

PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS

(otrā palāta)

2005. gada 1. martā *

Lieta T-185/03

Vincenzo Fusco, Sarmeola di Rubano [*Sarmeola di Rubano*] (Itālija), ko pārstāv
B. Saguati [*B. Saguatti*], advokāts,

prasītājs,

pret

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

atbildētājs,

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

Antonio Fusco International SA Lussemburgo, succursale di Lugano, Lugano
(Šveice), ko pārstāv M. Bošārs [*M. Bosshard*], S. Verē [*S. Verea*] un K. Muraro
[*K. Muraro*], advokāti,

* Tiesvedības valoda — itāļu.

par prasību par ITSB Apelāciju ceturtās padomes 2003. gada 17. marta lēmumu lietā R 1023/2001-4.

EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA

(otrā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs J. Pirungs [*J. Pirrung*], tiesneši A. V. H. Meijs [*A. W. H. Meij*] un N. Dž. Forvuds [*N. J. Forwood*],

sekretāre B. Pastora [*B. Pastor*], sekretāra palīdzība,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 27. maijā,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 17. septembrī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 10. septembrī,

ņemot vērā prasītāja repliku, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegta 2003. gada 5. novembrī,

pēc tiesas sēdes 2004. gada 22. jūnijā,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

- 1 1998. gada 21. janvārī prasītājs 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 sastāv no vārdiska apzīmējuma “ENZO FUSCO”.
- 3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 3., 9., 18., 24. un 25. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nīcas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām, un attiecībā uz katru no klasēm atbilst šādam aprakstam:

— “ziepes, parfimērijas izstrādājumi, ēteriskās eļļas, kosmētiskie un matu kopšanas līdzekļi, zobu pulveri un pastas”, kas ietilpst 3. klasē;

- “brilles, briļļu maki”, kas ietilpst 9. klasē;
- “āda un ādas imitācijas, izstrādājumi no šiem materiāliem, kas nav ietverti citās klasēs; dzīvnieku ādas; ceļasomas un čemodāni; mugursomas un somas; lietussargi, saulesargi un spieķi”, kas ietilpst 18. klasē;
- “audumi un tekstilpreces, kas nav ietvertas citās klasēs; gultas un galda pārklāji”, kas ietilpst 24. klasē;
- “apgērbī, apavi, galvassegas”, kas ietilpst 25. klasē.

4 1999. gada 11. janvārī preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetenā] Nr. 2/1999.

5 1999. gada 8. aprīlī persona, kas iestājusies lietā, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 42. pantu, iesniedza iebildumus pret reģistrācijai pieteikto preču zīmi.

6 Iebildumi pamatoti ar Kopienas vārdisku preču zīmi “ANTONIO FUSCO”, kas iesniegta 1997. gada 10. oktobrī un reģistrēta 1999. gada 8. martā.

7 Preces, attiecībā uz kurām šī agrākā preču zīme ir reģistrēta, atbilst šādam aprakstam:

- “balināšanas un citi mazgāšanas līdzekļi; tīrīšanas, pulēšanas, attaukošanas un abrazīvie līdzekļi; ziepes; parfimērijas izstrādājumi, ēteriskās eļļas, kosmētiskie un matu kopšanas līdzekļi; zobu pulveri un pastas”, kas ietilpst 3. klasē;

- “brilles; zinātniskie, kuģniecības, ģeodēziskie, elektriskie, fotogrāfiskie, kinematogrāfiskie, optiskie, svēršanas, mērīšanas, signalizācijas, kontroles (pārbaudes), glābšanas un mācību aparāti; aparāti skaņas vai attēlu ierakstam, pārraidei, reproducēšanai vai attēlošanai; magnētiskā ieraksta lente, akustiskie diski; tirdzniecības automāti un mehānismi ar naudas iedarbināmiem aparātiem; kases aparāti, rēķināšanas mašīnas, informācijas apstrādes ierīces un datori; ugunsdzēsības ierīces”, kas ietilpst 9. klasē;

- “cēlmetāli un to sakausējumi, no cēlmetāliem izgatavoti vai ar tiem pārklāti izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs; juvelierizstrādājumi, dārgakmeņi; pulksteņi un hronometriskie instrumenti”, kas ietilpst 14. klasē;

- “āda un ādas imitācijas, izstrādājumi no šiem materiāliem, kas nav ietverti citās klasēs; dzīvnieku ādas; ceļasomas un čemodāni; lietussargi, saulesargi un spieķi; pātagas, zirglietas un seglinieku izstrādājumi”, kas ietilpst 18. klasē;

