

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMO (ketvirtoji kolegija) SPRENDIMAS

2005 m. birželio 22 d. \*

Byloje T-34/04

**Plus Warenhandelsgesellschaft mbH**, įsteigta Mühlheim (Vokietija), atstovaujama  
advokato B. Piepenbrink,

ieškovė,

prieš

**Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui)**  
(VRDT), atstovaujamą G. Schneider,

atsakovę,

\* Proceso kalba: vokiečių.

dalyvaujant kitoms VRDT apeliacinėje taryboje vykusios procedūros šalims

**Joachim Bälz** ir **Friedmar Hiller**, gyvenantiems Štutgarte (Vokietija),

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2003 m. lapkričio 25 d. VRDT antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 620/2002-2), susijusio su protesto procedūra tarp bendrovės *Tengelmann Warenhandelsgesellschaft* ir J. Bälz bei F. Hiller,

EUROPOS BENDRIJŲ PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS  
(ketvirtoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas H. Legal, teisėjai P. Lindh ir V. Vadapalas,

posėdžio sekretorė C. Kristensen, administratorė,

atsižvelgęs į 2004 m. sausio 28 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktą ieškinį,

atsižvelgęs į 2004 m. birželio 18 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktą atsakymą į ieškinį,

atsižvelgęs į rašytinę proceso dalį ir įvykus 2005 m. vasario 24 d. posėdžiui,

priima šį

## Sprendimą

### Ginčo aplinkybės

- 1 2000 m. rugsėjo 26 d. Joachim Balz ir Friedmar Hiller pagal pataisytą 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentą (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1) Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženkams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) pateikė vaizdinio Bendrijos prekių ženklo paraišką.
- 2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra toliau pateiktas žymuo:



- 3 Pagal peržiūrėtą ir pataisytą 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutartį dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženkams registruoti prekės, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklus, yra įvairios prekės, priklausančios 3, 25, 28, 32, 33 ir 34 klasėms.

- 4 2001 m. gegužės 14 d. Bendrijos prekių ženklų paraiška buvo paskelbta *Bendrijos prekių ženklų biuletenyje* Nr. 43/01.
  
- 5 2001 m. rugpjūčio 6 d. laišku bendrovė *Tengelmann Warenhandelsgesellschaft* padavė protestą dėl šios paraiškos įregistruoti prekių ženklą, tvirtindama, kad remiantis Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktu egzistuoja galimybė supainioti prašomą įregistruoti žymenį su ankstesniu vokiečių žodiniu prekių ženklu POWER, įregistruotu 1994 m. balandžio 14 d. 34 klasei priklausančioms prekėms: „tabakas, rūkaliams skirtos prekės, t. y. tabakinės, cigarų ir cigarečių laikikliai, portcigarai, peleninės, visos nurodytos prekės ne iš brangaus metalo, jų lydinių ar jais padengti, pypkių laikikliai, pypkių valikliai, peiliukas cigarams pjauti, pypkės, žiebtuvėliai, kišeniniai aparatai cigaretėms susukti, popierius cigaretėms, cigarečių filtras; degtukai“.
  
- 6 Protestas buvo paduotas dėl prekių ženklų paraiškoje nurodytų prekių dalies, t. y. 34 klasei priklausančių „tabako, rūkaliams skirtų prekių, degtukų“.
  
- 7 2002 m. gegužės 27 d. Protestų skyrius šį protestą atmetė, motyvuodamas tuo, kad nėra galimybės supainioti nagrinėjamų dviejų žymenų.
  
- 8 2002 m. liepos 25 d. protestą pateikusi šalis šį sprendimą ginčijo VRDT antroje apeliacinėje taryboje teigdama, kad prašomo įregistruoti žymens sukeltą bendrą įspūdį lemia skiriamasis elementas „power“, o jo kiti elementai neturi skiriamųjų požymių. Ji mano: kadangi dominuojantis elementas „power“ yra abiejuose prekių ženkluose, protestas yra priimtinas.

