

SODBA SODIŠČA PRVE STOPNJE (drugi senat)
z dne 30. junija 2004*

V zadevi T-317/01,

M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung und Informationssysteme mbH,
s sedežem v Frankfurtu na Majni (Nemčija), ki jo zastopa M. Treis, Rechtsanwalt,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga
zastopata S. Laitinen in U. Pflegar, zastopnika,

tožena stranka,

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe Urada za usklajevanje na
notranjem trgu (znamke in modeli) je bil

* Jezik postopka: nemščina.

Mediametrie SA, s sedežem v Parizu (Francija), ki ga je najprej zastopal D. Dupuis-Latour, Rechtsanwalt, nato S. Szilvasi, Rechtsanwalt,

intervenient,

zaradi razveljavitve odločbe prvega odbora za pritožbe Urada za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) z dne 2. oktobra 2001 v zadevi R 698/2000-1 v zvezi s postopkom z ugovorom med Mediametrie SA in M+M Gesellschaft für Unternehmensberatung und Informationssysteme mbH

SODIŠČE PRVE STOPNJE EVROPSKIH SKUPNOSTI (drugi senat),

v sestavi J. Pirrung, predsednik, A. W. H. Meij in N. J. Forwood, sodnika,

sodna tajnica: D. Christensen, administratorica,

na podlagi pisnega postopka in obravnave z dne 16. decembra 2003

izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

- 1 Dne 29. novembra 1996 je tožeča stranka pri Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (v nadaljevanju: Urad) vložila prijavo znamke Skupnosti na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), s spremembami.
- 2 Znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je znak M+M EURODATA.
- 3 Blago in storitve, za katere je bila zahtevana registracija, spadajo v razrede 9, 16, 35, 41 in 42 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kot je bil spremenjen in dopolnjen, in ustrezajo za vsakega od teh razredov naslednjemu opisu:

— „računalniški software“, ki spada v razred 9;

- „publikacije in periodične revije v zvezi z raziskavami o trgovini z živili“, ki spadajo v razred 16;

 - „tržne raziskave, tržne analize in trgovinske raziskave, svetovanje podjetjem na področju trženja in prodaje“, ki spadajo v razred 35;

 - „seminarji in druga izobraževanja v zvezi s trženjem in prodajo“, ki spadajo v razred 41;

 - „storitve v zvezi z bazami podatkov“, ki spadajo v razred 42.
- 4 Dne 29. junija 1998 je bila prijava znamke objavljena v *Biltenu o znamkah Skupnosti* št. 46/98.
- 5 Dne 29. septembra 1998 je intervenient vložil ugovor zoper registracijo te znamke v skladu s členom 42(1) Uredbe št. 40/94.
- 6 Ugovor je temeljil na znamki EURODATA TV, ki je predmet naslednjih registracij:
- irska registracija št. 201 060 z datumom 1. julij 1996;

- francoska registracija št. 92 414 002 z datumom 7. april 1992;

 - mednarodna registracija št. 591 515 z datumom 25. september 1992 in z učinkom v državah Beneluksa, Španiji, Italiji in na Portugalskem.
- 7 Ugovor je bil usmerjen zoper registracijo prijavljene znamke za storitve „tržne raziskave, tržne analize in trgovinske raziskave, svetovanje podjetjem na področju trženja in prodaje; seminarji in druga izobraževanja v zvezi s trženjem in prodajo“, ki so bile zajete s prijavo znamke.
- 8 Ugovor je temeljil le na delu storitev, ki so zajete s francosko in mednarodno registracijo, in sicer na naslednjih: „zbiranje in posredovanje poslovnih informacij, zlasti ankete in javnomnenjske raziskave na avdiovizualnem področju“, ki spadajo v razred 35.
- 9 Ugovor je temeljil tudi na naslednjih storitvah, ki so zajete z irsko registracijo: „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“, ki spadajo v razred 35.
- 10 V utemeljitev svojega ugovora se je intervenient skliceval na relativni razlog za zavrnitev iz člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