- “mēbeles, stikli (spoguļi), rāmji; izstrādājumi, kas nav ietverti citās klasēs, no koka, korķa, niedrēm, meldriem, klūgām, raga, kaula, ziloņkaula, vaļa vai bruņurupuča ragvielas, gliemežvākiem, dzintara, perlamutra, jūras putām, šo materiālu aizstājējiem vai no plastmasām”, kas ietilpst 20. klasē;

- “audumi un tekstilpreces, kas nav ietvertas citās klasēs; gultas un galda pārklāji”, kas ietilpst 24. klasē;

- “apģērbu, apavi, galvassegas”, kas ietilpst 25. klasē.

- 8 Ar 2001. gada 28. septembra lēmumu Iebildumu nodaļa noraidīja reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu.
- 9 2001. gada 5. decembrī prasītājs par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelācijas sūdzību ITSB.
- 10 Ar 2003. gada 17. marta lēmumu (turpmāk tekstā — “pārsūdzētais lēmums”) ITSB Apelāciju ceturtā padome noraidīja apelāciju. Apelāciju padome būtībā uzskatīja, ka abos apzīmējumos ietvertais uzvārds “Fusco”, kas Itālijā nav reti sastopams, ne sevišķi izplatīts, ir vairāk individualizējošs nekā vārdi “Antonio” un “Enzo”, kas abi ir izplatīti vārdi. Tā definēja apzīmējumu līdzības pakāpi kā tādu, kas nav ne nenozīmīga, ne augsta, bet vidēja. Tā kā apzīmētās preces ir identiskas, Apelāciju padome secināja, ka vārdiskā elementa “Fusco” klātbūtnei abos apzīmējumos piemīt spēja radīt ticamu sajaukšanas iespēju mērķa sabiedrības uztverē.

Lietas dalībnieku prasījumi

- 11 Prasītāja prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt pārsūdzēto Apelāciju padomes lēmumu;

— atzīt, ka pieteikto Kopienas preču zīmi “ENZO FUSCO” var reģistrēt;

- pakārtoti — ja Pirmās instances tiesa uzskata, ka preču zīmes ir sajaucamas, precizēt, kāda tieši ir lēmuma teritoriālā piemērošanas joma;

 - pēc būtības — nolemt, ka Regulas Nr. 40/94 108. pantā paredzēto pārvēršanas procedūru nevar atteikt, izņemot attiecībā uz teritoriju, kurā tiešā veidā būtu atzīta sajaukšanas iespējas esamība;

 - piespriest ITSB un personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus vai pakārtoti — izdot rīkojumu par tiesāšanās izdevumu sadalīšanu.
- 12 Tiesas sēdē prasītājs atteicās no savu prasījumu otrās un trešās daļas, par ko Pirmās instances tiesa izdarīja atzīmi protokolā. Prasītājs arī atzina, ka prasījumu ceturrtā daļa skar nākotnē iespējamu jautājumu, kas rastos tikai gadījumā, ja prasība tiktu noraidīta.
- 13 ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:
- noraidīt prasību;

 - piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

Par pieņemamību

Lietas dalībnieku argumenti

- 14 Persona, kas iestājusies lietā, norāda, ka advokāta paraksts uz prasības pieteikuma atšķiras no paraksta uz pilnvaras pārstāvībai tiesā. Turklāt prasības pieteikuma kopijas nav apliecinājis kādas dalībvalsts advokatūrā reģistrēts advokāts. Tiesas sēdē persona, kas iestājusies lietā, Pirmās instances tiesai iesniedza trīs dokumentus, kuros ir grafoloģiskās ekspertīzes slēdzieni, lai pamatotu faktu, ka tā uzskata par nepieciešamu ierosināt jautājumu par prasītāja advokāta paraksta autentiskumu.
- 15 Savā atbildes rakstā, kā arī tiesas sēdē prasītāja advokāts apstiprināja, ka uz prasības pieteikuma un uz pilnvaras pārstāvībai tiesā ir viņa paraksti, viens no tiem ir salasāms un pilnīgs, otrs ir veidots abreviatūras formā. Turklāt prasītājs replikai pievienoja septiņas prasības pieteikuma kopijas, ko apliecinājis viņa advokāts.
- 16 Prasītājs kā novēlotu noraidīja trīs grafoloģisko ekspertīžu slēdzienu iesniegšanu. ITSB norādīja, ka tas sliecas piekrist šim viedoklim.

