem datiem, tādiem kā noteikti procentuālie lielumi, un ka argumenti par apgrozījumu un reklāmas izdevumiem nav tādi, lai noteiktu preču zīmes atšķirtspēju.
- 35 Apelāciju padomes izmantotajos konstatējumos attiecībā uz agrākās preču zīmes reputācijas atzišanu esot pieļautas vairākas kļūdas.
- 36 Pirmkārt, ciktāl runa ir par plaša patēriņa preci ar nelielu cenu, agrākās preču zīmes atšķirtspējas, kas ir iegūta Itālijā, noteikšanu nevarot balstīt vienīgi uz vispārējām norādēm, kas attiecas uz reklāmas izdevumiem un apgrozījumu. Pārdoto preču apjomam tādējādi neesot tādas pašas pierādīšanas vērtības kā ilgstošas lietošanas, prestižu vai augstas kvalitātes preču gadījumā.
- 37 Otrkārt, ITSB esot kļūdaini balstījies uz to, ka personas, kas iestājusies lietā, gaisa atsvaidzinātāju pārdošanas apjoms Itālijā ir lielāks par citu gaisa atsvaidzinātāju transporta līdzekļiem pārdošanas apjomu un veidojot tirgus daļu, kas ir lielāka par 50 %. Sabiedrības *Nielsen* ceturksņa atskaites pārdošanas apjoms, kas ir norādīts deklarācijā, ko ar zvērestu ir apliecinājis personas, kas iestājusies lietā, deleģētais

administrators, attiecoties nevis uz precī, ko sedz Kopienas preču zīme Nr. 91991, bet gan galvenokārt uz precēm ar nosaukumu "arbre magique" [magiskais koks], ko pārdod ar preču zīmi, kas atšķiras no preču zīmes Nr. 91991. Turklāt šie dati attiecoties uz 1997. un 1998. gadu, tas ir, periodu, kas ir daudz vēlāks par Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu. Dati, kas attiecas uz reklāmas izdevumiem 1996. un 1997. gadam, neesot piemērojami to pašu iemeslu dēļ, jo šī reklāma attiecināma uz atsvaidzinātājiem ar nosaukumu "arbre magique" un esot vēlāka par 1996. gada 30. aprīli — Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu.

- 38 Treškārt, lai noteiktu agrākās preču zīmes ilgstošu izmantošanu Itālijā, Iebildumu nodaļa un Apelāciju padome esot kļūdaini balstījušās uz to, ka preču zīme tika ilgstoši izmantota Itālijā, kur, balstoties uz starptautisko reģistrāciju Nr. 178969, tā ir aizsargāta formā, kas būtībā ir identiska kopš 1954. gada. Ar šādu pieeju tās esot kļūdaini pielīdzinājušas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu šīs preču zīmes faktiskās izmantošanas datumam, taču par starptautiskās preču zīmes Nr. 178969 izmantošanu kopš tās reģistrācijas neesot ticis sniegts neviens pierādījums. Turklāt reģistrācija Nr. 178969 attiecoties uz preču zīmi, kas ietver baltu cokolu un vārdisku elementu "car freshner", turpretim reģistrācija Nr. 91991 attiecoties vienīgi uz grafisku preču zīmi. Turklāt 5. klasē veiktā reģistrācija attiecoties nevis uz atsvaidzinātājiem, par ko ir runa šajā lietā, bet gan uz "dezinfekcijas līdzekļiem, līdzekļiem vannai, insekticīdiem, ķīmiskām precēm".

- 39 Attiecīgi, ievērojot agrākās preču zīmes vājo atšķirtspēju, tās aizsardzība esot ierobežota, un nelielās atšķirības no reģistrācijai pieteiktās preču zīmes esot pietiekamas, lai izslēgtu jebkādu šo apzīmējumu sajaukšanas iespēju. Tātad, pat pieņemot, ka konceptuālā līdzība ir pieļaujama, tā neesot pietiekama sajaukšanas iespējas radišanai. Egles attēlam neesot nekāda iztēles radīta motīva un preču zīmes Nr. 91991 reputācijas pierādījumi neesot sniegti.

- 40 Tiesas sēdē prasītāja arī iesniedza un norādīja uz *Tribunal Supremo* (Augstākā tiesa, Spānija) 2005. gada 5. aprīļa spriedumu, ar ko tai tika galīgi piešķirtas tiesības attiecībā uz Spānijas preču zīmi “Aire Limpio” Nr. 2033859.
- 41 Prasītāja secināja, ka Apelāciju padome kļūdaini atzina, ka konfliktējošās preču zīmes ir līdzīgas un ka personas, kas iestājusies lietā, preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju izmantošanas rezultātā. Faktiski patērētājiem nepastāvēt nekāda sajaukšanas iespēja.
- 42 ITSB norāda, ka sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam attiecībā uz konfliktējošo preču zīmju vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību ir jābūt balstītam uz to radīto kopējo iespaidu, jo īpaši ņemot vērā to atšķirīgos un dominējošos elementus. ITSB uzskata, ka procesam Pirmās instances tiesā būtu jākoncentrējas uz konfliktējošo preču zīmju uztveri Itālijas sabiedrībā.
- 43 ITSB norāda, ka, aplūkojot no vizuālā viedokļa, agrākā preču zīme ir egles silueta attēls ar ļoti īsu stumbru, ar neregulāriem izaugumiem un iedobēm sānu daļās, kas cokola vietā novietots uz lielāka pamata. Reģistrācijai pieteikto preču zīmi kā tādu veidojot komiska dinamiska figūra, kuras augšējo daļu veido trīsstūra forma ar neregulārām malām, kuras augšējā daļa atgādina egli, kura pamata līmenī ir novietota uz divu lielu kurpju attēla. Augšējās trīsstūra daļas centrā atrodies dinamiskas sejas attēls un divas rokas, kas, šķiet, norāda uz ar stilizētiem burtiem izpildīto vārdisko izteicienu “aire limpio”. Konfliktējošajām preču zīmēm kopīgas esot ārējās kontūras, tas ir, trīsstūra izskata zīmējums ar neregulārām malām, kura pamatu pēc sašaurinājuma veido četrstūra objekts. Neskatoties uz kontrastu, kas izriet no komiskām un dinamiskām iezīmēm un vārdiskā elementa “aire limpio”, šim grafiskajam elementam piemītot acīmredzami dominējošs raksturs apzīmējuma radītajā kopējā iespaidā un tas ievērojami prevalējot pār vārdisko elementu, kuru nevarot uztvert ļoti skaidri.

