

PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS

(ceturtā palāta)

2005. gada 4. maijā \*

Lieta T-359/02

**Chum Ltd**, Toronto (Kanāda), ko pārstāv M. Dž. Džilberts [*M. J. Gilbert*], advokāts,

prasītāja,

pret

**Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB)**, ko pārstāv P. Buloks [*P. Bullock*] un S. Laitinena [*S. Laitinen*], pārstāvji,

atbildētājs,

otra procesa ITSB Apelāciju padomē dalībiece —

**Star TV AG**, Šlirena [*Schlieren*] (Šveice),

\* Tiesvedības valoda — angļu.

par prasību par ITSB Apelāciju otrās padomes 2002. gada 17. septembra lēmumu (lietā R 1146/2000-2) attiecībā uz iebildumu procesu starp *Chum Ltd* un *Star TV AG*.

EIROPAS KOPIENU  
PIRMĀS INSTANCES TIESA (ceturtnā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs I. Legāls [*H. Legal*], tiesneši P. Mengoci [*P. Mengozzi*] un I. Višņevska-Bjalecka [*I. Wiszniewska-Bialecka*],

sekretārs H. Jungs [*H. Jung*],

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2002. gada 3. decembrī,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Pirmās instances Tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 9. aprīlī,

pēc tiesas sēdes 2004. gada 17. novembrī,

pasludina šo spriedumu.

## Spriedums

### Prāvas priekšvēsture

- 1 1998. gada 28. jūlijā 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.).
- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdisks apzīmējums “STAR TV”.
- 3 Pakalpojumi, attiecībā uz kuriem pieteica preču zīmes reģistrāciju, ietilpst 38. un 41. 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:  
  
— 38. klase: “televīzijas apraides pakalpojumi, interaktīvās elektroniskās televīzijas apraides pakalpojumi, jo īpaši, izmantojot televīziju medijus, elektronisko pastu, internetu un citus elektroniskos medijus”;

— 41. klase: "televīzijas programmu, video, lenšu, kompaktdisku, CD-Rom un datoru disku veidošana, izplatīšana, ierakstīšana un attīstīšana".

- 4 1999. gada 31. maijā preču zīmes reģistrācijas pieteikumu publicēja *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas preču zīmju biļetens] Nr. 43/99.
  
- 5 1999. gada 30. augustā *Star TV AG*, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 42. pantu, iesniedza iebildumus pret prasītājas pieteikumu, pamatojot, ka pastāv sajaukšanas iespēja tās pašas regulas 8. panta 1. punkta a) un b) apakšpunkta nozīmē. Iebildumus pamatoja ar šādu starptautisku grafisku preču zīmi:



- 6 Šīs preču zīmes reģistrācija ir spēkā Vācijā, Austrijā, Beniluksa valstīs, Francijā un Itālijā attiecībā uz "televīzijas apraidi, proti, specializētu programmu, kas satur informāciju un dokumentālas filmas par kino un filmām, pārraidīšanu", kas ietilpst 38. klasē, un "televīzijas programmu veidošanu, jo īpaši, programmu, kas satur informāciju un dokumentālas filmas par kino un filmām", kas ietilpst 41. klasē.