- 11 Ker je oddelek za ugovore menil, da naj ne bi obstajala verjetnost zmede, je z odločbo z dne 20. aprila 2000 zavrnil ugovor in intervenientu naložil plačilo stroškov.
- 12 Dne 16. junija 2000 je intervenient v skladu s členom 59 Uredbe št. 40/94 vložil pritožbo zoper to odločbo.
- 13 Z odločbo z dne 2. oktobra 2001 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) je prvi odbor za pritožbe razveljavil odločbo oddelka za ugovore in zadevo predal nazaj oddelku za ugovore zaradi postopka v zvezi s prijavo za tisto blago in storitve, za katere registracija ni bila zavrnjena, namreč „računalniški software“, ki spada v razred 9, „publikacije in periodične revije v zvezi z raziskavami o trgovini z živili“, ki spadajo v razred 16, in „storitve v zvezi z bazami podatkov“, ki spadajo v razred 42. Poleg tega je tožeči stranki naložil plačilo stroškov, ki so nastali v postopku z ugovorom in postopku s pritožbo.
- 14 Utemeljitev izpodbijane odločbe je mogoče povzeti tako.
- 15 Odbor za pritožbe je menil, da so zadevne storitve delno enake in delno zelo podobne (glej točki 19 in 20 izpodbijane odločbe).
- 16 Glede zadevnih znakov je odbor za pritožbe najprej menil, da naj bi bila znaka „EURODATA“ in „EURODATA“ enaka, ker naj javnost ne bi bila pozorna na razliko med velikimi in malimi črkami. Dalje je menil, da če bi se pojem „eurodata“ obravnavalo tako, kot da ima razlikovalni učinek, bi morala biti zadevna znaka opredeljena kot tako podobna, da bi obstajala verjetnost zmede, če pa bi se mu

nasprotno odreklo razlikovalni učinek, bi bilo težišče najprej na drugih elementih znakov, zlasti na elementu „M+M“, tako da bi bilo treba šteti, da se znaka razlikujeta (točka 13 izpodbijane odločbe).

- 17 Glede tega je odbor za pritožbe odločil, da beseda „eurodata“ ni popolnoma brez razlikovalnega učinka. Po njegovem mnenju naj bi bilo namreč malo verjetno, da bi bil prizadeti potrošnik sposoben točno dojeti, kaj naj bi ta pojem označeval. Raziskave tožeče stranke na svetovnem spletu so pokazale, da naj bi se širok krog poslovnih dejavnosti, med katerimi ni povezave, povezovalo z besedo „eurodata“ in da naj bi ta zato bila zelo oddaljena od jasne opredelitve pojma. Poleg tega je odbor za pritožbe menil, da naj bi se to besedo razumelo kot značilni element prejšnje in prijavljene znamke, tako da naj bi bilo nemogoče, da bi se znamki primerjalo brez te besede (točki 14 in 15 izpodbijane odločbe).
- 18 Na podlagi navedenega je odbor za pritožbe menil, da naj bi bila prijavljena znamka sestavljena iz dveh pojmov, ki imata razlikovalni učinek, od katerih je pojem „eurodata“ prevladujoč, in da naj bi prejšnja znamka imela le en element, ki ima razlikovalni učinek, namreč EURODATA, saj naj bi bila kratica „TV“ opisna. Odbor za pritožbe je zaključil, da naj bi javnost zato sklepala, da zadevni znamki izhajata iz istega poslovnega vira (točke od 16 do 18 izpodbijane odločbe).

Postopek

- 19 Tožeča stranka je v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje dne 17. decembra 2001 vložila to tožbo v nemškem jeziku.

- 20 Ker druge stranke pred Sodiščem prve stopnje niso pravočasno ugovarjale uporabi nemščine kot jezika postopka, je to določilo nemščino kot jezik tega postopka.
- 21 Urad in intervenient sta odgovora na tožbo vložila v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje dne 25. aprila 2003 in dne 16. maja 2003.

Predlogi strank

- 22 Tožeča stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:
- razveljavi izpodbijano odločbo;
 - Uradu naloži plačilo njenih stroškov.
- 23 Na obravnavi je tožeča stranka razložila, da predlaga razveljavitev izpodbijane odločbe le v delu, kjer se z njo razveljavlja zanjo ugoden del odločbe oddelka za ugovore.
- 24 Urad Sodišču prve stopnje predlaga, naj:
- zavrne tožbo;

— tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

25 Intervenient Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

— potrdi izpodbijano odločbo;

— v celoti zavrne tožbo;

— tožeči stranki naloži plačilo stroškov intervenienta.

Pravno stanje

Trditve strank

26 Tožeča stranka v utemeljitev svoje tožbe navaja en sam tožbeni razlog, in sicer kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94, saj naj bi odbor za pritožbe nepravilno pritrnil temu, da obstaja verjetnost zmede.