- 44 Aplūkojot no fonētiskā viedokļa, agrākā preču zīme kā pilnībā grafisks apzīmējums varētu tikt nodota mutiski, pamatojoties uz apzīmējuma aprakstu, turpretim reģistrācijai pieteikto preču zīmi izrunājot, izmantojot tās vārdisko elementu, tas ir, "aire limpio".
- 45 Aplūkojot no konceptuālā viedokļa, ITSB norāda, ka konfliktējošās preču zīmes mērķa sabiedrība saista ar egles ar ļoti īsu stumbru siluetu, kuras zarus veido izaugumi un iedobes un kas cokola vietā ir novietots uz četrstūra elementa. ITSB uzskata, ka izteicienam "aire limpio" Itālijas sabiedrībā netiks piešķirta nekāda īpaša nozīme un, identificējot abus apzīmējumus, tā izmantos tikai abu grafisko attēlu semantisko saturu.
- 46 Attiecībā uz agrākās preču zīmes atšķirtspējas novērtējumu ITSB norāda, ka šāds novērtējums nav ierobežots vien ar egles attēlu. Runa esot par sarežģītākas koncepcijas grafisku attēlu, tas ir, par egles formu ar vairākām īpašām iezīmēm, tādām kā izaugumi un iedobes, ļoti īss stumbrs, kas cokola vietā ir novietots uz četrstūra pamata.
- 47 Attiecībā uz argumentu, ka gaisa atsvaidzinātāju pārdošanai bieži izmantojot egles formu, — procesā ITSB prasītāja neesot iesniegusi nekādus pierādījumus, kas parādītu, ka Itālijas tirgū mērķa sabiedrība šim preču veidam būtu radusi izmantot figūras tādā formā, kas ir līdzīga egles siluetai.
- 48 Lai gan preces formai faktiski vajadzētu būt šaurākai augšējā daļā nekā apakšējā daļā, vajadzīgā tehniskā rezultāta sasniegšanai neesot nepieciešams izmantot formu, kas atbilst agrākajai preču zīmei, un to varētu sasniegt, izmantojot vienkāršu trīsstūri ar taisnām un regulārām malām vai figūru, kas augšējā daļā ir šaurāka nekā apakšējā daļā. Tādējādi agrākās preču zīmes forma neesot vienīgais šī rezultāta sasniegšanas veids.

- 49 Attiecībā uz sajaukšanas iespējas vērtējumu ITSB uzsver, ka, tā kā šajā lietā attiecīgās preces ir plaša patēriņa preces, tad, tās pērkot, vidusmēra patērētājs tām neveikta īpašu uzmanību.
- 50 Ņemot vērā egles silueta nozīmīgumu grafiskās preču zīmes, kas ietver vārdisku elementu “arbre magique”, izmantošanā Itālijā, kā arī grafiskā elementa pārsvaru, ITSB uzskata, ka gan izteikums “arbre magique”, gan arī grafiskais elements, kas ir plaši izplatīti un uzkrītoši (atbilstoši agrākās preču zīmes attēlam, uz ko balstīts Apstrīdētais lēmums), ir uzskatāmi par vispārzināmiem un bieži izmantotiem mērķa sabiedrībā. Tā rezultātā ITSB uzskata, ka Apelāciju padome pamatoti atzina, ka agrākajai Kopienas preču zīmei, uz ko balstīts šis lēmums, Itālijā ir īpaša atšķirtspēja.
- 51 ITSB piebilst, ka atbilstoši personas, kas iestājusies lietā, viedoklim reklāma tika izplatīta pirms reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas dienas un ka tik lielu tirgus daļu nevar iegūt ļoti ātri. Tādējādi nešķiet patiesi, ka 1996. gadā veikta pārdošana būtu maznozīmīga.
- 52 Visbeidzot, ITSB uzskata, ka, piemērojot Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedumā lietā C-251/95 *SABEL* (*Recueil*, I-6191. lpp., 24. punkts) noteikto principu, Itālijā, kur agrākajai preču zīmei ir īpaša atšķirtspēja, starp konfliktējošajām preču zīmēm pastāvošā konceptuālā līdzība var radīt sajaukšanas iespēju, ko nevar novērst stila un dinamikas atšķirības. Reģistrācijai pieteikto preču zīmi varētu uztvert kā mērķa sabiedrībā plaši pazīstamās agrākās preču zīmes uzjautrinošu un dinamisku variantu.
- 53 Persona, kas iestājusies lietā, vispirms norāda, ka attiecīgās preču zīmes atšķiršie elementi negroza vispārējo līdzības priekšstatu.