Pirmās instances tiesas vērtējums

- 17 Tā kā prasītāja advokāts apstiprināja, ka uz prasības pieteikuma un uz pilnvaras pārstāvībai tiesā ir viņa paraksti un grafologi savās ekspertīzēs uzsvēra, ka paraksti, uz kuru pamata tie ir izteikuši savus viedokļus, neļauj izslēgt, ka šie paraksti pieder vienai un tai pašai personai, Pirmās instances tiesa uzskata, ka nav jāpieņem pirmā iebilde par nepieņemamību, ko izvirzījusi persona, kas iestājusies lietā, Pirmās instances tiesai neizsakot viedokli par to, vai grafoloģisko ekspertīžu slēdzienu iesniegšana ir novēlota.
- 18 Attiecībā uz kopiju apliecinājumu pietiek ar to, ka prasītājs ir nodrošinājis prasības pieteikuma atbilstību noteikumiem.

Par prasību atcelt lēmumu

Lietas dalībnieku argumenti

- 19 Pamatojot savu prasību atcelt lēmumu, prasītāja izvirzītais vienīgais pamats ir Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpums.
- 20 Lietas dalībnieki neapstrīd to, ka ar konfliktējošām preču zīmēm aptvertās preces ir identiskas. Turklāt lietas dalībnieki atsauca vienīgi uz Itālijas tirgu.

- 21 Prasītājs būtībā uzsver, ka Apelāciju padome kļūdaini piemēroja principus, kas nosaka sajaukšanas iespējas vērtējumu.
- 22 Pirmkārt, prasītājs pārmet Apelāciju padomei to, ka tā nepareizi piemēroja principu, saskaņā ar ko konfliktējošo apzīmējumu salīdzināšana jāveic vienveidīgi un visaptveroši, ņemot vērā apzīmējumu radīto kopiespaidu. Pēc prasītāja domām, Apelāciju padome ir maldījusies, koncentrējot savu salīdzinošo analīzi uz vienīgo elementu "Fusco".
- 23 Otrkārt, prasītājs uzskata, ka Apelāciju padome pārsūdzēto lēmumu pamatoja ar iepriekš pieņemtu teorēmu, saskaņā ar kuru preču zīmē, ko veido vārds un uzvārds, dominējošais un individualizējošais elements vienmēr ir uzvārds. Prasītājs uzskata, ka šo apzīmējumu vērtēšana ir jābalsta uz tiem pašiem principiem, kas regulē citu apzīmējumu salīdzināšanu. Tiesas sēdē prasītājs atsaucās uz vairākiem neseniem Vācijas un Spānijas tiesu spriedumiem, kuros tika nolemts, ka mūsdienu vidusmēra patērētājs neuzskatītu *a priori*, ka uzvārds ir dominējošais elements apzīmējumā, kas veidots pēc formulas "vārds + uzvārds".
- 24 Treškārt, prasītājs uzskata, ka Apelāciju padome pārsūdzēto lēmumu pamatoja ar neprecīziem faktiem. Vispirms, pretēji tam, ko Apelāciju padome ir norādījusi savā lēmumā, uzvārds "Fusco" nav mazizplatīts, bet vidēji pazīstams uzvārds. Turklāt, lai gan ir tiesa tas, ka "Antonio" un "Enzo" ir Itālijā izplatīti vārdi, tie tomēr ir ļoti atšķirīgi. Pēc prasītāja domām, to, ka konfliktējošos apzīmējumos ietilpst identiski uzvārdi, atspēko vārdu "Enzo" un "Antonio" atšķirība, kā arī tas, ka "Fusco" ir Itālijā vidēji izplatīts uzvārds.