27 Glede zadevnih znakov tožeča stranka najprej navaja, da naj bi bila prejšnja znamka sestavljena izključno iz opisnih elementov.

- 28 Tožeča stranka glede vidne in glasovne primerjave teh znakov dalje navaja, da naj bi se element „M+M“ pojavljal le v prijavljeni znamki in je veliko izrazitejši kot element „eurodata“. Tudi zasnova obeh znakov naj bi bila različna, saj naj bi element „M+M“ predstavljal ime tožeče stranke, medtem ko naj bi element „TV“ usmerjal k poslovni dejavnosti intervenienta.
- 29 Glede zadevnih storitev tožeča stranka za storitve iz razreda 35, ki so zajete s prijavo znamke, navaja, da naj bi iz njihove označbe izhajalo, da se nanašajo le na trženje in prodajo podatkov. Take storitve pa naj bi uporabljale predvsem osebe, ki se ukvarjajo s trgovino z živili. Poleg tega naj bi iz označbe storitev, ki so varovane s prejšnjo znamko, izhajalo, da naj bi se te, kot kaže že ime intervenienta, ponujale izključno na medijskem področju. Končno naj bi bili podatki, zbrani z zadevnimi storitvami, različnih vrst.
- 30 Tožeča stranka dodaja, da bi lahko intervenient, če bi bilo presojeno, da so zadevne storitve podobne, na celotnem območju Skupnosti prepovedal uporabo drugih znamk, ki vsebujejo element „eurodata“ in se nanašajo na zbiranje podatkov.
- 31 Tožeča stranka glede storitev iz razreda 41, ki so zajete s prijavo znamke, navaja, da naj bi spadale v drug razred, kot je tisti, v katerega spadajo storitve, ki so varovane s prejšnjo znamko, kar naj bi bil vsaj indic za to, da naj bi podobnost med zadevnimi storitvami obstajala le v izjemnih primerih. Izjemni primer pa naj ne bi obstajal, saj naj bi se prve storitve nanašale na poklicno izobraževanje, druge pa na zbiranje in posredovanje podatkov.

- 32 Tožeča stranka dodaja, da naj bi utemeljitev odbora za pritožbe poleg tega končno pripeljala do tega, da bi bila znamka, ki je varovana za storitve iz razreda 35, ki se ponujajo na določenem področju, avtomatično varovana za storitve, ki se ponujajo na istem področju, vendar so namenjene poklicnemu izobraževanju.
- 33 Urad glede zadevnih znakov najprej navaja, da naj element „eurodata“ ne bi bil brez razlikovalnega učinka in da naj bi bil tudi glavni element teh znakov. Poleg tega naj bi bila prejšnja znamka sestavljena iz znaka EURODATA TV in ne samo iz elementa „eurodata“.
- 34 Urad nadaljuje, da naj bi si bila zadevna znaka tudi vidno podobna, saj naj bi vsak vseboval element „eurodata“ in kratek besedni element. Po mnenju Urada naj bi element „M+M“ sicer imel razlikovalni učinek, vendar naj s tem ne bi potisnil elementa „eurodata“ v ozadje.
- 35 Urad meni, da naj bi si bila zadevna znaka v glasovnem smislu podobna zaradi popolne ponovitve dolge in lahko izgovorljive besede „eurodata“, ki naj bi bila pri izgovorjavi in zvenu znakov najbolj značilna.
- 36 Glede pojmovne podobnosti Urad navaja, da naj bi povprečni potrošniki usmerili svojo pozornost na element „eurodata“ in da naj dodatek elementa „M+M“ ne bi imel posebnega vpliva na skupni vtis zadevnih znakov.
- 37 Glede zadevnih storitev Urad v zvezi s storitvami iz razreda 35 navaja, da naj bi bilo treba njihovo primerjavo opreti zgolj na njihovo označbo. Ta pa naj ne bi opravičevala razmejitev, ki jih je navedla tožeča stranka, ampak naj bi kazala, da so storitve namenjene isti javnosti.