- 54 Preces, ko apzīmē konfliktējošās preču zīmes, tiek pārdotas degvielas uzpildes staciju vai lielveikalu pašapkalpošanās zonās, un tās iegādājoties ļoti ātri un bez iepriekšējas apdomāšanās. Tādēļ patērētājs pievēršot uzmanību pirmajam elementam, ko viņš uztver, apskatot preču zīmes, tas ir — egles siluetam.
- 55 Turpmāk aplūkojot no fonētiskā viedokļa, atšķirībām, ko rada uzraksts "aire limpio", saistībā ar patērētāja izvēli neesot nozīmes, jo viņš pievēršot uzmanību tikai preces izskatam vai tās ārējai prezentācijai.
- 56 Visbeidzot, konfliktējošie apzīmējumi esot līdzīgi arī konceptuālajā līmenī, jo tajos esot izmantoti kopīgie attēli, kas identificē preces un atklāj patērētājiem to ražošanas izcelsmi un kuros sakrīt attēlotā ideja, tas ir — mazas egles siluets.
- 57 Persona, kas iestājusies lietā, nepiekrīt arī prasītājas veiktajam aprakstam, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir humoristiska personāža attēls.
- 58 Turklāt, nesniedzot pierādījumus, ka egles siluets kļuvis parasts katrā no attiecīgajiem tirgiem un/vai ka attiecīgo valstu tiesu iestādes ir atzinušas, ka to nevar reģistrēt kā preču zīmi, šo siluetu attiecībā uz gaisa atsvaidzinātājiem vai dezodorantiem nevarot uzskatīt par pilnībā aprakstošu.
- 59 Turpmāk persona, kas iestājusies lietā, atbalsta Apelāciju padomes vērtējumu, ka sajaukšanas iespējas esamību pastiprina augsta agrākās preču zīmes atšķirtspēja, kura izriet no šīs preču zīmes reputācijas.

- 60 Persona, kas iestājusies lietā, apstrīd argumentu, ka, no vienas puses, agrākā preču zīme sakrīt ar preces formu un, no otras puses, ka šī forma esot vajadzīga, lai iegūtu tehnisko rezultātu. Vispirms, šis arguments būtu noraidāms, jo Pirmās instances tiesā tas esot izvirzīts pirmo reizi. Turpmāk, jebkurā gadījumā, tā kā agrākās preču zīmes esot nevis trīsdimensiju preču zīmes, bet gan grafiskas preču zīmes, šis arguments neattiecoties uz lietu. Visbeidzot, personas, kas iestājusies lietā, preču zīmju grafiskie elementi neesot uzskatāmi par preces pārdošanai nepieciešamo formu.
- 61 Līdzīgi Apelāciju padome esot pamatoti uzskatījusi, ka agrākās preču zīmes atšķirtspēja ir iegūta tās izmantošanas rezultātā un prasītājas norādītos pretējos argumentus nevarot atbalstīt.
- 62 Persona, kas iestājusies lietā, šajā sakarā papildus norāda vairākus argumentus.
- 63 Pirmkārt, apgrozījuma skaitļi nezaudējot pierādīšanas vērtību vienkārši tādēļ, ka šajā lietā runa ir par plaša patēriņa precēm.
- 64 Otrkārt, preču pārdošanas Itālijas tirgū procentuālo lielumu papildinot citi pierādījumi, kas attiecas uz preču zīmju reputāciju šajā tirgū.
- 65 Treškārt, lai gan ir taisnība, ka sabiedrības *Nielsen* ziņojums attiecas uz 1997. un 1998. gadu, tomēr, ievērojot citus iesniegtos pierādījumus, tā saturs ļaujot pieņemt, ka ar personas, kas iestājusies ietā, preču zīmēm apzīmēto preču pārdošanas procentuālie lielumi iepriekšējos gados bija acīmredzami līdzīgi datiem par 1997.–

1998. gadu. Turklāt, lai noteiktu agrākas valsts preču zīmes, ko izmanto pret vēlāku preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, atšķirtspēju, nevarot aizmirst par iebildumu atbalstīšanai norādītās valsts preču zīmes izmantošanas pierādījumu periodā, kas tieši seko Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumam un kas ir pirms iebildumu iesniegšanas datuma.

- 66 Persona, kas iestājusies lietā, secina, ka Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka attiecībā uz 3. un 5. klasē ietilpstošām precēm pastāvēja sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē.

Pirmās instances tiesas vērtējums

— Ievada apsvērumi

- 67 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieteikto preču zīmi neregistrē, ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāku preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme. Turklāt saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunktu agrākas preču zīmes ir Kopienas preču zīmes, dalībvalstī reģistrētas preču zīmes vai preču zīmes, kas reģistrētas atbilstoši starptautiskiem nolīgumiem, ar reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu, kas ir pirms Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma.

- 68 Turklāt, lai gan Regulas Nr. 40/94 8. pants neietver 7. panta 2. punktam līdzīgus noteikumus, saskaņā ar kuriem, lai atteiktu preču zīmes reģistrāciju, pietiek ar to, ka absolūta atteikuma pamatojums pastāv tikai kādā Kopienas daļā, ir jāuzskata, ka šis pats risinājums ir jāpiemēro arī šajā lietā. Tādējādi reģistrācija ir jāatsaka, pat ja relatīva atteikuma pamatojums pastāv tikai kādā Kopienas daļā [Pirmās instances tiesas 2004. gada 3. marta spriedums lietā T-355/02 *Mühlhens/ITSB — Zirh International* (“Sir”/“ZIRH”), *Recueil*, II-791. lpp., 36. punkts, un 2005. gada 14. jūlija spriedums lietā T-312/03 *Wassen International/ITSB — Stroschein Gesundkost* (“Selenium Spezial A-C-E”/“SELENIUM-ACE”), Krājums, II-2897. lpp., 29. punkts].
- 69 Šajā lietā reģistrācijas iebildumi tika balstīti uz vairākām personas, kas iestājusies lietā, preču zīmēm, kas ietver egles attēlu. Pārbaudot šos iebildumus, Apelāciju padome galvenokārt balstījās uz Kopienas preču zīmi Nr. 91991 kā citas iebildumu atbalstam norādītās preču zīmes reprezentējošo preču zīmi.
- 70 Apstrīdētajā lēmumā Apelāciju padome uzskatīja, ka konfliktējošās preču zīmes bija līdzīgas, it īpaši no konceptuālā viedokļa, un ka pastāvēja sajaukšanas iespēja. Šis secinājums izrietēja no konstatējuma, ka agrākajai Kopienas preču zīmei Nr. 91991, kas ir aizsargāta kopš 1996. gada 1. aprīļa un ko veido egles attēls, ir īpaša atšķirtspēja Itālijā. Šī atziņa pati bija balstīta uz starptautiskās preču zīmes “ARBRE MAGIQUE”, ko veido tāda pati egles forma un kas turklāt ietver vārdisku elementu, ilgstošas izmantošanas un reputācijas Itālijā atzīšanu.
- 71 Tādējādi vispirms ir jāpārbauda, vai Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka Kopienas agrākā preču zīme Nr. 91991 varēja iegūt īpašu atšķirtspēju citas reģistrētas preču zīmes, tas ir — preču zīmes “ARBRE MAGIQUE”, ilgstošas izmantošanas dēļ, jo, pamatojoties uz ilgstošu izmantošanu Itālijā, šo preču zīmi var uzskatīt par tādu, kas šajā valstī ir ieguvusi reputāciju.