- 9 2003 m. spalio 1 d. bendrovė *Plus Warenhandelsgesellschaft mbH* buvo įrašyta į Vokietijos prekių ženklų registrą kaip nauja ankstesnio nacionalinio prekių ženklo POWER savininkė.
- 10 2003 m. lapkričio 25 d. Sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) VRDT antroji apeliacinė taryba apeliaciją atmetė, motyvuodama tuo, kad atitinkamoje teritorijoje nėra galimybės supainioti dėl dviejų žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualių, fonetinių, konceptualių skirtumų. Ji nusprendė, kad, priešingai nei mano protestą padavusi šalis, negalima neatsižvelgti į prašomo įregistruoti žymens žodinį elementą „Turkish“ ir jo vaizdinį elementą, sudarytą iš liūto galvos, ir kad net jei liūto galva simbolizuoja jėgą, tai nėra šios jėgos koncepcijos tiesioginis ir paprastas perkėlimas. Be to, ji nurodė, kad negalima nepaisyti taip pat elemento „Turkish“, nes jis yra svarbus vizualiu ir fonetiniu požiūriu, ir kad žodžių „Turkish power“ bendra reikšmė skiriasi nuo žodžio „power“ reikšmės.

### Procesas ir šalių reikalavimai

- 11 Šiomis aplinkybėmis ieškovė, teisės į ankstesnį nacionalinį prekių ženklą perėmėja, pareiškė šį ieškinį dėl Apeliacinės tarybos sprendimo.
- 12 Ieškovė Pirmosios instancijos teismo prašo:

— panaikinti ginčijamą sprendimą,

- nepatenkinus pirmojo reikalavimo, suteikti jai galimybę per protingą terminą raštu papildyti informaciją, kurią Pirmosios instancijos teismas laiko nepakankama, susijusią su faktinėmis aplinkybėmis ir teisinėmis jų pasekmėmis,
  
  - priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.
- 13 Per posėdį ieškovė atsisakė pirma pateiktų reikalavimų dalies, kuria Pirmosios instancijos teismo prašė nurodyti išbraukti prašomą įregistruoti prekių ženklą iš registro.
- 14 VRDT Pirmosios instancijos teismo prašo:
- atmesti ieškinį,
  
  - priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

### **Dėl ieškinio priimtumo**

- 15 VRDT pažymi, kad ieškovė, nors yra ankstesnio nacionalinio prekių ženklo perėmėja, nebuvo Apeliacinėje taryboje vykusios procedūros šalis. Tačiau VRDT mano, kad Reglamento Nr. 40/94 63 straipsnio 4 dalis turi būti aiškinama taip, kad „Apeliacinėje taryboje vykusios procedūros šalies“, kuri gali pateikti apeliaciją

Pirmosios instancijos teisme, sąvoka taip pat apima prekių ženklą, dėl kurio kilo ginčas prašant įregistruoti žymenį kaip prekių ženklą, savininko teisių perėmėjus.

- 16 Nustatyta ir, beje, neginčijama, kad ankstesnė nacionalinio prekių ženklą savininkė bendrovė *Tengelmann Warenhandelsgesellschaft* jį perdavė ieškovei VRDT vykusios procedūros metu. Ši aplinkybė reiškia, kad ieškovė pakeitė teises perdavusią bendrovę ir tapo procedūros Apeliacinėje taryboje šalimi.
- 17 Šiomis aplinkybėmis ieškovė turi teisę pareikšti ieškinį dėl ginčijamo sprendimo panaikinimo.

## Dėl esmės

*Dėl pirmojo ieškinio pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu*

## Šalių argumentai

- 18 Ieškovė teigia, kad prekių ženklą paraiškoje nurodytos bei 34 klasei priklausančios prekės „tabakas, rūkaliams skirtos prekės ir degtukai“ bei ankstesniu prekių ženklą žymimos prekės yra iš dalies tapačios arba labai panašios.