- 25 Ceturtkārt, prasītājs uzskata, ka apģērbu produkcijas itāļu patērētājs ir īpaši vērīgs un apdomīgs un būs neklūdīgi spējīgs saistīt ar konfliktējošām preču zīmēm aptvertās preces ar diviem atšķirīgiem modes dizaineriem, bez iespējas sajaukt preču izcelsmi. Prasītājs apstrīd Apelāciju padomes secinājumus, saskaņā ar ko šī spriešanas spēja var būt iespējami radusies ilgstošā apmācības procesā, bet ka tā nepastāv *a priori*.
- 26 Piektkārt, Apelāciju padome nenovērtēja nozīmi, kāda ir attiecīgo preču zīmju pazīstamībai. Vispirms, kas attiecas uz agrāko preču zīmi, tad tai nav nekādas reputācijas. Gadījumā, ja agrākajai preču zīmei nav reputācijas, pretstatīto preču zīmju līdzības pakāpe nevar būt pietiekami augsta, lai varētu nonākt pie secinājuma par sajaukšanas iespēju. Turklāt Apelāciju padomei vajadzēja ņemt vērā faktu, ka preču zīme "ENZO FUSCO" ir aizsargāta Itālijā kopš 1982. gada un to, ka prasītājs ir atzīts modes dizaineris ar vairāk kā trīsdesmit gadu darbības pieredzi.
- 27 ITSB norāda, ka Apelāciju padome pareizi piemēroja principus, kas regulē konfliktējošo apzīmējumu salīdzināšanu. It īpaši tas uzsver, ka uzvārds "Fusco" ir abu apzīmējumu dominējošais elements to iemeslu dēļ, kas ir norādīti pārsūdzētajā lēmumā.
- 28 Persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka uzvārds ir personas civilstāvokļa galvenais atšķirtspējīgais elements un tāpēc patērētāji to uztvers kā dominējošo elementu preču zīmē, kas veidota pēc formulas "vārds + uzvārds". Turklāt tā uzskata, ka patērētājs, saskaroties ar konfliktējošām preču zīmēm, varētu domāt, ka starp abu preču zīmju īpašniekiem pastāv radnieciska saite. Pamatojot šo tēzi, tā atsauca uz dažādiem Itālijas tiesu spriedumiem šajā jautājumā.

29 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, būtībā uzskata, ka saistībā ar attiecīgo apzīmējumu pazīstamību prasītāja izvirzītajiem argumentiem nav nozīmes.

Pirmās instances tiesas vērtējums

30 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, 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 [sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja] tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme.

31 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem, rada sajaukšanas iespēju.

32 Šī judikatūra arī nosaka, ka 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, 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).

— Par mērķa sabiedrību

- 33 Izskatāmajā lietā agrākā preču zīme ir Kopienas preču zīme. No tā izriet, ka teritorija, kurā agrākā preču zīme ir aizsargāta, ir Eiropas Kopienas teritorija. Tomēr Kopienas preču zīmes vienotais raksturs, kas nostiprināts Regulas Nr. 40/94 1. panta 2. punktā, ļauj secināt, ka Kopienas agrākā preču zīme ir identiskā veidā aizsargāta visās dalībvalstīs. Tāpēc Kopienas agrākās preču zīmes ir pretstatāmas visiem vēlāku preču zīmju reģistrācijas pieteikumiem, kas apdraudētu to aizsardzību kaut vai no tāda viedokļa, kā to uztver patērētāji kādā Kopienas teritorijas daļā. No tā izriet, ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 2. punktā nostiprinātais princips, saskaņā ar kuru preču zīmes reģistrāciju atsaka arī tad, ja absolūts atteikuma pamatojums pastāv tikai kādā Kopienas daļā, ir piemērojams pēc analogijas arī tad, ja pastāv relatīvs atteikuma pamatojums Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.
- 34 Lai gan Apelāciju padome pārsūdzētā lēmuma 15. punktā atsauca uz “patērētāju Kopienas teritorijā”, visa turpmākā argumentācija kopumā ļauj secināt, ka Apelāciju padome ir pārbaudījusi tikai Itālijas tirgu. Tāpat pārsūdzētā lēmuma 20. punktā tā atsauca uz statistiku saistībā ar uzvārda “Fusco” lietošanas biežumu Itālijas teritorijā. Šī lēmuma 22. punktā tā pārbauda, kā agrāko preču zīmi uztver “itāļu patērētājs”. No konteksta izriet, ka pārsūdzētā lēmuma 23. punktā ir norādīts vienīgi uz itāļu patērētāju uztveri, lai gan tajā nav tiešas atsauces uz Itālijas tirgu. Šis punkts, faktiski, satur iepriekšējam punktam analogu argumentāciju, kurā ir tieša atsauce uz Itālijas tirgu.
- 35 Turklāt lietas dalībnieku izvirzītie argumenti attiecas vienīgi uz Itālijas teritoriju.