— Par agrākās Kopienas preču zīmes īpašu atšķirtspēju

- 72 Vispirms ir jāatzīmē, ka judikatūra pieļauj, ka preču zīmei ir īpaša atšķirtspēja vai nu *per se*, vai sakarā ar tās reputāciju sabiedrībā (iepriekš 52. punktā minētais spriedums lietā *SABEL*, 24. punkts).
- 73 Tomēr ir jāatgādina, ka preču zīmes atšķirtspējas iegūšana tāpat var izrietēt no tā, ka tiek izmantots kāds elements, kas ir reģistrētas preču zīmes sastāvdaļa. Pietiek ar to, ka šīs izmantošanas rezultātā ieinteresētās personas ar agrākām preču zīmēm apzīmēto precī vai pakalpojumu faktiski uztver kā tādu, ko ražo vai sniedz attiecīgais uzņēmums (šajā sakarā skat. Tiesas 2005. gada 7. jūlija spriedumu lietā *C-353/03 Nestlé*, Krājums, I-6135. lpp., 30. un 32. punkts).
- 74 Tātad ir pieļaujams arī tas, ka preču zīme var iegūt īpašu atšķirtspēju sakarā ar tās ilgstošu izmantošanu un iegūto reputāciju, esot citas reģistrētas preču zīmes sastāvdaļai, ja vien mērķa sabiedrība preču zīmi uztver kā noteikta uzņēmuma preču izcelsmes norādi.
- 75 Šajā lietā uz jautājumu, vai Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka agrākā Kopienas preču zīme Nr. 91991 varēja iegūt īpašu atšķirtspēju tās kā citas reģistrētas preču zīmes sastāvdaļas izmantošanas dēļ, var atbildēt apstiprinoši tad, ja agrāko Kopienas preču zīmi Nr. 91991 var uzskatīt par preču zīmes "ARBRE MAGIQUE" sastāvdaļu.
- 76 Šajā sakarā Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka egles silueta attēls, kam ir būtiska vai pat dominējošā loma preču zīmē "ARBRE MAGIQUE", atbilst agrākās Kopienas preču zīmes Nr. 91991 apzīmējumam. Attiecīgi Apelāciju padome taisnīgi

nosprieda, ka agrākā Kopienas preču zīme Nr. 91991 ir agrākās preču zīmes “ARBRE MAGIQUE” sastāvdaļa. Tātad pirmā preču zīme varēja iegūt īpašu atšķirtspēju tās kā otrās preču zīmes sastāvdaļas izmantošanas rezultātā.

- 77 No tā izriet, ka, lai noteiktu preču zīmes “ARBRE MAGIQUE” sastāvdaļas, tas ir, agrākās Kopienas preču zīmes Nr. 91991, ilgstošu izmantošanu, reputāciju un tātad īpašo atšķirtspēju, Apelāciju padome pamatoti pārbaudīja pierādījumu kopumu attiecībā uz preču zīmes “ARBRE MAGIQUE” izmantošanu un reputāciju.
- 78 Ciktāl šajā lietā runa ir par Apelāciju padomes veikto pierādījumu pārbaudi kā tādu, Apstrīdētajā lēmumā pamatoti norādīts, ka no lietā esošajiem pierādījumiem, tas ir, galvenokārt no personas, kas iestājusies lietā, iebildumu ietvaros 1999. gada 8. novembrī iesniegtās dokumentācijas, izriet, ka agrākā preču zīme Nr. 91991 kā reģistrētās preču zīmes, tas ir, “ARBRE MAGIQUE”, sastāvdaļa tika ilgstoši izmantota Itālijā, kur tai ir reputācija un īpaša atšķirtspēja.
- 79 Tādējādi Apstrīdētajā lēmumā ir ņemta vērā preču zīmes “ARBRE MAGIQUE” ilgstoša izmantošana, fakts, ka preču, ko pārdod ar šo preču zīmi, gada pārdošana pārsniedz 45 miljonu vienības un ka pārdošana Itālijā atbilst tirgus daļai, kas 1997. un 1998. gadā pārsniedz 50 %. Turklāt Apstrīdētajā lēmumā ir ņemts vērā, ka reklāmas izdevumi šo preču pārdošanas veicināšanai, kas ir veikti Itālijā 1996. un 1997. gadā, pārsniedza 7 miljardus Itālijas liru (tas ir, EUR 3 615 198,29).
- 80 Apstāklis, ka apgrozījuma skaitļi attiecas uz 1997. un 1998. gadu un reklāmas izdevumi attiecas uz 1996. un 1997. gadu, tas ir, periodu, kas ir vēlāks par prasītājas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu, kas ir 1996. gada

30. aprīlis, nevar apšaubīt šīs informācijas pierādīšanas spēku saistībā ar agrākās preču zīmes Nr. 91991 reputācijas konstatēšanu.