- 19 Žodis „power“ yra išimtinis ankstesnio prekių ženklo elementas, o pats prekių ženklas turi skiriamąjį požymį, sustiprintą dėl plačiai paplitusio jo naudojimo kaip prekių ženklo. Ankstesnis prekių ženklas nėra naudojamas tik prekėms apibūdinti, nes atitinkamas vartotojų ir ūkio subjektų ratas neskatinamas žodžio „power“ laikyti rūkaliams skirtų prekių kokybės nuoroda, priešingai nei nuoroda, kurią gali daryti žodžiai „full flavour“ arba „light“ arba „gold“.
- 20 Žodis „power“ yra taip pat išskirtinis prašomą įregistruoti žymenį apibūdinantis elementas, nes pagal vokiečių ir anglų kalbų gramatikos taisykles tik daiktavardžiai, o ne būdvardžiai, vartojami daiktams nurodyti. Todėl anglų kalboje būdvardis „Turkish“ neturi reikšmės lyginant žymenis, nes jis suinteresuotiems klientams tik nurodo, jog atitinkamos prekės yra turkų kilmės ir atitinkama visuomenės dalis jo nesuvoks kaip nurodančio šias prekes pagaminusią įmonę.
- 21 Jei pažymėtos prekės nėra parduodamos savitarnos parduotuvėse, pirkėjas privalo pasakyti prekių ženklo pavadinimą, nes tai yra paprasčiausias prekės nurodymo būdas. Tačiau lyginant dviejų žymenų, dėl kurių kilo ginčas, skambėjimą, prašomo įregistruoti žymens grafinis pavaizdavimas neturi jokios reikšmės.
- 22 Tarp žodžių „Turkish“ ir „power“ esantis paveikslėlis su liūto galva pats nedaro įtakos prašomo įregistruoti žymens sukeltam bendram vizualiam įspūdžiui, nes jis naudojamas tik sustiprinti elemento „power“, kurį atitinkami klientai žino kaip sudarantį ieškovės prekių ženklą, prasmę.



- 23 Atsižvelgiant į dviejų žymenų, dėl kurių kilo ginčas ir kurių dominuojantys elementai yra tie patys, panašumą ir į bendrą išpūdį, kurį jie sukelia Vokietijos visuomenei, egzistuoja galimybė supainioti, nes visuomenė galėtų manyti, kad atitinkamas prekes pagamino ta pati įmonė arba ekonomiškai susijusios įmonės.
- 24 Pirmiausia VRDT teigia: kadangi ankstesnis prekių ženklas saugojamas Vokietijoje, reikia remtis tuo, kaip žymenis, dėl kurių kilo ginčas, suvokia Vokietijos visuomenė, kurią Apeliacinė taryba teisingai laikė pakankamai informuota ir protingai pastabia bei nuovokia.
- 25 Antra, VRDT pažymi, kad ankstesnis prekių ženklas saugo visas proteste nurodytas prekes, t. y. „tabakas, rūkaliams skirtos prekės, degtukai“ ir todėl žymenimis, dėl kurių kilo ginčas, žymimos prekės yra tapačios.
- 26 Trečia, VRDT primena, kad žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo vertinimas turi būti pagrįstas jų vizualiu, skambėjimo ir konceptualiū atitikimu ir kad juos reikia vertinti bendrai, nes jų dominuojantys ir skiriamieji elementai yra lemiami.
- 27 Žodis „power“, kuris yra išimtinis ankstesnį prekių ženklą sudarantis elementas, neaprašo jokių atitinkamų prekių. Nors vertindama, kad šio elemento skiriamasis požymis pakankamai silpnas, Apeliacinė taryba, atsižvelgusi į nurodytas prekes, protestą padavusios šalies naudai darė prielaidą, kad jos prekių ženklas turi vidutinį skiriamąjį požymį.