- 7 Ar 2000. gada 28. septembra lēmumu Iebildumu nodaļa, konstatējot konfliktējošo apzīmējumu sajaukšanas iespēju, apmierināja iebildumu un noraidīja prasītājas iesniegto preču zīmes reģistrācijas pieteikumu.
- 8 2000. gada 28. novembrī prasītāja iesniedza apelāciju par Iebildumu nodaļas lēmumu.
- 9 Ar 2002. gada 17. septembra lēmumu (turpmāk tekstā — “Apstrīdētais lēmums”) ITSB Apelāciju otrā padome noraidīja apelāciju un apstiprināja Iebildumu nodaļas lēmumu. Attiecībā uz pakalpojumu līdzības pakāpes novērtēšanu Apelāciju padome secināja, ka, no vienas puses, televīzijas apraides un interaktīvās elektroniskās televīzijas apraides pakalpojumi, it īpaši televīzijas mediji, elektroniskais pasts, internets un citi elektroniskie mediji, kas norādīti preču zīmes pieteikumā un kas ietilpst 38. klasē, kā arī televīzijas programmu veidošana, kas ietilpst 41. klasē, aptver šajā klasē ietilpstošos iebildumu iesniedzējas pakalpojumus un pārklājas ar pēdējiem un ka, no otras puses, preču zīmes pieteikumā norādītie “televīzijas programmu, video, lenšu, kompaktdisku, CD-Rom un datoru disku veidošanas, izplatīšanas, ierakstīšanas un attīstīšanas” pakalpojumi papildina tos pakalpojumus, uz ko attiecas iebildumu iesniedzējas preču zīme vai ir to elektroniskais medijs. Attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu salīdzināšanu Apelāciju padome uzskatīja, pirmkārt, ka starp abiem apzīmējumiem pastāv izteikta līdzība vizuālā ziņā, jo agrākās preču zīmes vārdiskais elements sakrīt ar pieteikto preču zīmi, otrkārt, ka no fonētiskā viedokļa pieteiktā preču zīme ir identiska ar agrākās preču zīmes vārdisko elementu, un, visbeidzot, ka no konceptuālā viedokļa abas preču zīmes atgādina vienu un to pašu attēlu, proti — zvaigzni.

## Lietas dalībnieku prasījumi

10 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

- atcelt Apstrīdēto lēmumu;
- uzdot ITSB apmierināt prasītājas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu;
- nolemt, ka prasītājai atmaksā izdevumus, kas tai radušies procesa laikā ITSB Apelāciju padomē un Iebildumu nodaļā;
- piespriest ITSB atlidzināt tiesāšanās izdevumus.

11 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

- prasību noraidīt;
- piespriest prasītājai atlidzināt tiesāšanās izdevumus.

## Juridiskais pamatojums

- 12 Pirmkārt, ir jāatgādina, ka atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai Pirmās instances tiesas kompetencē nav izdot rīkojumus ITSB (Pirmās instances tiesas 2001. gada 31. janvāra spriedums lietā T-331/99 *Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld*/ITSB (“Giroform”), *Recueil*, II-433. lpp., 33. punkts; 2002. gada 27. februāra spriedums lietā T-106/00 *Streamserve*/ITSB (“STREAMSERVE”), *Recueil*, II-723. lpp., 18. punkts). Tāpēc prasības pieteikumā izvirzītie prasījumi uzdot ITSB apmierināt prasītājas iesniegto reģistrācijas pieteikumu ir jāpasludina par nepieņemamiem.
- 13 Pamatojot lūgumu atcelt Apstrīdēto lēmumu, prasītāja norāda vienu pamatu, kas balstīts uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

### *Lietas dalībnieku argumenti*

- 14 Prasītāja apstrīd Apelāciju padomes vērtējumu, pirmkārt, par attiecīgo pakalpojumu augsto līdzību vai identiskumu un, otrkārt, attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu šķietami līdzīgo raksturu no vizuālā un konceptuālā viedokļa, kā arī to identiskumu no fonētiskā viedokļa.
- 15 Pirmkārt, kas attiecas uz konkrēto pakalpojumu līdzību, prasītāja vispirms norāda, ka 38. un 41. klasē ietilpstošo un preču zīmes pieteikumā ietvertu pakalpojumu klāsts ir plašāks, kā šajā pašā klasē ietilpstošo pakalpojumu klāsts, uz ko attiecas agrākā preču zīme. Attiecībā uz 38. klasi agrākā preču zīme ietver tikai specializētas televīzijas apraides programmas, kas satur informāciju un dokumentālas filmas par kino un filmām, turpretī preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītie pakalpojumi ietver televīzijas apraides pakalpojumus un interaktīvās elektroniskās televīzijas apraides pakalpojumus, it īpaši, izmantojot televīzijas medijus, elektronisko pastu,

internetu un citus elektroniskos medijus. Tas arī attiecas uz 41. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem, jo agrākā preču zīme attiecas tikai uz tādu specializēto programmu veidošanu, kas satur informāciju un dokumentālas filmas par kino un filmām, turpretī preču zīmes pieteikumā norādītie pakalpojumi ietver gan televīzijas programmu, video, lenšu, kompaktdisku, CD-Rom un datoru disku veidošanu, gan arī izplatīšanu, ierakstīšanu un attīstīšanu.