- 36 No tā izriet, ka pārsūdzētā lēmuma pārbaudei ir jāaptver vienīgi sajaukšanas iespēja itāļu patērētāja uztverē.
- 37 Ne Apelāciju padome, ne ITSB Iebildumu nodaļa nav tieši paudušas savu viedokli par konkrētās sabiedrības daļas sastāvu. Tomēr no Iebildumu nodaļas lēmuma izriet, ka tajā sajaukšanas iespēja ir vērtēta, vadoties no vidusmēra patērētāja uztveres, kas tiek uzskatīts par samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu. Apelāciju padome šo secinājumu netieši apstiprināja, un prasītājs vai persona, kas iestājusies lietā, to neapstrīdēja.
- 38 No tā izriet, ka Pirmās instances tiesai sajaukšanas iespēja ir jāvērtē, vadoties no itāļu vidusmēra patērētāja, kas nav speciālists, uztveres.

— Par preču līdzību

- 39 Lietas dalībnieki nav apstrīdējuši Apelāciju padomes secinājumu par to, ka ar attiecīgajiem apzīmējumiem aptvertās preces ir identiskas. Līdz ar to Pirmās instances tiesa uzskata, ka tai ir jāvadās pēc šīs premisas.

— Par apzīmējumu līdzību

- 40 Lietas dalībnieki neapstrīd to, ka itāļu patērētājs uztvers apzīmējumus kā tādus, kam piemīt identiska struktūra, kas sastāv no vārda, kam seko uzvārds ("vārds + uzvārds").

- 41 Gan vizuālā, gan fonētiskā ziņā konfliktējošiem apzīmējumiem ir kopīga uzvārda “Fusco” klātbūtne abos apzīmējumos. Tie savukārt atšķiras viens no otra ar vārdiem, kas atrodas pirms šī vārda, proti, “Antonio” un “Enzo”, pēdējais no kuriem ir vārda *Vincenzo* saīsinājums. Lietas dalībnieki piekrīt faktam, ka šie vārdi nav līdzīgi ne vizuālā, ne akustiskā ziņā.
- 42 Konceptuālā ziņā Pirmās instances tiesa uzskata, ka vārdu atšķirīguma dēļ patērētājs parasti nonāks pie secinājuma, ka pilnais vārds “Enzo Fusco”, no vienas puses, un “Antonio Fusco”, no otras puses, apzīmē divas dažādas personas. Turklāt lietas dalībnieki neapstrīd to, ka apzīmējumiem nav nekādas semantiskās saiknes ar to aptvertajām precēm, bet tie ir uztverami kā vārdi.
- 43 Apelāciju padome uzskatīja, ka uzvārds “Fusco” ir abu apzīmējumu dominējošais un atšķirtspējīgais elements, pirmkārt, tāpēc, ka runa ir par uzvārdu, otrkārt, tāpēc, ka šis uzvārds Itālijā nav sevišķi izplatīts un, treškārt, tāpēc, ka ne “Antonio”, ne “Enzo” Itālijā nav neparasti vārdi.
- 44 Tātad galvenais jautājums lietā ir par to, vai atšķirīgu vārdu klātbūtne šajā gadījumā ir pietiekama, lai izslēgtu sajaukšanas iespēju itāļu patērētāja uztverē (tā ir tēze, ko aizstāv prasītājs) vai, gluži pretēji, uzvārds “Fusco” attiecīgajos apzīmējumos ir dominējošais elements tādējādi, lai patērētāja uztverē un atmiņā pakļautu vai izdzestu pilnīgi atšķirīgu vārdu “Enzo” un “Antonio” klātbūtni.
- 45 Vispirms ir jāatzīmē, ka Regulas Nr. 40/94 4. pants nosaka, ka Kopienas preču zīmi var veidot visi apzīmējumi, ko var attēlot grafiski, īpaši personvārdi. Šīs regulas 7. un 8. pants attiecībā uz reģistrācijas atteikumu neparedz nekādu atšķirību starp dažāda

rakstura apzīmējumiem. Līdz ar to tādu apzīmējumu sajaukšanas iespējas vērtējums Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē jāveic saskaņā ar tiem pašiem principiem, kas attiecas uz visiem citiem apzīmējumiem. Tas gan neizslēdz to, ka fakts, ka apzīmējums ir veidots no kāda personvārda, var ietekmēt šī apzīmējuma uztveri konkrētās sabiedrības daļas apziņā.