- 28 Prašomas įregistruoti žymuo sudarytas iš elementų „Turkish“ ir „power“ bei juos skiriančio vaizdinio elemento, vaizduojančio liūto galvą. Šio žymens skiriamųjų elementų vertinimas turi būti grindžiamas faktu, kad ir elementas „power“, ir vaizdinis elementas, t. y. liūto galva, galiausiai būdvardis „Turkish“ yra skiriamieji, o ne aprašomieji, ir kad šis žymuo, vertinamas bendrai, sukelia skirtingą įspūdį nei prekių ženklas POWER.
- 29 Ginčijamo sprendimo 26 punkte Apeliacinė taryba pritarė galimybei, kad Vokietijos visuomenės dalis elementą „Turkish“ suvokia kaip prekių geografinės kilmės nuorodą. Tačiau ji taip pat teigė, kad apskritai „Turkish Power“ perduoda skirtingą semantinę reikšmę nei elementas „power“ vertinamas atskirai. Todėl vertinant panašumą negalima neatsižvelgti į elementą „Turkish“.
- 30 Ieškovė klaidingai daro prielaidą, kad tik daiktavardžiai, o ne būdvardžiai gali apibūdinti prekių ženklą. Argumentas, kad būdvardžiai iš esmės yra visada vartojami aprašymui, yra teisingas, kai kalbama apie jų gramatinę funkciją. Atvirkščiai, prekių ženklą sudarantis būdvardis nėra aprašomojo pobūdžio. Klausimas, ar būdvardis yra aprašomasis prekių ženklų teisės prasme, priklauso nuo jo reikšmės ir nuo prekių ženklų žymimų prekių bei paslaugų.
- 31 Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 26 punkte nusprendė, kad Vokietijos vartotojas kombinaciją „Turkish Power“ suvokia kaip visumą, apimančią kitas papildomas reikšmes, nei paprasta nuoroda į prekių ženklą „Power“ žymimas turkų kilmės prekės. Dėl glaudaus šių dviejų sudedamųjų dalių ryšio sintagma „Turkish Power“ sukelia įtaigų įspūdį, nepriklausomą nuo žodžio „power“, nes jis sukelia jausmą, susijusį su Turkijos kultūros ir istorijos samprata.

- 32 Prekių ženklas „Indian Summer“, žymintis gėrimus, konceptualių požiūriu visiškai skiriasi nuo prekių ženklo „Summer“, skirto tokioms pačioms prekėms. Ieškovė negali tinkamai remtis byla, kurioje buvo priimtas 2004 m. vasario 18 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimas *Koubi prieš VRDT – Flabesa (CONFORFLEX)* (T-10/03, Rink. p. II-719), nes šioje byloje nebuvo akivaizdžios bendros žodžio „conforflex“ sąvokos. Sąvoka „conforflex“ pati neturi jokios reikšmės, nes vartotojas elementą „confor“ tiesiogiai sieja su prekėmis.
- 33 Vizualių požiūriu tik prašomo įregistruoti žymens elementas „power“ yra tapatus ankstesniam prekių ženklui. Patirtis parodė, kad iš dalies vaizdinių prekių ženklų viršuje nurodyti elementai turi labai didelę reikšmę, nes jie paprastai patraukia visuomenės dėmesį.
- 34 Apeliacinė taryba pastebėjo, kad prašomo įregistruoti žymens vaizdinis elementas, sudarytas iš didelės riaumojančio liūto galvos su rafinuotai pavaizduotais karčiais, nėra tik visiškai ir nereikalingas jėgos koncepcijos perkėlimas. Riaumojantis liūtas, išreiškiantis tam tikrą agresyvumą, stilius ir rafinuotas galvos pavaizdavimas suteikia prašomam įregistruoti prekių ženklui jam būdingą pobūdį, viršijantį žodžio „power“ perduodamą informaciją. Šiuo atžvilgiu riaumojančio liūto galvos pridėjimas prašomam įregistruoti žymeniui taip pat suteikia specialią įtaigią reikšmę, skirtingą nei elementas „power“, vertinamas atskirai.
- 35 Du žymenys, dėl kurių kilo ginčas, skiriasi konceptualių požiūriu, nes pats žodis „power“ turi skirtingą reikšmę ir poveikį nei su liūto galva sujungta sintagma „Turkish Power“. Tik akivaizdus atitikimas su elementu „power“ negali pateisinti konceptualaus panašumo.
- 36 Apskritai daugiausia egzistuoja tik tam tikri vizualūs ir fonetiniai panašumai tarp šių dviejų žymenų, dėl kurių kilo ginčas.

- 37 Iš šių konkrečių požiūrių analizės matyti, kad prekės yra tapačios ir kad žymenų žodinis elementas „power“ atitinka. Kita vertus, egzistuoja žodis, turintis skiriamąjį požymį, būdingą prašomam įregistruoti žymeniui, skirtingas dviejų žymenų konceptualus suvokimas ir skiriamasis vaizdinis elementas.
- 38 Taigi VRDT nusprendė, kad nėra galimybės supainioti.