- 38 Glede storitev iz razreda 41, ki so zajete s prijavo znamke, Urad navaja, da naj bi „trženje in prodaja“, predmet storitev poklicnega izobraževanja, pokrivala zelo obširno področje, ki naj bi zajemalo tudi „pripravo in posredovanje poslovnih statistik“, ki naj bi spadala v razred 35 in naj bi bila varovana s prejšnjo znamko. Javnost bo zato verjetno sklepala, da so prvonavedene storitve razširitev intervenientove poslovne dejavnosti.
- 39 Urad dodaja, da naj bi iz pravila 2(4) Uredbe Komisije (ES) št. 2868/95 z dne 13. decembra 1995 za izvedbo Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 (UL L 303, str. 1) izhajalo, da naj bi se klasifikacija blaga in storitev v smislu Nicejskega aranžmaja uporabljala izključno za upravne namene.
- 40 Glede upoštevne javnosti pri presoji verjetnosti zmede je Urad na obravnavi navedel, da naj se za zadevne storitve, predvsem za storitve poklicnega izobraževanja iz razreda 41, ne bi zanimala le podjetja.
- 41 Intervenient uveljavlja, da naj bi pojem „eurodata“ imel razlikovalni učinek, ker naj ne bi bil niti potreben niti opisen glede na zahtevane storitve in ker naj bi bil neologizem.
- 42 Glede razlikovalnega učinka znamke EURODATA TV je intervenient na obravnavi opozoril, da naj bi, kot naj bi bilo razvidno iz registracij, ki so navedene v podporo ugovoru, več nacionalnih uradov za znamke ugodilo registraciji znamke.

- 43 Intervenient glede zadevnih znakov dodaja, da je njegov skupni vtis ta, da naj bi si bila znaka na podlagi ponovitve pojma „eurodata“ podobna tako v pisno-vidnem kot glasovnem in pojmovnem smislu. Pisno-vidno naj bi oba znaka vsebovala element „eurodata“ in drug element z dvema črkama. Glasovno naj bi podobnosti pretehtale na podlagi ponovitve pojma „eurodata“. Pojemovno naj bi bila znaka prav tako enaka.
- 44 Glede zadevnih storitev intervenient navaja, da naj bile enake ali podobne.
- 45 Glede upoštevnosti javnosti pri presoji verjetnosti zmede se je intervenient na obravnavi priključil stališču Urada.
- 46 Končno je intervenient na obravnavi opozoril, da naj bi bile črke prijavljene znamke sicer iste velikosti, da pa naj bi tožeča stranka leta 1993 zahtevala registracijo znaka M+M EUROdATA kot nemške znamke, pri čemer naj bi imel element „eurodata“ veliko manjše črke kot element „M+M“. S tem naj bi tožeča stranka sama priznala, da naj bi imel element „eurodata“ razlikovalni učinek.

Presoja Sodišča prve stopnje

- 47 V skladu s členom 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 se znamka, za katero je vložena prijava, ob ugovoru imetnika prejšnje znamke ne registrira, če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, ki jih označujejo znamke, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem je varovana prejšnja znamka.

- 48 Po ustaljeni sodni praksi Sodišča in Sodišča prve stopnje je treba obstoj verjetnosti zmede vsestransko presojati z vidika upoštevne javnosti in ob upoštevanju vseh okoliščin posameznega primera, zlasti soodvisnosti med podobnostjo znaka in podobnostjo proizvoda (sodba Sodišča prve stopnje z dne 9. julija 2003 v zadevi Laboratorios RTB proti UUNT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, str. II-2821, točki 31 in 33, in tam navedena sodna praksa). Pri vsestranski presoji verjetnosti zmede se je treba glede vidne, glasovne in pojmovne podobnosti spornih znamk ravnati po njihovem skupnem vtisu, pri čemer je treba upoštevati predvsem njihove elemente, ki imajo razlikovalni učinek in so prevladujoči (sodba Sodišča prve stopnje z dne 14. oktobra 2003 v zadevi Phillips-Van Heusen proti UUNT – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Recueil, str. II-4335, točka 47, in tam navedena sodna praksa).
- 49 Ob upoštevanju teh razmišljanj je treba najprej določiti upoštevno javnost, ki jo je treba upoštevati pri presoji verjetnosti zmede, in nato primerjati zadevne storitve na eni strani in zadevna znaka na drugi strani.