46 Tāpat no pastāvīgās judikatūras izriet, ka attiecībā uz konkrēto apzīmējumu vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas vērtējumam ir jābalstās uz šo apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošos elementus (skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 14. oktobra spriedumu lietā T-292/01 *Phillips-Van Heusen/ITSB — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)*, *Recueil*, II-4335. lpp., 47. punkts, un tajā minēto judikatūru). Patērētājam ir tikai reta iespēja veikt atšķirīgo apzīmējumu tiešu salīdzināšanu, bet tam ir jāuzticas atmiņā saglabātam nepilnīgam iespaidam (Tiesas 1999. gada 22. jūnija spriedums lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, *Recueil*, I-3819. lpp., 26. punkts). Parasti vislabāk atmiņā paliek apzīmējuma dominējošās un atšķirtspējīgās pazīmes (šajā ziņā skat. Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedumu lietā T-104/01 *Oberhauser/ITSB — Petit Liberto (Fifties)*, *Recueil*, II-4359. lpp., 47. un 48. punkts). Līdz ar to vajadzība vērtēt apzīmējumu radīto kopējo iespaidu neizslēdz katras to sastāvdaļas pārbaudi, lai noteiktu dominējošos elementus.

47 Tas ļauj secināt, ka Apelāciju padome, meklējot, pirmkārt, pretstatīto apzīmējumu līdzīgos un atšķirīgos elementus, un, otrkārt, to, vai pastāv dominējošais elements, kas visvieglāk piesaista patērētāja uzmanību, nav pārkāpusi judikatūrā nostiprinātos principus.

48 Tomēr vissīkākajās detaļās ir jāpārbauda, cik atbilstoša ir Apelāciju padomes izvirzītā tēze, saskaņā ar kuru uzvārds "Fusco" ir attiecīgo apzīmējumu dominējošais elements.

- 49 Šajā lietā vispirms ir jākonstatē, ka no pirmā skata uzvārds “Fusco” abos attiecīgajos apzīmējumos nav acīmredzami izcelts ne vizuālā, ne fonētiskā ziņā. Kas attiecas uz agrāko preču zīmi, tad vārds “Antonio” figurē apzīmējuma galvgalī. Turklāt gan vizuālā, gan fonētiskā ziņā šis vārds ir garāks par tam sekojošo vārdu “Fusco”. Attiecībā uz vārdu “Enzo”, kas atrodas reģistrācijai pieteiktā apzīmējuma galvgalī, vizuālā ziņā tas ir ievērojami īsāks par vārdu “Fusco”, turpretim fonētiskā ziņā vārdi “Enzo” un “Fusco”, kas katrs sastāv no divām zilbēm, ir vienādi gari.
- 50 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, tāpat kā Apelāciju padome, pārsūdzētajā lēmumā tomēr uzskata, ka apzīmējumā, ko veido vārds un uzvārds, pēdējais piešķir preču zīmei tās atšķirtspēju un tāpēc ir dominējošais elements, ja vien nav runa par plaši izplatītiem uzvārdiem, kuriem šī iemesla dēļ piemīt acīmredzami neliela atšķirtspēja.
- 51 Pirmās instances tiesa vispirms konstatē, ka neviens no lietas dalībniekiem nav apšaubījis Apelāciju padomes vērtējumu, saskaņā ar kuru ne vārds “Enzo”, ne vārds “Antonio” nav uztverami kā tādi, kas ir vairāk svarīgi, raksturojoši vai atšķirīgi par uzvārdu “Fusco”.
- 52 Visbeidzot ir jāatzīmē, ka no personvārdiem veidotu apzīmējumu uztvere dažādās Eiropas Kopienas valstīs var atšķirties. Lai noskaidrotu, vai noteiktā valstī konkrētā sabiedrības daļa parasti piedēvē augstāku atšķirtspēju uzvārdam, nevis vārdam, šis valsts judikatūra, lai gan nav saistoša Kopienu iestādēm, var sniegt derīgas norādes.