#### Pirmosios instancijos teismo vertinimas

- 39 Galimybė, jog visuomenė gali manyti, kad ta pati įmonė ar tam tikru atveju ekonomiškai susijusios įmonės pagamino dviem žymenimis, dėl kurių kilo ginčas, žymimas prekes, yra galimybė suklaidinti Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto prasme ir ji turi būti visapusiškai įvertinta, atsižvelgiant į visas šios bylos atitinkamas aplinkybes.
- 40 Šis visapusiškas vertinimas apima tam tikrą veiksmų, į kuriuos atsižvelgta, būtent prekių ženklų ir jais žymimų prekių ir paslaugų panašumas, tarpusavio priklausomybę, nes mažas prekių ženklų pažymėtų prekių arba paslaugų panašumo lygis gali būti kompensuojamas padidintu prekių ženklų panašumo lygiu, ir atvirkščiai (2002 m. spalio 23 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Institut für Lernsysteme prieš VRDT – Educational Services (ELS)*, T-388/00, Rink. p. II-4301, 46 punktas).
- 41 Visapusiškas galimybės supainioti vertinimas privalo būti pagrįstas žymenų, dėl kurių kilo ginčas, sukeltu bendru išpūdžiu, atsižvelgiant į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus (pagal analogiją žr. 1997 m. lapkričio 11 d. Teisingumo Teismo sprendimo *SABEL*, C-251/95, Rink. p. I-6191, 23 punktą ir 1999 m. birželio 22 d. Sprendimo *Llyod Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, Rink. p. I-3819, 25 punktą).

- 42 Galimybė supainioti yra juo didesnė, juo ryškesnis ankstesnio prekių ženklo skiriamasis požymis (pagal analogiją žr. minėto sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 20 punktą).
- 43 Apskritai du prekių ženklai yra panašūs, kai atitinkamos visuomenės požiūriu egzistuoja bent dalinis jų panašumas vienu ar keliais atitinkamais aspektais (2002 m. spalio 23 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Matratzen Concord prieš VRDT – Hukla Germany (MATRATZEN)*, T-6/01, Rink. p. II-4335, 30 punktas), t. y. vizualūs, skambėjimo, konceptualūs aspektai.
- 44 Šiuo atveju žymenys, dėl kurių kilo ginčas, žymi proteste nurodytas prekes, t. y. „tabakas, rūkaliams skirtos prekės, degtukai“. Taigi nagrinėjamos prekės, kaip, beje, VRDT pažymėjo savo atsakyme į ieškinį, turi būti laikomos tapačiomis.
- 45 Ankstesnis nacionalinis prekių ženklas POWER yra įregistruotas Vokietijoje, kuri dėl to yra atitinkama teritorija Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto taikymo tikslais.
- 46 Kadangi ankstesnis prekių ženklas saugomas Vokietijoje, siekiant įvertinti galimybę supainioti, reikia remtis Vokietijos visuomenės suvokimu. Šiuo atžvilgiu Protestų skyrius ir Apeliacinė taryba pažymėjo, o to ieškovė neginčijo, kad 34 klasei priklausančių prekių pirkėjai, sudarydami sandorius, paprastai labai pastabūs, nes jie yra ištikimi prekių ženkluams.