- 16 Tālāk prasītāja norāda, ka pakalpojumi, kas ietverti preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, ir paredzēti plašai auditorijai, turpretī agrākā preču zīme attiecas uz ierobežotāku un specializētāku auditoriju, ko veido "kinomīļi".
  
- 17 Turklāt prasītāja uzsver, ka 41. klasē ietilpstošie pakalpojumi, kas ietverti preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, neaprobežojas ar televīzijas programmu veidošanu un apraidi, bet ietver arī izplatīšanu trešām personām. Prasītājas un iebildumu iesniedzējas attiecīgo aktivitāšu jomas sakarā ar 41. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem būtiski atšķiras, un šī atšķirība neļauj uzskatīt, ka preču zīmes pieteikumā ietvertie pakalpojumi tikai papildina iebildumu iesniedzējas pakalpojumus.
  
- 18 Otrkārt, sakarā ar konfliktējošo apzīmējumu līdzības vērtējumu prasītāja vispirms norāda, ka agrākā preču zīme ir būtībā grafiska preču zīme, ko veido dažādi elementi, turpretī pieteiktā preču zīme ir tikai vārdiska. Šī būtiskā atšķirība neatļauj veikt jebkādu abu preču zīmju salīdzinājumu no vizuālā viedokļa.



- 19 Turklāt nevar konstatēt nekādu līdzību starp attiecīgajiem apzīmējumiem no fonētiskā viedokļa. Agrākā grafiskā preču zīme ir uztverama tikai tās grafiskajā izpildījumā. Turpretī, kas attiecas uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi, svarīgākais ir fonētiskais aspekts.
- 20 Visbeidzot, atbilstoši prasītājas uzskatam abas konfliktējošās preču zīmes ir atšķirīgas arī no konceptuālā viedokļa. No šī viedokļa raugoties, reģistrācijai pieteiktā preču zīme liek domāt par “kinozvaigznēm, slavenībām un izklaides pasākumiem kopumā, kā arī par attiecīgām televīzijas programmām”, turpretī agrākā preču zīme drīzāk liek domāt par “astronomiju [...] un televīzijas programmām par šo tēmu”.
- 21 Turklāt prasītāja norāda, ka vārdu “star”, kas parādās abos konfliktējošajos apzīmējumos, saistībā ar 38. un 41. klasē ietilpstošajiem pakalpojumiem lieto bieži. Tādējādi, pēc prasītājas domām, agrākai preču zīmei piešķirtajam aizsardzības apmēram nevajadzētu minētās preču zīmes īpašniekam nodrošināt šī vārda lietošanas monopolu.
- 22 Turklāt prasītāja uzsver, ka tā jau ir Kopienas preču zīmes “STAR TELEVISION” īpašniece, kas reģistrēta attiecībā uz pakalpojumiem, kas ietilpst 38. un 41. klasē, kā arī to, ka dažādas starptautiskas vārdiskas un grafiskas preču zīmes satur vārdu “star” un/vai zvaigznes attēlu. Šajā sakarā tā vispirms norāda, ka iebildumu iesniedzēja nav iebildusi pret preču zīmes “STAR TELEVISION” reģistrēšanu. Tālāk tā uzsver, ka būtu acīmredzami pretrunīgi atteikt preču zīmes “STAR TV” reģistrāciju, jo tā ir varējusi reģistrēt preču zīmi “STAR TELEVISION”, kas būtībā ir identiska. Visbeidzot, prasītāja norāda, ka pieteiktā preču zīme nepārprotami ļauj atšķirt tās pakalpojumus no tiem, ko piedāvā citi uzņēmumi, tādēļ ka šī preču zīme ietilpst preču zīmju sērijā, kas satur vārdu “star” un/vai zvaigznes attēlu, kuras īpašniece tā ir.

- 23 ITSB piekrit Apelāciju padomes veiktajai analīzei.