Upoštevna javnost

- 50 Odbor za pritožbe ni preizkusil, katero javnost je treba upoštevati pri presoji verjetnosti zmede.
- 51 Iz označbe zadevnih storitev izhaja, da niso namenjene povprečnemu potrošniku, ampak strokovni javnosti (glej pojme „tržne“, „trgovinske“, „podjetjem“, „trženja“ in „prodaje“, navedene zgoraj v točki 7, pojem „poslovnih“, naveden zgoraj v točki 8, in pojme „poslovnih“, „industrijskim“, „trženja“ in „tržne“, navedene zgoraj v točki 9).

- 52 Treba je poudariti, da bo strokovna javnost pri izbiri storitev poseben interes in pozornost verjetno namenila zadevnim znakom.
- 53 Trditvi tožeče stranke, da naj bi bila upoštevna javnost strokovnjaki, ki iščejo specifične storitve, ni mogoče pritrčiti. To, da je zadevna javnost strokovna javnost, kaže sicer na določeno stopnjo specializacije. Vendar ni mogoče sklepati, čeprav zgoraj v točki 51 navedeni pojmi kažejo na to, da ciljno javnost sestavljajo strokovnjaki, da so ti vsi specialisti na področjih, v katera spadajo zadevne storitve, in da je to zaradi tega posebno ozko omejena javnost.
- 54 Glede argumenta Urada in intervenienta, da naj se za zadevne storitve, predvsem za storitve izobraževanja, ne bi zanimala le podjetja, je treba ugotoviti, da bodo med naslovniki, tudi če se temu pritrди, glede na pojme, uporabljene za označitev teh storitev in navedene zgoraj v točki 51, kljub vsemu tudi strokovnjaki.

Zadevne storitve

- 55 Ugovor je utemeljen s prejšnjo znamko, ki je registrirana za storitve iz razreda 35, in usmerjen zoper registracijo prijavljene znamke za storitve, ki delno spadajo v razred 35 in delno v razred 41 (glej zgoraj točke od 7 do 9). Zato je treba na eni strani narediti primerjavo s storitvami iz razreda 35, ki so zajete s prijavo znamke, in na drugi strani s storitvami iz razreda 41, ki so zajete s to prijavo.

— Storitve iz razreda 35, ki so zajete s prijavo znamke

- 56 Odbor za pritožbe je ugotovil, da naj bi bile storitve iz razreda 35, ki so zajete s prijavo znamke, in storitve iz istega razreda, ki so varovane s prejšnjo znamko, enake.
- 57 Ob tem je treba spomniti, da iz označb zadevnih storitev, navedenih zgoraj v točkah 3, 8 in 9, izhaja, da storitve iz razreda 35, ki so varovane s prejšnjo znamko, ustrezajo storitvam iz istega razreda, ki so zajete s prijavo znamke. Tako je treba ugotoviti, da sta obe skupini zadevnih storitev enaki.
- 58 Trditve tožeče stranke, da naj bi se zadevne storitve ponujale na različnih področjih in da naj bi bili podatki, na katere se storitve navezujejo, različnih vrst, tej ugotovitvi ne nasprotujejo. Odbor za pritožbe namreč v točki 19 izpodbijane odločbe pravilno sklepa, da mora ravnati glede na označbo storitev, za katere so registrirani posamezni znaki. Označba storitev iz razreda 35, ki so zajete s prijavo znamke, pa ne dopušča ugotovitve, da se te nanašajo le na trgovino z živili. Drugič, iz označbe storitev, ki so varovane s prejšnjo znamko, ne izhaja, da se te nanašajo le na medijsko področje. Tretjič, iz označb zadevnih storitev ni mogoče sklepati, da se storitve nanašajo na podatke različnih vrst. Ob tem je treba poudariti, da ni mogoče upoštevati, da naj bi se prijavljena znamka uporabljala v določenem sektorju ali na določenem trgu, ker registracije v tem smislu ni mogoče omejiti.
- 59 Poleg tega je trditev, da bi lahko intervenient ob prepoznanju podobnosti med zadevnimi storitvami na celotnem območju Skupnosti prepovedal uporabo drugih

zadevnih znamk z elementom „eurodata“, ki se nanašajo na zbiranje podatkov, ob presoji podobnosti teh storitev brezpredmetna.