- 81 Saskaņā ar Tiesas judikatūru datus, kuri ir vēlāki par Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumu, var ņemt vērā, ja tie ļauj izdarīt secinājumus par situāciju, kāda tā bijusi šajā datumā [Pirmās instances tiesas 2005. gada 15. decembra spriedums lietā T-262/04 *BIC/ITSB* (krama šķiltavu forma), Krājums, II-5959. lpp., 82. punkts; šajā sakarā skat. Tiesas 2004. gada 5. oktobra rīkojumu lietā C-192/03 P *Alcon/ITSB*, Krājums, I-8993. lpp., 41. punkts un tajā minētā judikatūra]. Šādi apstākļi var ļaut apstiprināt vai labāk novērtēt konkrētas preču zīmes izmantošanas apjomu attiecīgajā periodā (pēc analogijas skat. Tiesas 2004. gada 27. janvāra rīkojumu lietā C-259/02 *La Mer Technology, Recueil*, I-1159. lpp., 31. punkts).
- 82 Tādējādi Apelāciju padome varēja pamatoti uzskatīt, ka šādi vēlākie apstākļi ļautu izdarīt secinājumus par situāciju, kāda tā bija prasītājas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas dienā, un apstiprināt preču zīmes Nr. 91991 reputāciju šajā pašā datumā.
- 83 It īpaši ir jāatzīmē, ka tirgus daļu 50 % apmērā 1997. un 1998. gadā varēja iegūt vienīgi pakāpeniski. Tādējādi Apelāciju padome, būtībā uzskatot, ka situācija 1996. gadā nebija jūtami atšķirīga, nav pieļāvusi kļūdu.
- 84 Apstāklis, ka runa ir par datiem, kas ir vēlāki par prasītājas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanu, tas ir, 1996. gada 30. aprīli, tādējādi nav pietiekams, lai apšaubītu to pierādīšanas spēku saistībā ar agrākās preču zīmes Nr. 91991 reputācijas konstatēšanu.

- 85 Prasītājas argumentu, ka Apelāciju padome, pamatojoties vienīgi uz vispārējām norādēm par reklāmas apjomu un apgrozījumu, kļūdaini atzina agrākās preču zīmes īpašo atšķirtspēju Itālijā, nevar atbalstīt. Bez šaubām, atbilstoši prasītājas norādītajai judikatūrai preču zīmes atšķirtspēju nevar noteikt, pamatojoties vienīgi uz vispārējiem un abstraktiem datiem, tādiem kā noteikti procentuālie lielumi (Tiesas 2002. gada 18. jūnija spriedums lietā C-299/99 *Philips, Recueil*, I-5475. lpp., 62. punkts). Tomēr ir jāatgādina, pirmkārt, ka šī judikatūra attiecas uz preču zīmes, par kuru ir iesniegts reģistrācijas pieteikums, atšķirtspējas iegūšanu, nevis uz preču zīmes, kas jau ir ieguvusi atšķirtspēju, reputācijas vērtējumu, kā tas ir šajā lietā. Otrkārt, lai novērtētu preču zīmes reputāciju šajā lietā, Apelāciju padome ir ņēmusi vērā ne tikai vispārējas norādes, tādas kā noteikti procentuālie lielumi, bet arī ilgstošu preču zīmes "ARBRE MAGIQUE" izmantošanu, ko prasītāja turklāt nav apstrīdējusi.
- 86 Tāpat ir jānorāda prasītājas arguments, ka Apelāciju padome ir kļūdaini pamatojusies uz to, ka, ievērojot reģistrāciju Nr. 178969, agrākā preču zīme būtībā identiskā formā bija aizsargāta kopš 1954. gada. Prasītāja nevar pamatoti norādīt, ka Apelāciju padome preču zīmes reģistrācijas pieteikuma datumu pielīdzināja preču zīmes "CAR FRESHNER" Nr. 178969 faktiskās izmantošanas datumam, nesniedzot nekādus pierādījumus, ka pēc reģistrācijas tā tikusi izmantota. Kā jau ir atzīmēts un kā ITSB ir apstiprinājis tiesas sēdē, Apelāciju padome balstījās nevis uz preču zīmes "CAR FRESHNER" izmantošanu, bet gan uz pierādītu preču zīmes "ARBRE MAGIQUE" izmantošanu Itālijā. Apstrīdētajā lēmumā bez šaubām ir konstatēts, ka preču zīme "CAR FRESHNER" ir reģistrēta kopš 1954. gada, bet saistībā ar ilgstošu izmantošanu tajā ir norādīta preču zīme "ARBRE MAGIQUE".
- 87 No iepriekš minētā izriet, ka Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka preču zīmes "ARBRE MAGIQUE" un attiecīgi preču zīmes Nr. 91991, ko uztver kā viena noteikta uzņēmuma preču izcelsmes norādi, ilgstoša izmantošana un reputācija Itālijā tika pierādīta tiesiski pietiekamā veidā.

- 88 Ņemot vērā agrākās Kopienas preču zīmes Nr. 91991 reputāciju Itālijā, kas it īpaši izriet no tās kā preču zīmes "ARBRE MAGIQUE" sastāvdaļas ilgstošas izmantošanas un pēdējās preču zīmes reputācijas šajā teritorijā, ir uzskatāms, ka, secinot par īpašu atšķirtspēju Itālijā, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu.

— Par preču līdzību

- 89 Šajā lietā Apstrīdētajā lēmumā ietverta agrākās preču zīmes un reģistrācijai attiecībā uz 3. un 5. klasi pieteiktās preču zīmes apzīmējamo preču līdzības konstatējumu lietas dalībnieki neapstrīd.

- 90 Turklāt prasītājas arguments, ka preču zīmes "CAR FRESHNER" starptautiskā reģistrācija attiecībā uz 5. klasē ietilpstošām precēm attiecas nevis uz atsvaidzinātājiem, par ko ir runa šajā lietā, bet gan uz "dezinfekcijas līdzekļiem, līdzekļiem vannai, insekticīdiem, ķīmiskām precēm", nav pamatots. Nav apstrīdēts, ka šī preču zīme tika reģistrēta arī attiecībā uz "līdzekļiem gaisa attīrīšanai, [...] parfīmiem, esencēm [...]"; kas ietilpst 3. klasē.