*Pirmās instances tiesas vērtējums*

- 24 Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzēts, ka "ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto 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; iespēja maldināt ir asociāciju iespēja ar agrāko preču zīmi [b] 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; sajaukšanas iespēja ietver asociāciju iespēju ar agrāko preču zīmi".
- 25 Atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai sajaukšanas iespēju veido tas, ka sabiedrība var domāt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumus piedāvā tas pats uzņēmums vai attiecīgā gadījumā — ekonomiski saistīti uzņēmumi.
- 26 Atbilstoši tai pašai judikatūrai sajaukšanas iespēja ir jānovērtē vispārēji, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver attiecīgos apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, un, ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus, it īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un apzīmēto preču vai pakalpojumu līdzību (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., 31.–33. punkts, un tajā minēto judikatūru).
- 27 Ņemot vērā iepriekš 3. un 6. punktā aprakstīto attiecīgo pakalpojumu raksturu, mērķauditoriju, saistībā ar kuru ir veicama sajaukšanas iespējas analīze, attiecībā uz

visiem attiecīgajiem pakalpojumiem, izņemot preču zīmes reģistrācijas pieteikumā minēto televīzijas programmu izplatīšanu, veido vidusmēra patērētājs dalībvalstīs, kurās ir aizsargāta iebildumu iesniedzēja starptautiskā preču zīme, proti — Vācijā, Austrijā, Beniluksa valstīs, Francijā un Itālijā.

- 28 No vienas puses, lai gan ir noliedzami, ka daži prasītājas sniegtie pakalpojumi, kas ietilpst gan 38., gan 41. klasē, ir vērsti uz tādu sabiedrības daļu, kurai ir zināšanas informātikā un kurai nav sveša elektronisko iekārtu lietošana, neskatoties uz to, šobrīd audiovizuālo produktu un pakalpojumu piedāvājums un to patēriņš plašai sabiedrībai, ko galvenokārt veido jaunieši, ir tāds, ka šos produktus un pakalpojumus nevar uzskatīt par ierobežotam un specializētam patērētāju lokam paredzētiem. No otras puses, pretēji tam, ko uzsver prasītāja, lai gan 38. un 41. klasē ietilpstošie pakalpojumi, ko aizsargā agrākā preču zīme, attiecas uz specifisku kinematogrāfijas jomu, tos nevar tikai uzskatīt par paredzētiem citai auditorijai kā plašai sabiedrībai, kam vispārīgi interesē televīzijas izklaide.
- 29 Turpretī ir jāuzskata, ka ar televīzijas programmu izplatīšanu saistītie pakalpojumi, kas norādīti preču zīmes reģistrācijas pieteikumā un kas ietilpst 41. klasē, nav paredzēti vidusmēra patērētājam, bet gan sabiedrībai, kuru veido profesionāļi, kas darbojas televīzijas apraides un audiovizuālajā sektorā un izrāda īpašu interesi un vērību, izvēloties piegādātāju.
- 30 Piemērojot Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu un ņemot vērā iepriekšējos apsvērumus, ir jāsalīdzina, no vienas puses, attiecīgie pakalpojumi, un, no otras puses, konfliktējošie apzīmējumi.

## Par attiecīgajiem pakalpojumiem

- 31 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzīguma izvērtēšanai ir jāņem vērā visi atbilstošie faktori, kuri raksturo saikni starp šīm precēm vai pakalpojumiem. Šie faktori it īpaši ietver to raksturu, galamērķi, to izmantošanu, kā arī to konkurējošās vai papildinošās īpašības (Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā T-388/00 *Institut für Lernsysteme/ITSB — Educational Services* ("ELS"), *Recueil*, II-4301. lpp., 51. punkts).
- 32 Šajā lietā iebildumi balstās uz agrāk reģistrētu preču zīmi attiecībā uz 38. un 41. klasē ietilpstošiem pakalpojumiem un ir vērsti pret preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, kas attiecas uz šajās klasēs ietilpstošiem pakalpojumiem.
- 33 Apelāciju padome secināja, ka televīzijas apraides pakalpojumi, interaktīvās elektroniskās televīzijas apraides pakalpojumi, it īpaši, televīzijas mediju, elektroniskā pasta, interneta un citu elektronisko mediju pakalpojumi, no vienas puses, un televīzijas programmu veidošana, no otras puses, uz ko attiecas preču zīmes reģistrācijas pieteikums un kas attiecīgi ietilpst 38. un 41. klasē, ietver un pārklājas ar šajās pašās klasēs ietilpstošiem ar agrāku preču zīmi apzīmētiem pakalpojumiem. Kas attiecas uz citiem pakalpojumiem, kas ietverti preču zīmes reģistrācijas pieteikumā un kas ietilpst 41. klasē (televīzijas programmu, video, lenšu, kompaktdisku, CD-Rom un datoru disku izplatīšana, ierakstīšana un attīstīšana), Apelāciju padome secināja, ka tie ir vai nu papildinoši vai arī tādi, kas izmantojami par pamatu tiem pakalpojumiem, kurus aizsargā agrākā preču zīme, kas ietilpst tajā pašā klasē.
- 34 Salīdzinājums starp attiecīgo pakalpojumu, kas ietilpst 38. klasē, aprakstu, kas minēts iepriekš attiecīgi 3. punkta pirmajā ievilkumā un 6. punktā, liecina, no vienas puses, ka televīzijas apraides pakalpojumi, uz ko attiecas agrākā preču zīme, ir