— Storitve iz razreda 41, ki so zajete s prijavo znamke

- 60 Odbor za pritožbe je zaključil, da naj bi si bile storitve iz razreda 41, ki so zajete s prijavo znamke, in storitve iz razreda 35, ki so varovane s prejšnjo znamko, zelo podobne.
- 61 Ob tem je treba spomniti, kot je navedla tožeča stranka, da iz označbe storitev iz razreda 41, ki so zajete s prijavo znamke, izhaja, da se te navezujejo na poklicno izobraževanje in se zato zaradi svojega značaja razlikujejo od storitev, ki jih varuje prejšnja znamka.
- 62 Iz označbe teh storitev izobraževanja izhaja tudi, da se nanašajo na področje trženja in prodaje. Kot prepričljivo izhaja iz točke 20 izpodbijane odločbe in iz navedb Urada, spadajo storitve, ki jih varuje prejšnja znamka, namreč „zbiranje in posredovanje poslovnih informacij“, „poslovne raziskave“, „reklamne storitve“, „študije trženja“ in „tržne raziskave in analize“, prav tako na področje trženja in prodaje, ker „v današnjem poslovnem svetu ne more biti nobeno trženje uspešno brez primerne statistične raziskave“. Če bi bile torej zadevne storitve označene s podobnimi znaki, bi strokovnjaki, ki že poznajo storitve, ki jih varuje prejšnja znamka, zelo verjetno sklepali, da pomenijo storitve, ki so zajete s prijavo znamke, samo novo poslovno vejo podjetja, ki ponuja prvonavedene storitve.

- 63 Posledično obstaja torej tesna povezava pri namenu uporabe zadevnih storitev, saj imajo dopolnjujoč značaj. Iz tega je treba skleniti, do so si podobne (glej v tem smislu sodbo Sodišča prve stopnje z dne 23. oktobra 2002 v zadevi Institut für Lernsysteme proti UUNT – Educational Services (ELS), T-388/00, Recueil, str. II-4301, točka 56).
- 64 Temu sklepu ne nasprotuje trditev tožeče stranke, da zadevne storitve spadajo v različne razrede Nicejskega aranžmaja. Kot je že navedel Urad, pravilo 2(4) Uredbe št. 2868/95 predvideva, da se „storitev ne sme obravnavati [...] kot različnih na podlagi tega, da se pojavljajo v različnih razredih po Nicejski klasifikaciji“.
- 65 Končno je navedba tožeče stranke, da bi ugotovitve odbora za pritožbe na koncu pripeljale do tega, da bi bila znamka, varovana za storitve iz razreda 35, avtomatično varovana za storitve izobraževanja na istem področju, ob presoji podobnosti storitev brez pomena.

Zadevna znaka

- 66 Odbor za pritožbe je zaključil, da bi javnost sklepala, da imata zadevna znaka isti poslovni vir.
- 67 Ta rezultat je treba preizkusiti s primerjavo zadevnih znakov v vidnem, glasovnem in pojmovnem smislu.

- 68 Vidno in glasovno primerjavo se lahko naredi skupaj.
- 69 Glede tega je treba najprej ugotoviti, da stranke niso ugovarjale ugotovitvi odbora za pritožbe, da naj bi imel element „M+M“ prijavljene znamke razlikovalni učinek (točka 16 izpodbijane odločbe).
- 70 Odbor za pritožbe je dalje menil, da naj bi bil element „eurodata“ prevladujoči del prijavljene znamke in da naj element „M+M“, ki naj bi nesporno imel razlikovalni učinek, ne bi imel te moči, da bi preusmeril pozornost od elementa „eurodata“, tako da bi javnost zadostno spremenila dojemanje znamke. Po eni strani naj bi se namreč element „eurodata“ preprosto izgovarjal in naj bi si ga bilo lahko zapomniti, po drugi strani pa je daljši in trajnejši kot bolj jedrnat element „M+M“ (točki 16 in 18 izpodbijane odločbe).
- 71 Ob tem je treba po eni strani ugotoviti, da je element „M+M“, ki je kratka označba, vsaj tako lahko izgovoriti in si ga zapomniti kot element „eurodata“. Kot je tožeča stranka ustrezno navedla, so znamke s kratkimi kombinacijami črk zelo razširjene. Po drugi strani je element „M+M“, ravno zato, ker je jedrnat in krajši kot element „eurodata“, vsaj tako primeren kot zadnji, da usmeri pozornost javnosti nase, zlasti ker je prvi element prijavljene znamke in je namenjen strokovni javnosti.
- 72 Poleg tega je element „TV“ prejšnje znamke nesporno opisni, vendar se mu pri vidni in glasovni primerjavi zadevnih znakov ni mogoče izogniti. Elementa „M+M“ in „TV“ sta zelo različna, ne glede na to, kako kratka sta. Poleg tega je prvoimenovani na začetku znaka, drugoimenovani na koncu. V tem smislu dejstvo, da zadevna

znaka vsebujeta druge besedne elemente, pomeni, da je skupni vtis obeh znakov različen (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo GIORGIO BEVERLY HILLS, točka 43).