- 47 Atsižvelgiant į šiuos samprotavimus reikia nagrinėti, ar Apeliacinė taryba nepadarė teisės klaidos nuspręsdama, jog prašomas įregistruoti vaizdinis žymuo ir ankstesnis žodinis prekių ženklas buvo pakankamai skirtingi, kad būtų pašalinta galimybė suklaidinti atitinkamą Vokietijos visuomenės dalį dėl dviem žymenimis, kurie sukėlė ginčą, žymimų prekių.
- 48 Nustatyta, kad atitinkama Vokietijos visuomenės dalis gali suprasti ir abiem žymenims, dėl kurių kilo ginčas, bendrą žodinį elementą „power“, ir tik prašomam įregistruoti žymeniui būdingą žodį „Turkish“.
- 49 Ankstesnis nacionalinis prekių ženklas yra žodinis, o konkuruojantį žymenį buvo prašoma įregistruoti kaip vaizdinį Bendrijos prekių ženklą, sudarytą iš dviejų žodžių „Turkish“ ir „power“, atskirtų riaumojančio liūto galva su liepsnojančiais karčiais.
- 50 Žodis „power“ yra ir vienintelis ankstesnio prekių ženklų elementas, ir viena iš trijų prašomo įregistruoti žymens sudėtinųjų dalių.
- 51 Atsižvelgdamas į tai, kad nagrinėjamos prekės tapačios, Pirmosios instancijos teismas mano, kad reikia nuspręsti, jog egzistuoja galimybė suklaidinti atitinkamą Vokietijos visuomenės dalį tuo atveju, jei abiem žymenims bendra sudėtinė dalis „power“ būtų laikoma prašomo įregistruoti žymens dominuojančiu elementu.
- 52 Abu žymenis, dėl kurių kilo ginčas, lengva atskirti vizualiū požiūriu, nes tik prašomas įregistruoti žymuo yra sudėtinio žymens formos, apimantis sintagmą „Turkish Power“ su prijungtu vaizdiniu riaumojančio liūto galvos liepsnojančiais karčiais elementu.

- 53 Dėl savo centrinės padėties šis vaizdinis elementas suteikia prašomam įregistruoti žymeniui visiškai skirtingą nei ankstesnis nacionalinis prekių ženklas optinę struktūrą.
- 54 Savo dydžiu, savitumu ir pavaizdavimo rafinuotumu vaizdinis elementas nustelbia prašomo įregistruoti žymens žodinius elementus, taigi nagrinėjami du žymenys gerokai skiriasi vizualiu požiūriu.
- 55 Šį skirtumą dar labiau paryškina prie elemento „power“ pridurtas žodis „Turkish“, kuris vartojamas kaip atsvara „power“, nes jis parašytas prašomo įregistruoti ženklo pradžioje ir šalia grafinio elemento, priešingame nei „power“, kuris yra prašomo įregistruoti žymens gale.
- 56 Kadangi elementas „Turkish“ yra prašomo įregistruoti žymens pradžioje, atitinkama visuomenės dalis tuoj pat gali jį pastebėti, todėl elementas „power“ išstumiamas iš suinteresuotųjų asmenų regimosios atminties.
- 57 Abiem žymenims, dėl kurių kilo ginčas, taip pat būdingi pastebimi skambėjimo skirtumai. Nors akivaizdu, kad vaizdinis elementas šiuo atžvilgiu neturi jokios reikšmės, prašomo įregistruoti žymens žodinis elementas „Turkish“ neginčijamai padeda fonetiškai atskirti šiuos du žymenis.
- 58 Šiuo atžvilgiu ieškovė neįrodė, kad referencinė Vokietijos visuomenės dalis tardama prašomą įregistruoti žymenį visiškai nepaiso žodinio elemento „Turkish“. Atvirkščiai, šio žodinio elemento, išreikšto anglų kalba ir jo atitikmens vokiečių kalba pastebėtas panašumas juo labiau palengvina suinteresuotiesiems asmenims jį prisiminti ir ištarti, kai jis yra pirmiausia matomas prašomo įregistruoti žymens sudėtinis elementas.

- 59 Kaip, beje, teigė ieškovė, kai nagrinėjamos prekės perkamos kitose nei savitarnos parduotuvėse, perkant būtina ištarti abi fonetines prašomo įregistruoti žymens sudėtinės dalis.
- 60 Konceptualių požiūriu būdvardžio „Turkish“ pirmumas daiktavardžio „power“ atžvilgiu paprastai kyla iš anglų kalbos gramatikos taisyklių, todėl, priešingai VRDT teiginiams, atitinkama visuomenės dalis, kurios kalbai būdinga ta pati taisyklė, nebūtinai pirmiausia suvoks elementą „Turkish“.
- 61 Be to, pati Apeliacinė taryba pritarė, kad žymenys, dėl kurių kilo ginčas, panašūs savo reikšme, nes jie abu apima jėgos koncepciją, todėl tam tikri pirkėjai galėtų suvokti elementą „Turkish“ kaip nagrinėjamų prekių geografinės kilmės nuorodą.
- 62 Tačiau vaizdinis elementas, vaizduojantis liūto galvą dėl pirmiau nurodytų pavaizdavimo ypatybių gali didele dalimi panaikinti abiejų žymenų, dėl kurių kilo ginčas, konceptualių panašumą, atsiradusį dėl jų bendros sudėtinės dalies „power“.
- 63 Riaumojančio liūto galva ankstesnio nacionalinio prekių ženklų žodinio elemento „power“ išreiškiamai galios koncepcijai suteikia kitokią papildomą agresyvumo reikšmę.