aprobežoti ar specifisku jomu, proti, programmu televīzijas apraidi attiecībā uz kinematogrāfijas jomu, turpretī, lai aprakstītu preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītos pakalpojumus, ir lietots plašāks formulējums, un, no otras puses, ka pēdējie skaidri iekļauj arī “interaktīvos elektroniskos televīzijas apraides pakalpojumus”, turpretī šāds precizējums nav minēts iebildumu iesniedzējas minēto pakalpojumu aprakstā.

- 35 Šajā sakarā ir jākonstatē, ka, lai gan ir atšķirības to aprakstā, preču zīmes reģistrācijas pieteikumā attiecībā uz 38. klasi minētie pakalpojumi ir daļēji identiski ar pakalpojumiem, kas ietverti agrākajā preču zīmē un kas ietilpst tajā pašā klasē, un ir daļēji tiem līdzīgi.
- 36 Pirmkārt, kā to pareizi bija apstiprinājusi gan Apelāciju padome Apstrīdētajā lēmumā, gan ITSB savā atbildes rakstā, prasītāja un iebildumu iesniedzēja sniedz vienāda rakstura pakalpojumus, proti, televīzijas apraides pakalpojumus, neatkarīgi no iebildumu iesniedzējas pārraidīto raidījumu specializācijas. Tāpēc preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītie pakalpojumi ietver arī tos, kurus aizsargā ar agrāku preču zīmi.
- 37 Otrkārt, interaktīvā televīzijas apraide, kas lieto elektroniskos medijus, kā, piemēram, ciparu televīziju vai internetu, kas adresātiem ļauj izmantot pakalpojumu tā, ka pārsniedz vienkāršu pasīvu vizuālā satura uztveršanu, ir uzskatāma par īpašu televīzijas apraides veidu. Tādā nozīmē to nevar uzskatīt par izslēgtu no pakalpojumu apraksta, uz ko attiecas agrākā preču zīme, pat ja tas nav skaidri norādīts. “Interaktīvas elektroniskās televīzijas apraides pakalpojums”, kas minēts preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, un televīzijas apraide, ko aizsargā agrākā preču zīme, ir jāaplūko vismaz kā līdzīgi.