— Par preču zīmju līdzību

- 91 Saskaņā ar judikatūru konkrētā sabiedrības daļa uztver divas preču zīmes kā līdzīgas tad, ja tās vismaz daļēji ir vienādas vienā vai vairākos konkrētos aspektos [Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā T-6/01 *Matratzen Concord/ITSB — Hukla Germany* ("MATRATZEN"/"Matratzen Markt Concord"), *Recueil*, II-4335. lpp., 30. punkts].

- 92 Šajā lietā, aplūkojot no vizuālā viedokļa, reģistrācijai pieteiktās preču zīmes grafiskajam elementam apzīmējuma radītajā kopējā iespaidā ir acīmredzami dominējošs raksturs un tas būtiski prevalē pār vārdisko elementu. Ņemot vērā apzīmējumā “aire limpio” izmantoto burtu mazo izmēru un tā ievietošanu egles attēla vidū, tam, salīdzinot ar grafisko elementu, ir visai notušēts raksturs.
- 93 Pretēji prasītājas apgalvojumiem grafiskais elements rada nevis komiska personāža, bet gan egli veidojoša attēla kopējo iespaidu. Komiskā personāža sejas un roku zīmējums ir iekļauts egles centrālajā daļā, un divu kurpju, kas viena pret otru ir pagrieztas par 180 grādiem, attēls pamata līmenī atveido cokola formu. Tā kā komiskās un dinamiskās līnijas, kas ir iekļautas šī personāža zīmējumā, piešķir egles attēlam savādu iespaidu, sabiedrība reģistrācijai pieteikto preču zīmi varētu uzskatīt par agrākās preču zīmes uzjautrinošu un dinamisku variantu. Reģistrācijai pieteikto preču zīmi tādējādi veido apzīmējums, kura dominējošais elements ir egles radītais siluets, kurš veido agrāko preču zīmi. Ņemot vērā it īpaši to, ka šajā lietā runa ir par plaša patēriņa precēm, ko pārdod pašapkalpošanās zonās, patērētājs galvenokārt uztvers tieši šo elementu un tas noteiks viņa izvēli.
- 94 Tādējādi, aplūkojot no vizuālā viedokļa, eglei atbilstošais grafiskais attēls uzskatāms par reģistrācijas pieteiktās preču zīmes radītā kopējā iespaيدا dominējošo elementu.
- 95 Konceptuālajā līmenī abi attiecīgie apzīmējumi ir saistīti ar egles siluetu. Ņemot vērā no tā izrietošo iespaidu un to, ka izteicienam “aire limpio” Itālijas sabiedrībā nav īpašas nozīmes, ir jāapstiprina apzīmējumu konceptuālā līdzība.

- 96 No tā izriet, ka Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka, tā kā konfliktējošajos apzīmējumos ir izmantoti attēli, kas sakrīt attēlojamās idejas, tas ir, egles silueta ziņā, tad, aplūkojot no konceptuālā viedokļa, tie ir līdzīgi. Skatoties no fonētiskā viedokļa, pastāv atšķirība, kas izriet no tā, ka agrākā preču zīme kā pilnībā grafisks apzīmējums varētu tikt nodota mutiski, pamatojoties uz apzīmējuma aprakstu, turpretim reģistrācijai pieteikto preču zīmi mutiski var izteikt, izrunājot tās vārdisko elementu, tas ir — “aire limpio”.

— Par sajaukšanas iespēju

- 97 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēju veido iespējamība, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Atbilstoši šai pašai judikatūrai sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, un ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus, jo īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un apzīmēto preču vai pakalpojumu līdzību [Pirmās instances tiesas 2003. gada 9. jūlija spriedums lietā T-162/01 *Laboratorios RTB/ITSB — Giorgio Beverly Hills* (“Giorgi”/“GIORGIO BEVERLY HILLS”), *Recueil*, II-2821. lpp., 30.–32. punkts].
- 98 Sajaukšanas iespējas visaptverošs vērtējums attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību tomēr ir balstāms uz to radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošos elementus [Pirmās instances tiesas 2003. gada 14. oktobra spriedums lietā T-292/01 *Phillips-Van*

Heusen/ITSB — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel ("PASH"/"BASS"), *Recueil*, II-4335. lpp., 47. punkts].

- 99 Turklāt ir jāatzīmē, ka sajaukšanas iespēja ir jo lielāka, jo nozīmīgāka izrādās agrākas preču zīmes atšķirtspēja. Līdz ar to nevar izslēgt, ka konceptuālā līdzība, kas rodas tādēļ, ka abām preču zīmēm izmantoti attēli, kuri saskan semantiskā satura ziņā, varētu radīt sajaukšanas iespēju gadījumā, ja agrākai preču zīmei ir īpaša atšķirtspēja vai nu *per se*, vai tās reputācijas sabiedrībā dēļ (iepriekš 52. punktā minētais spriedums lietā *SABEL*, 24. punkts).
- 100 Šajā lietā, tā kā aplūkojamās preces ir plaša patēriņa preces, konkrētā sabiedrības daļa ir samērā informēti, uzmanīgi un apdomīgi vidusmēra patērētāji. Attiecīgo preču vidusmēra patērētājs, tās pērkot, neizrādīs īpašu uzmanību.
- 101 Tādējādi patērētājs parasti pats izvēlēsies attiecīgās preces, un tam būs tendence galvenokārt uzticēties šīs preces apzīmējošai preču zīmei, tas ir — egles siluetai.
- 102 No tā izriet, ka, ņemot vērā, pirmkārt, attiecīgo preču līdzību un attiecīgo preču zīmju vizuālo un konceptuālo līdzību un, otrkārt, to, ka agrākajai preču zīmei ir īpaša atšķirtspēja Itālijā, ir jākonstatē, ka Apelāciju padome, secinot, ka pastāv sajaukšanas iespēja, nav pieļāvusi kļūdu.