- 64 Be to, kaip teisingai savo dokumentuose pažymėjo VRDT, „Turkish Power“ sukelia įtaigų įspūdį, nepriklausomą nuo žodžio „power“, nes atitinkamos Vokietijos visuomenės dalies požiūriu sintagma jungia žymimas prekes su Turkijos kultūra ir istorija.
- 65 Taigi Apeliacinė taryba teisingai pažymėjo, kad prašomo įregistruoti žymens vaizdinis elementas nėra tik jėgos koncepcijos tiesioginis ir paprastas perkėlimas.
- 66 Be to, pirmiau nurodyti dviejų žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualūs ir fonetiniai skirtumai padeda sumažinti atitinkamą konceptualų panašumą, atsiradusį dėl bendro elemento „power“ buvimo.
- 67 Konkrečiai kalbant, reikia pabrėžti, kad konceptualaus dviejų žymenų panašumo lygis neturi didelės reikšmės tuo atveju, kai atitinkama visuomenės dalis ant perkamos prekės mato prekių ženklą pavadinimą.
- 68 Konceptualaus dviejų žymenų panašumo reikšmė yra taip pat sumažinta, kai atitinkama visuomenės dalis, kaip yra šiuo atveju, turi išstarti visą žymenį sudarančią sintagmą, įsigydama atitinkamų prekių kitose nei savitarnos parduotuvės platinimo vietose.
- 69 Tai pasireiškia dar labiau, kai atitinkama visuomenės dalis, kaip jau nurodyta, turi būti laikoma šiuo atveju ištikima savo tradiciniams prekių ženklams ir todėl rinkdamasi atitinkamas prekes yra labai pastabi.

- 70 Šiuo klausimu Apeliacinė taryba nepadarė vertinimo klaidos nusprenddama, kad visa žymens „Turkish Power“ reikšmė skiriasi nuo ankstesnio nacionalinio prekių ženklų viename žodiniame elemente „power“ esančios informacijos.
- 71 Taigi neatrodo, kad, kaip teigia ieškovė, elementas „power“ yra dominuojanti prašomo įregistruoti žymens sudėtinė dalis ir kad ji apibrėžia jo sukeltą bendrą įspūdį, galėdama pateisinti požiūrį, jog yra galimybė suklaidinti atitinkamą Vokietijos visuomenės dalį.
- 72 Iš visų pirmiau pateiktų samprotavimų išplaukia, kad, nepaisant abiem žymenimis, dėl kurių kilo ginčas, žymimų prekių tapatumo ir jų bendro žodinio elemento „power“, Apeliacinė taryba teisėtai galėjo nuspręsti, jog atitinkama nuovoki Vokietijos visuomenės dalis, rodanti didelį pastabumą ir ištikimybę savo tradiciniams prekių ženkams, negalėjo manyti, kad nagrinėjamas prekes pagamino ta pati įmonė arba ekonomiškai susijusios įmonės, atsižvelgiant į konstatuotus dviejų žymenų, dėl kurių kilo ginčas, skirtumus vizualiū, fonetiniu ir konceptualiū požiūriu.
- 73 Šiomis aplinkybėmis Apeliacinės tarybos galimybės supainioti vertinimas negali būti ginčijamas, remiantis ankstesnio nacionalinio prekių ženklo skiriamaisiais požymiais, kuriuos ieškovė siekia nustatyti pagal savo pardavimo statistiką.
- 74 Be to, iš procedūros VRDT dokumentų neišplaukia, kad jos instancijos turėjo prekių ženklų POWER pažymėtų cigarečių pardavimo statistikos duomenis, kuriuos ieškovė minėjo ieškinyje, siekdama įrodyti savo nacionalinio prekių ženklo žinomumą. Be to, tam tikri pateikti duomenys yra susiję su vėlesniais už dokumento, nurodančio Apeliacinei tarybai pateiktos apeliacijos motyvus, pateikimą referenciniais laikotarpiais.