- 38 Analogisks secinājums ir jāizdara attiecībā uz "televīzijas programmu veidošanas" darbību, kas ietilpst 41. klasē un parādās gan pakalpojumu aprakstā preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, gan to pakalpojumu aprakstā, uz kuriem attiecas agrākā preču zīme. Arī šajā gadījumā prasītājas pieņemtais plašākais formulējums ietver ar agrāku preču zīmi veidotas televīzijas programmas, kas attiecas uz specifisku kinematogrāfijas jomu.
- 39 Visbeidzot, kas attiecas uz citiem pakalpojumiem, kuri ietilpst 41. klasē un ko piedāvā prasītāja, darbojoties "televīzijas programmu, video, lenšu, kompaktdisku, CD-Rom un datoru disku veidošanas, izplatīšanas, ierakstīšanas un attīstīšanas" ietvaros, ir jāatgādina, ka atbilstoši pastāvīgajai judikatūrai, vērtējot preču vai pakalpojumu līdzību, vērā ņemamie faktori ir to adresāti, kā arī to konkurējošās vai papildinošās īpašības (skat. iepriekš 31. punktā minēto judikatūru). Šajā lietā, kā to pareizi apstiprina arī Apelāciju padome, televīzijas programmu, video, lenšu, kompaktdisku, CD-Rom un datoru disku veidošanas, izplatīšanas, ierakstīšanas un attīstīšanas darbības, kas norādītas preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, ir jāaplūko kā salīdzināmas ar televīzijas programmu veidošanas darbību, ko agrākā preču zīme tādā nozīmē to vai nu papildina, jo ietver audiovizuālo vai multimediju preču ražojumus, kas var veidot īpašu iebildumu iesniedzējas apraides pakalpojumu veidu, vai sniedz elektroniskos medijus šādas apraides nodrošināšanai.
- 40 Līdz ar to ir jāsecina, ka, neraugoties uz atšķirībām aprakstā, preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītie pakalpojumi ir daļēji identiski un daļēji līdzīgi pakalpojumiem, uz kuriem attiecas agrākā preču zīme.

### *Par attiecīgajiem apzīmējumiem*

- 41 No pastāvīgās judikatūras izriet, ka attiecībā uz konfliktējošo preču zīmju vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas visaptverošajam vērtējumam

ir jābalstās uz šo preču zīmju radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirīgos un dominējošos elementus (Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedums lietā C-251/95 *SABEL*, *Recueil*, I-6191. lpp., 23. punkts, un iepriekš minētais spriedums lietā “ELS”, 62. punkts). Attiecīgā preču vai pakalpojumu veida vidusmēra patērētājs, kura preču zīmes uztverei ir izšķiroša loma visaptverošajā sajaukšanas iespējas vērtējumā, parasti uztver preču zīmi kopumā un neanalizē tās dažādās sastāvdaļas (iepriekš minētais spriedums lietā *SABEL*, 23. punkts).

- 42 Šajā lietā agrāko preču zīmi veido grafisks un vārdisks apzīmējums, kas sastāv no centrālā attēla — zvaigznes ar pieciem stariem, kas sliecas uz kreiso pusi, kurai šķērsām pāri ir uzraksts “star TV”, kas rakstīts divās līnijās lieliem burtiem sarkanā krāsā un ko papildina mēness trīs mazu zvaigžņu ielokā, kuru kontūras ir ieskicētas augšpusē pa kreisi starp diviem lielās zvaigznes stariem. Pieteikto preču zīmi veido vārdi “star TV”.
- 43 Pirmkārt, kas attiecas uz abu attiecīgo preču zīmju salīdzinājumu no vizuālā viedokļa, ir jāatgādina, ka Pirmās instances tiesa jau ir precizējusi, ka nekas nekavē pārbaudīt vizuālās līdzības esamību starp vārdisko preču zīmi un grafisko preču zīmi, “ja šo divu veidu preču zīmēm ir tāda grafiska konfigurācija, kas var radīt vizuālu iespaidu” (Pirmās instances tiesas 2002. gada 12. decembra spriedums lietā T-110/01 *Vedial/ITSB — France Distribution (“HUBERT”)*, *Recueil*, II-5275. lpp., 51. punkts).
- 44 Šajā sakarā vispirms ir jānorāda, ka vārdi “star TV” vienlaicīgi veido pieteikto preču zīmi un agrākās preču zīmes vārdisku elementu. Šādos līdzīgos apstākļos Pirmās instances tiesa nosprieda, ka kombinētu preču zīmi — vārdisku un grafisku — var uzskatīt par salīdzināmu ar citu preču zīmi, kas ir identiska vai salīdzināma ar kādu no kombinētās preču zīmes elementiem tikai tad, ja tas ir kombinētās preču zīmes radītā iespaids dominējošais elements. Ja šis elements viens pats dominē šīs preču zīmes attēlā, ko konkrētā sabiedrības daļa atceras tā, ka citiem šīs preču zīmes

elementiem ir nebūtiska nozīme tās radītajā kopējā iespaidā, kombinētu — vārdisku un grafisku — preču zīmi nevar uzskatīt par salīdzināmu ar citu preču zīmi (Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā T-6/01 *Matratzen Concord/ITSB — Hukla Germany* ("MATRATZEN"), *Recueil*, II-4335. lpp., 33. punkts).