- 73 Posledično okoliščine, navedene v predhodnih dveh točkah, gledano skupaj, zadostujejo za ugotovitev, da ne obstaja nikakršna podobnost, ustvarjena na podlagi elementa „EURODATA“ v prijavljeni znamki in elementa „EURODATA“ v prejšnji znamki.
- 74 Iz tega izhaja, da si zadevna znaka nista podobna niti vidno niti glasovno.
- 75 Zato ni treba preizkusiti ugotovitve odbora za pritožbe, da naj bi imel element „eurodata“ razlikovalni učinek. Tudi če bi bila ustrezna, ne bi vplivala na okoliščine, na katerih temelji sklep, ki izhaja iz prejšnjih točk.
- 76 Tudi če vidna in glasovna primerjava zadevnih znakov kaže na to, da si ta v zadevnem primeru nista podobna, ju je treba preizkusiti še v pojmovnem smislu, zlasti ker v izpodbijani odločbi pojmovna primerjava ni bila izrecno narejena.
- 77 Pri tem je treba glede prejšnje znamke ugotoviti, da stališče odbora za pritožbe, da naj bi element „TV“ opisoval storitve, varovane s to znamko, ni bilo izpodbijano. Sodišče prve stopnje se strinja s tem stališčem. Pomen tega elementa za upoštevno javnost je tako brez nadaljnega jasen in določen.

- 78 Glede prijavljene znamke element „M+M“, ki ima razlikovalni učinek, za upoštevno javnost nima jasnega in določnega pomena in preprosto napoti k imenu tožeče stranke. Ta element ima zato popolnoma drug pomen kot element „TV“, ki ga vsebuje prejšnja znamka. Zato v pomenskem smislu med tema elementoma ni podobnosti.
- 79 V preostalem glede navedb Urada, da bi potrošniki usmerili svojo pozornost na element „eurodata“ in da naj dodani element „M+M“ ne bi imel posebnega vpliva na skupni vtis zadevnih znakov, zadostuje napotilo, da, kot je bilo že zgoraj izpeljano, so upoštevna javnost strokovnjaki, ki bodo svojo pozornost elementu „M+M“ namenili vsaj toliko kot elementu „eurodata“.
- 80 Zato je treba ugotoviti, da si zadevna znaka pojmovno nista podobna.
- 81 Temu ne nasprotuje intervenientova trditev, da naj bi več nacionalnih uradov za znamke ugodilo registraciji njegove znamke EURODATA TV. V tej zadevi namreč ne gre za sposobnost registracije znaka EURODATA TV, ampak samo za to, ali med prijavljeno in prejšnjo znamko obstaja verjetnost zmede v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.
- 82 Končno je trditev intervenienta, ki se sklicuje na nemško znamko, ki jo je tožeča stranka domnevno prijavila leta 1993, glede prijavljene znamke v tem primeru brez pomena.

- 83 Iz vsega navedenega izhaja, da je odbor za pritožbe nepravilno menil, da bo javnost sklepa, da imata zadevna znaka isti poslovni vir.

Verjetnost zmede

- 84 Odbor za pritožbe svojega sklepa glede verjetnosti zmede zadevnih znakov ni podrobneje utemeljil. Zadovoljil se je z razmišljanjem, da če bi pojmu „eurodata“ priznal razlikovalni učinek, kar je potem v izpodbijani odločbi tudi storil, bi bilo treba izhajati iz tega, da naj bi si bila znaka tako podobna, da bi ju bilo mogoče zamenjevati, ker naj bi glasovno, vidno in morda celo pojmovno za iste ali podobne storitve obstajala visoka stopnja podobnosti.