- 103 Ar prasītājas izvirzītajiem argumentiem šo secinājumu nevar atspēkot.
- 104 Pirmkārt, prasītājas arguments, ka agrākajai preču zīmei ir vāja atšķirtspēja tādēļ, ka egles siluets saistībā ar attiecīgajām precēm ir aprakstošs, nav pamatots. Kā pamatoti norāda ITSB, agrākā preču zīme nav vienkāršs un realitātei atbilstošs egles attēls. Attēlotā egle ir stilizēta, un tai ir citas īpašas iezīmes: tai ir ļoti īss stumbrs un tā ir novietota uz četrstūra pamata cokola vietā. Turklāt, kā jau tas tika konstatēts, ievērojot agrākās preču zīmes reputāciju, tā ir ieguvusi īpašu atšķirtspēju. Turklāt prasītājas arguments, kas attiecas uz Apvienotās Karalistes Patentu biroja vadlīnijām, kuras apstiprinot egles attēla aprakstošu raksturu saistībā ar attiecīgajām precēm, neattiecas uz lietu, jo Kapienas preču zīmju režīms ir autonoma sistēma, ko veido noteikumu kopums un kurai ir īpaši mērķi, jo tās piemērošana ir neatkarīga no visām valstu sistēmām, un Apelāciju padomju lēmumu likumība ir jāvērtē vienīgi uz Regulas Nr. 40/94 pamata, ņemot vērā tās interpretāciju Kapienu tiesu iestādēs [Pirmās instances tiesas 2005. gada 11. maija spriedums lietā T-31/03 *Grupo Sadal* ITSB — *Sadia* ("Sadia"/"Grupo Sada"), Krājums, II-1667. lpp., 84. punkts].
- 105 Otrkārt, prasītājas argumenti, ar kuriem būtu jāpierāda, ka, ņemot vērā, pirmkārt, ka agrāko preču zīmi būtībā veido tikai preces, ko pārdod ar šo preču zīmi, forma un, otrkārt, ka agrākās preču zīmes forma, tas ir — egles siluets, ir nepieciešama, lai sasniegtu vajadzīgo preces tehnisko rezultātu, agrākās preču zīmes reģistrācija būtu jāatsaka, ir noraidāms. Jebkurā gadījumā iebildumu procesā prasītāja nedrīkst atsaukties uz absolūto atteikuma pamatojumu apzīmējuma likumīgai reģistrācijai valsts reģistrā vai ITSB. Regulas Nr. 40/94 7. pantā minēto absolūto atteikuma pamatojumu pārbaude neietilpst iebildumu procesā un šis pants nav no tiem noteikumiem, atbilstoši kuriem ir jāizvērtē Apstrīdētā lēmuma likumība [Pirmās instances tiesas 2004. gada 30. jūnija spriedums lietā T-186/02 *BMI Bertollo*/ITSB — *Diesel* ("DIESEL"/"dieselit"), Krājums, II-1887. lpp., 71. punkts].

- 106 Treškārt un visbeidzot, prasītājas iesniegtajam un tiesas sēdē norādītajam *Tribunal Supremo* 2005. gada 5. aprīļa spriedumam, ar ko tai galīgi piešķir tiesības attiecībā uz Spānijas preču zīmi “Aire Limpio” Nr. 2033859, šajā lietā nav nozīmes. Kā jau tas tika precizēts, Apelāciju padomju lēmumu likumība ir jāvērtē vienīgi uz Regulas Nr. 40/94 pamata, ņemot vērā tās interpretāciju Kopienu tiesu iestādēs (iepriekš 104. punktā minētais spriedums lietā “Sadia”/“Grupo Sada”, 84. punkts).
- 107 No iepriekš minētā izriet, ka pirmais pamats par Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu ir jānoraida kā nepamatots.

Par otro pamatu — Regulas Nr. 40/94 73. panta pārkāpumu

Lietas dalībnieku argumenti

- 108 Prasītāja norāda, ka Apstrīdētais lēmums ir pieņemts, pārkāpjot Regulas Nr. 40/94 73. pantu.
- 109 Atbilstoši šim pantam un judikatūrai lēmuma, kas ietver iebildumu, pamatojumam ieinteresētai personai ir jāsniedz norādes, kas ir vajadzīgas, lai tai būtu zināms, vai šis lēmums ir pamatots, un lai Kopienu tiesu iestādes varētu veikt likumības pārbaudi

[Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā T-388/00 *Institut für Lernsysteme/ITSB — Educational Services* ("İls"/"ELS"), *Recueil*, II-4301. lpp., 59. punkts].

- 110 Iebildumu nodaļa 2003. gada 25. februāra lēmumā un Apelāciju padome jau esot ierobežojušas savu pārbaudi, no vienas puses, ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi un, no otras puses, ar vienīgo Kopienas reģistrāciju Nr. 91991. Tomēr, lai norādītu uz relatīva reģistrācijas atteikuma pamatojuma esamību Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē, Apelāciju padome esot balstījusies arī uz dokumentiem, kas attiecas uz citām preču zīmēm. No tā izriet, ka Apstrīdētā lēmuma pamatojums attiecoties uz tādām agrākām preču zīmēm, ko Apelāciju padome pati bija izslēgusi no salīdzinošās analīzes, lai noteiktu sajaukšanas iespēju pastāvēšanu. Tādējādi Apstrīdētā lēmuma pamatojums esot nepilnīgs un Apelāciju padome esot pārkāpusi Regulas Nr. 40/94 73. pantu.
- 111 ITSB, ko atbalsta persona, kas iestājusies lietā, atbild, ka prasītājam bija iespēja atspēkot dokumentu saturu un pierādījumus, uz ko Apstrīdētais lēmums ir balstīts, lai noteiktu preču zīmes Nr. 91991 reputāciju un ilgstošu izmantošanu Itālijā, jo šie dokumenti procesa gaitā tika iesniegti Iebildumu nodaļā. Tomēr šo datu precizitāti tā neesot apstrīdējusi.
- 112 Attiecībā uz to, ka iepriekš minētie dokumenti attiecoties uz preču zīmi, kas tika izslēgta no salīdzinājuma procesuālās ekonomijas iemeslu dēļ, — šī izslēgšana nekādā gadījumā nenozīmējot, ka šiem dokumentiem neesot nozīmes vērtējumā, kas saistībā ar agrāko preču zīmi, uz ko balstīts Apstrīdētais lēmums, pastāv Itālijas sabiedrībā. Precīzāk, ITSB nekad neesot norādījis, ka šīs izslēgšanas rezultātā apstrīdētie dokumenti neesot ņemti vērā preču zīmes, uz ko balstīts Apstrīdētais lēmums, vērtējuma Itālijas sabiedrībā izsvēršanā, jo abas iesaistītās preču zīmes