- 45 Šajā gadījumā ar vizuālu attiecīgo apzīmējumu salīdzinājumu Apelāciju padome uzskata, ka vārdi "star TV" veido agrākās preču zīmes dominējošo elementu.
- 46 Šādā vērtējumā nav nevienas kļūdas. Attiecībā uz agrākās preču zīmes radīto vizuālo kopējo iespaidu vārdiskais elements "star TV", bez šaubām, var pievērst vairāk uzmanības nekā citi apzīmējuma grafiskie elementi, gan pateicoties tā izmēram, gan hromatiskam iespaidam — vārdi "star" un "TV", kas rakstīti sarkanā krāsā uz baltas un melnas pamatnes, izceļas uz centrālās zvaigznes fona un pārsniedz tās kontūras.
- 47 Šādos apstākļos, ņemot vērā pieteiktās preču zīmes sakritību ar agrākās preču zīmes dominējošo vārdisko elementu, Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu vērtējumā, uzskatot, ka pastāv stipra līdzība starp abām preču zīmēm.
- 48 Tāpat Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka no fonētiskā viedokļa abas preču zīmes ir identiskas.



- 49 Pretēji tam, ko šķietami uzsver prasītāja, ir jāpiebilst, ka tāpat kā pieteikto preču zīmi, arī agrāko preču zīmi var atveidot arī fonētiski, jo tajā ietilpst vārdiskais elements. Tā kā agrākās preču zīmes fonētiskais atveidojums sakrīt ar pieteiktās preču zīmes vienīgo vārdisko elementu, izskatāmajā lietā ir jāsecina, ka vārdiem “star TV” fonētiskā nozīmē pastāv abu konfliktējošo apzīmējumu identiskums.
- 50 Visbeidzot, konceptuālā nozīmē Apelāciju padome secināja, ka abi konfliktējošie apzīmējumi liek domāt par zvaigznes attēlu.
- 51 Šajā sakarā ir jāprecizē, ka, ja agrākās preču zīmes vizuālais iespaids bez šaubām un tiešā veidā liek domāt par zvaigznes attēlu, jo viens no elementiem, no kā tā ir veidota, ir grafisks zvaigznes attēls, tas arī attiecas uz pieteikto preču zīmi tikai tad, ja var pamatoti uzskatīt, ka mērķauditorija saprot angļu vārda “star” nozīmi.
- 52 Tomēr, ja vidusmēra patērētājs, kas veido lielāko daļu attiecīgo pakalpojumu mērķauditoriju, saprot angļu vārda “star” nozīmi, un šo vārdu bieži lieto vācu, franču, itāļu un holandiešu valodā, lai apzīmētu kinozvaigzni. Gan reģistrācijas pieteikumā minētā preču zīme, kurā parādās vārds “star”, gan agrākā preču zīme, kuras dominējošais elements ir vārds “star”, var izraisīt asociāciju ar “kinozvaigzni”. Turklāt abu apzīmējumu spēja izraisīt šādu asociāciju ir vēl nozīmīgāka, jo abos gadījumos vārds “star” ir kombinēts ar burtiem “TV”, kas kā vārda “televīzija” saīsinājums var pastiprināt asociāciju ar kinozvaigzni vai slavenu aktieri vai aktrisi. No tā izriet, ka konceptuālā nozīmē abas konfliktējošās preču zīmes liek domāt par vienu un to pašu konceptu.

- 53 No iepriekš minētā izriet, ka vizuālā, fonētiskā un konceptuālā nozīmē pieteiktā preču zīme un agrākā preču zīme ir ļoti līdzīgas un dažos aspektos — identiskas.