- 75 Šiomis aplinkybėmis ši statistika gali daryti įtaką ginčijamo sprendimo teisėtumui, tik jei VRDT savo nuožiūra turėjo į ją atsižvelgti (2002 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *eCopy prieš VRDT (ECOPY)*, T-247/01, Rink. p. II-5301, 46 punktas).
- 76 Tačiau taip nėra šiuo atveju, nes pagal Reglamento Nr. 40/94 74 straipsnio 1 dalį *in fine* procedūroje, susijusioje su atsisakymo registruoti paraiškas santykiniais pagrindais, kaip yra šiuo atveju, VRDT nagrinėja tiksliai šalių nurodytus pagrindus ir pateiktus prašymus.
- 77 Taigi pirmasis ieškinio pagrindas, susijęs su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto klaidingu taikymu, turi būti atmestas.

*Dėl antrojo ieškinio pagrindo, susijusio su ieškovės intelektinių teisių atėmimu*

- 78 Ieškovė tvirtina, kad Bendrija neturi jokios kompetencijos atimti jos intelektinės nuosavybės teisių, leisdama prašomame įregistruoti žymenyje, pasiskolinant jos žymenį, imituoti ir padirbti jos ankstesnį prekių ženklą.
- 79 Pažeidžiant nacionalinę teisę ieškovei neteisėtai sudaromos kliūtys naudotis intelektinės nuosavybės teisėmis, kurias ji teisėtai įgijo valstybėje narėje, kur yra įsisteigusi.

- 80 VRDT mano, jog kaltinimas yra beprasmiškas, nes administracinės procedūros tikslas — nustatyti, ar prašomas įregistruoti Bendrijų prekių ženklas gali būti įregistruotas, ir jis nėra visiškai susijęs su ankstesnio nacionalinio prekių ženklo galiojimu.
- 81 Pirmosios instancijos teismui pakanka pripažinti, kad ieškovės ankstesnis nacionalinis prekių ženklas jokia būdu netaps negaliojančiu dėl galimo prašomo įregistruoti žymens įregistravimo kaip prekių ženklo.
- 82 Iš to, kas išdėstyta, išplaukia, kad nagrinėjama registracija negali sukurti galimybės suklaidinti Vokietijos visuomenę dėl prašomo įregistruoti vaizdinio Bendrijos prekių ženklo ir ieškovės ankstesnio nacionalinio žodinio prekių ženklo.
- 83 Ieškovė klaidingai remiasi intelektinės nuosavybės teisių, susijusių su ankstesniu nacionaliniu prekių ženklu, atėmimu.
- 84 Taigi antrasis ieškinio pagrindas turi būti atmestas.
- 85 Iš visų pirmiau išdėstytų samprotavimų išplaukia, kad visas ieškinytis turi būti atmestas.
- 86 Kadangi Pirmosios instancijos teismas mano, kad yra pakankamai informuotas, papildomų ieškovės reikalavimų patenkinti nereikia.

## Dël bylinëjimosi išlaidų

- 87 Pagal Pirmosios instancijos teismo procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinëjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to prašë.
- 88 Kadangi ieškovë pralaimëjo bylą, ji turi padengti VRDT išlaidas pagal šios pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

### PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (ketvirtoji kolegija)

nusprendžia:

- 1) **Atmesti ieškinį.**
- 2) **Priteisti iš ieškovës bylinëjimosi išlaidas.**

H. Legal

P. Lindh

V. Vadapalas

Paskelbta 2005 m. birželio 22 d. viešame posëdyje Liuksemburge.

Kancleris

Pirmininkas

H. Jung

H. Legal