saskan to grafisko elementu ziņā. Tādējādi, ņemot vērā, ka prasītājam bija iespēja izteikt savu viedokli par pierādījumiem un dokumentiem, kas tika izmantoti, lai noteiktu agrākās preču zīmes reputāciju un ilgstošu izmantošanu, Apstrīdētais lēmums nepārkāpjot tās procesuālās tiesības.

Pirmās instances tiesas vērtējums

- 113 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 73. pantam Biroja lēmumos norāda to pamatojumu. Turklāt Komisijas 1995. gada 13. decembra Regulas (EK) Nr. 2868/95, ar ko īsteno Padomes Regulu (EK) Nr. 40/94 (OV L 303, 1. lpp.), 50. noteikuma 2. punkta h) apakšpunkts nosaka, ka Apelāciju padomes lēmums ietver tā pamatojumu. Šajā sakarā ir jānorāda, ka šādi noteiktā pienākuma norādīt pamatojumu piemērošanas joma ir tāda pati kā EKL 253. pantā paredzētā pienākuma piemērošanas joma [Tiesas 2004. gada 21. oktobra spriedums lietā C-447/02 P *KWS Saat/ITSB*, Krājums, I-10107. lpp., 64. punkts; Pirmās instances tiesas 2004. gada 28. aprīļa spriedums apvienotajās lietās T-124/02 un T-156/02 *Sunrider Corporation/ITSB — Vitakraft-Werke Wührmann un Friesland Brands (“VITRAKRAFT” un “VITA”/“VITATASTE” un “BALANCE” un “BALANS”/“META BALANCE 44”)*, *Recueil*, II-1149. lpp., 72. punkts].
- 114 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru pamatojumam, ko nosaka EKL 253. pants, skaidri un nepārprotami jāparāda akta autora argumentācija. Šādam pienākumam ir divi mērķi — pirmkārt, ļaut ieinteresētajām personām noskaidrot pieņemta lēmuma pamatojumu, lai aizstāvētu savas tiesības, un, otrkārt, lai Kopienas tiesu iestādes varētu veikt lēmuma likumības pārbaudi (Tiesas 1990. gada 14. februāra spriedums lietā 350/88 *Delacre u.c./Komisija*, *Recueil*, 395. lpp., 15. punkts, un iepriekš 113. punktā minētais spriedums apvienotajās lietās *KWS Saat/ITSB*, 65. punkts; iepriekš 113. punktā minētais spriedums apvienotajās lietās “VITRAKRAFT” un “VITA”/“VITATASTE” un “BALANCE” un “BALANS”/“META BALANCE 44”, 73. punkts).

- 115 Turklāt Regulas Nr. 40/94 73. pants paredz, ka ITSB lēmumus var pamatot tikai ar tādiem iemesliem vai pierādījumiem, par kuriem attiecīgajiem lietas dalībniekiem ir bijusi iespēja iesniegt savus apsvērumus. Šis noteikums attiecas gan uz faktiskajiem un tiesiskajiem argumentiem, gan arī uz pierādījumiem.
- 116 Tomēr tiesības tikt uzklusītam attiecas uz visiem faktiskajiem vai tiesiskajiem apstākļiem, pamatojoties uz kuriem tiek pieņemts lēmums, bet ne uz galīgo nostāju, ko iestāde grasās paust [Pirmās instances tiesas 2005. gada 7. jūnija spriedums lietā T-303/03 *Lidl Stiftung/ITSB – REWE-Zentral* ("Solevita"/"SALVITA"), Krājums, II-1917. lpp., 62. punkts].
- 117 Šajā lietā Apstrīdētais lēmums skaidri un nepārprotami atklāj Apelāciju padomes argumentāciju. Kā izriet no Apstrīdētā lēmuma teksta, kurā ir iekļauti prasītājas Apelāciju padomē norādītie argumenti, prasītāja varēja izteikt viedokli gan par apstākļu kopumu, uz ko balstīts Apstrīdētais lēmums, gan arī par pierādījumiem par agrāko preču zīmju izmantošanu, ko Apelāciju padome izmantoja savā vērtējumā.
- 118 No tā izriet, ka Regulas Nr. 40/94 73. panta pārkāpums nav pierādīts un otrais pamats, kā arī prasība kopumā ir jānoraida.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 119 Atbilstoši Pirmās instances tiesas 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.

120 Tā kā prasītājam spriedums nav labvēlīgs, tai jāpiespiež atlīdzināt ITSB un personas, kas iestājusies lietā, tiesāšanās izdevumus saskaņā ar to prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (ceturtā palāta)

nospriež:

- 1) **prasību noraidīt;**
- 2) **prasītāja atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Legal

Lindh

Wiszniewska-Białecka

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2006. gada 7. septembrī.

Sekretārs

Priekšsēdētājs

E. Coulon

H. Legal