*Par sajaukšanas iespējas pastāvēšanu*

- 54 Iepriekš izklāstītajos apstākļos, ņemot vērā konfliktējošo apzīmējumu un pakalpojumu, ko tas apzīmē, identiskumu vai līdzību, ir jāsecina, ka pastāv iespēja, ka konkrētā sabiedrības daļa var kļūdīties attiecībā uz pakalpojumu komerciālo izcelsmi.
- 55 Šāds secinājums ir attiecināms arī uz pakalpojumiem, kas saistīti ar preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādīto televīzijas programmu izplatīšanas darbību, attiecībā uz kuru mērķauditorija sastāv, kā to iepriekš 29. punktā konstatējām — no profesionāļiem audiovizuālajā jomā. Ir jāuzskata, ka konfliktējošo preču zīmju vizuālā, fonētiskā un konceptuālā līdzība ir tāda, ka pat uzmanīgākā auditorija varētu domāt, ka attiecīgos pakalpojumus piedāvā tas pats uzņēmums vai uzņēmumi, kas ir ekonomiski saistīti. Apstāklis, ka iebildumu iesniedzēja nedarbojas tieši izplatīšanas sektorā, neļauj noraidīt secinājumu, ka vispārējā nozīmē televīzijas programmu veidošanas un izplatīšanas darbību var veikt, un bieži arī veic, viens un tas pats uzņēmums.
- 56 Ir jāsecina, ka Apelāciju padome nav pieļāvusi vērtējuma kļūdu, uzskatot, ka starp pieteikto preču zīmi "STAR TV" un agrāko preču zīmi pastāv sajaukšanas iespēja.

- 57 Attiecībā uz argumentiem, ka prasītāja norāda tās dažādo preču zīmju, kas satur vārdu “star” vai zvaigznes attēlu, valsts, starptautisko un Kopienu reģistrāciju, kā arī ievērojami biežo vārda “star” lietošanu, lai apzīmētu šajā gadījumā attiecīgos pakalpojumus, pietiek konstatēt, ka tie netika iesniegti ne Iebildumu nodaļai, ne Apelāciju padomei. Bet saskaņā ar judikatūru, ja Pirmās instances tiesā atsaucas uz faktiem, kuri nav minēti ITSB, tie var ietekmēt šāda lēmuma likumību tikai tad, ja ITSB varēja tos ņemt vērā pēc savas iniciatīvas (Pirmās instances tiesas 2004. gada 13. jūlija spriedums lietā T-115/03 *Samar/ITSB — Grotto* (“GAS STATION”), Krājums, II-2939. lpp., 13. punkts). No Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta beigu daļas, saskaņā ar kuru procesā, kas skar relatīvos pamatus reģistrācijas atteikumam, ITSB pārbaude aprobežojas ar lietas dalībnieku izvirzītajiem pamatiem un iesniegtajiem lūgumiem, izriet, ka šajā pārbaudē birojam pēc savas iniciatīvas nav jāņem vērā fakti, ko lietas dalībnieki nav snieguši. Tātad šādi fakti nav derīgi, lai apšaubītu Apelāciju padomes lēmuma likumību (iepriekš minētais spriedums “GAS STATION”, 13. punkts).
- 58 Ņemot vērā iepriekšējos apsvērumus, prasītājas prasījumi ir noraidāmi.

### **Par tiesāšanās izdevumiem**

- 59 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. Tā kā prasītājai spriedums nav labvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar ITSB prasījumiem
- 60 Saskaņā ar Reglamenta 136. panta 2. punktu nepieciešamos izdevumus, kas lietas dalībniekiem ir radušies, izskatot lietu Apelāciju padomē, uzskata par atlīdzināmiem tiesāšanās izdevumiem. Tomēr tas neattiecas uz izdevumiem, kas radušies procesa

laikā Iebildumu nodaļā, un prasītājas prasījums attiecībā uz šo izdevumu atlīdzināšanu tādējādi šādu iemeslu dēļ katrā ziņā ir jānoraida. Ir jānoraida arī prasītājas prasījums tai atlīdzināt procesa laikā Apelāciju padomē radušos izdevumus, jo atcelšanas prasījumi ir noraidīti.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (ceturtā palāta)

nospriež:

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

Legal

Mengozi

Wiszniewska-Białecka

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā, 2005. gada 4. maijā.

Sekretārs

Priekšsēdētājs

H. Jung

H. Legal