- 85 Kot je bilo zgoraj izpeljano, so zadevne storitve delno enake in delno podobne. Vendar čeprav so zadevne storitve enake ali podobne, kljub temu vidne, glasovne in pojmovne razlike med zadevnima znakoma zadostujejo za to, da se prepreči verjetnost zmede pri dojetanju ciljne javnosti (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo *GIORGIO BEVERLY HILLS*, točka 52). Če se tej javnosti namreč ponudi storitve, ki so označene s prijaviteljevo znamko, ki od prejšnje znamke odstopa vidno, glasovno in pojmovno, ta zadevnim storitvam ne bo pripisala istega poslovnega vira. Zato ne obstaja nikakršna verjetnost, da bo ciljna javnost storitve, ki so označene z eno od obeh znamk, medsebojno povezovala.

- 86 Ta sklep izhaja iz tega, da so prejemniki zadevnih storitev, kot je bilo izpeljano zgoraj v točkah 51 in 52, vsi strokovnjaki, ki bodo zadevnima znakoma namenili poseben interes in pozornost.

- 87 Iz vsega navedenega izhaja, da je odbor za pritožbe, ki je implicitno izhajal iz tega, da naj bi obstajala verjetnost zmede, in je na tej podlagi razveljavil odločbo oddelka za ugovore, s katero je bil zavržen ugovor, kršil člen 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.
- 88 Posledično je treba ugoditi edinemu tožbenemu razlogu, ki očita kršitev te določbe, in razveljaviti izpodbijano odločbo.
- 89 Glede tega se je kljub temu treba spomniti, da je odbor za pritožbe, kot je bilo izpeljano zgoraj v točki 13, ne le razveljavil odločbo oddelka za ugovore, ampak tudi zadevo zaradi postopka za prijavo znamke za blago in storitve iz razredov 9, 16 in 42 vrnil oddelku za ugovore. Ugovor v tej zadevi pa se nanaša le na storitve iz razredov 35 in 41, ki so navedene v prijavi znamke. Blago in storitve iz razredov 9, 16 in 42 tako niso bili predmet spora pred oddelkom za ugovore, zato tudi ne predmet spora pred odborom za pritožbe. Iz izpodbijane odločbe namreč izhaja, da je intervenient odboru za pritožbe le predlagal, naj razveljavi odločbo oddelka za ugovore in zavrne prijavo za storitve, navedene v ugovoru (točka 8 izpodbijane odločbe), ki spadajo v razreda 35 in 41 v smislu Nicejskega aranžmaja.
- 90 Zato je treba odločbo odbora za pritožbe, da se zadevo vrne oddelku za ugovore zaradi postopka za prijavo znamke za blago in storitve iz razredov 9, 16 in 42, videti kot preprosto ugotovitev tega, da mora Urad nadaljevati postopek registracije prijavljene znamke za to blago in storitve. Posledično v tej točki ni treba razveljaviti

izpodbijane odločbe. Ta ugotovitev tudi ni v nasprotju z delom odločbe oddelka za ugovore, ki je bil za tožečo stranko ugoden v smislu njenih predlogov, kot so bili razjasnjeni na obravnavi (glej točko 23).

- 91 Po vsem navedenem je treba izpodbijano odločbo razveljaviti, razen tam odrejene vrnitve zadeve oddelku za ugovore zaradi postopka za prijavo znamke za blago in storitve iz razredov 9, 16 in 42, ki so zajeti s to prijavo.

Stroški

- 92 V skladu s členom 87(2) Poslovnika Sodišča prve stopnje se stranki, ki s svojim zahtevkom ni uspela, naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni.
- 93 V tem primeru tako Urad kot intervenient s svojima zahtevkoma nista uspela, saj je treba izpodbijano odločbo delno razveljaviti. Poleg tega je tožeča stranka predlagala, naj se Uradu naloži plačilo njenih stroškov.
- 94 Zato se Uradu naloži plačilo stroškov tožeče stranke, intervenient pa nosi svoje stroške.

Iz teh razlogov je

SODIŠČE PRVE STOPNJE (drugi senat)

razsodilo:

- 1. Odločba prvega odbora za pritožbe Urada za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) z dne 2. oktobra 2001 v zadevi R 698/2000-1 se razveljavi, razen tam odrejene vrnitve zadeve oddelku za ugovore zaradi postopka za prijavo znamke za blago in storitve iz razredov 9, 16 in 42, ki so zajeti s to prijavo.**
- 2. Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) se naloži plačilo stroškov tožeče stranke.**
- 3. Intervenient nosi svoje stroške.**

Pirrung

Meij

Forwood

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourg, 30. junija 2004.

Sodni tajnik

Predsednik

H. Jung

J. Pirrung