- 53 Izskatāmajā lietā ir jāņem vērā tas, kā attiecīgos apzīmējumus uztver konkrētā itāļu sabiedrība. Šajā ziņā Pirmās instances tiesa, tāpat kā to ir darījusi persona, kas iestājusies lietā, norāda — Itālijas judikatūrā vispār tiek uzskatīts, ka uzvārds ir centrālais elements apzīmējumā, ko veido vārds un uzvārds. Turklāt lietas dalībnieki neapstrīd to, ka uzvārds “Fusco” nav sastopams Itālijā plaši izplatītu uzvārdu vidū.
- 54 Šajos apstākļos Pirmās instances tiesa šajā lietā nesaskata vajadzību apšaubīt Apelāciju padomes vērtējumu, kam piekrist arī Iebildumu nodaļa, saskaņā ar kuru itāļu patērētājs lielākoties piedēvē augstāku atšķirtspēju attiecīgajās preču zīmēs esošam uzvārdam, nevis vārdam.
- 55 Līdz ar to Pirmās instances tiesa uzskata, ka attiecīgajiem apzīmējumiem piemīt zināma līdzība tā iemesla dēļ, ka to visraksturīgākais elements ir identisks. Kas attiecas uz citiem apzīmējumos esošiem elementiem, proti, vārdiem “Antonio” un “Enzo”, tiem tomēr nepiemīt ne niecīga, ne liela līdzība.

— Par sajaukšanas iespēju

- 56 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespējas vērtējums paredz, ka starp faktoriem, kas tiek ņemti vērā, it īpaši starp preču zīmju līdzību un to aptverto preču vai pakalpojumu līdzību, pastāv noteikta savstarpēja saistība. Tādējādi nenozīmīgu līdzību starp aptvertajām precēm vai pakalpojumiem var kompensēt augsta apzīmējumu līdzības pakāpe (pēc analogijas, skat. Tiesas 1998. gada 29. septembra spriedumu lietā *C-39/97 Canon, Recueil*, I-5507. lpp., 17. punkts, un attiecībā uz Regulas Nr. 40/94 piemērošanu skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *GIORGIO BEVERLY HILLS*, 32. punkts). Saskaņā ar šo pašu judikatūru sajaukšanas iespēja ir jo lielāka, jo nozīmīgāka izrādās agrākas preču zīmes atšķirtspēja (pēc analogijas skat.

Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedumu lietā *C-251/95 SABEL, Recueil, I-6191. lpp., 24. punkts*, iepriekš minēto spriedumu lietā *Canon, 18. punkts*, un iepriekš minēto spriedumu lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer, 20. punkts*).

- 57 Izskatāmajā lietā prasītājs, pirmkārt, uzsver, ka mērķa sabiedrība, pērkot attiecīgās preces, ir īpaši uzmanīga.
- 58 No judikatūras izriet, ka patērētāju uzmanības līmenis var atšķirties atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (pēc analogijas skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer, 26. punkts*). Kā pamatoti norādīja ITSB, tomēr nepietiek ar to, ka prasītājs vispārīgā veidā, un nepamatojot šo atsauci ar detalizētiem vai pamatoti pierādījumiem, apgalvo, ka attiecīgo preču patērētājam ir augsts uzmanības līmenis. No tā izriet, ka nevar atzīt prasītāja argumentu par to, ka mērķa patērētājs ir īpaši uzmanīgs.
- 59 Otrkārt, prasītājs uzskata, ka Apelāciju padomei vajadzēja ņemt vērā faktu, ka agrākajai preču zīmei nepiemīt nekāda reputācija.
- 60 Pirmās instances tiesa konstatē, ka persona, kas iestājusies lietā, neapgalvo, ka agrākai preču zīmei piemīt augsta atšķirtspēja tādēļ, ka tā ir pazīstama Itālijas tirgū. Tomēr ITSB un persona, kas iestājusies lietā, pamatoti norādīja, ka prasītājs, apgalvojot, ka šajā gadījumā agrākajai preču zīmei ir samazināta aizsardzība, kļūdās attiecībā uz sekām, kas tam jāizsecina no agrākās preču zīmes iespējamā reputācijas trūkuma. Agrākās preču zīmes atšķirtspēja, ko tai rada šīs preču zīmes raksturīgās īpašības vai tās reputācija, ir jāņem vērā, vērtējot, vai līdzība starp divu preču zīmju aptvertajām precēm vai pakalpojumiem ir pietiekama, lai radītu sajaukšanas iespēju (iepriekš minētais spriedums lietā *Canon, 18. un 24. punkts*). Savukārt, reputācijas esamība vien nav iepriekšējs nosacījums agrāku tiesību aizsardzībai.

- 61 Treškārt, prasītājs uzskata, ka Apelāciju padomei bija jāņem vērā fakts, ka preču zīme "ENZO FUSCO" ir aizsargāta Itālijā kopš 1982. gada un ka prasītājs ir atzīts modes dizainers ar vairāk kā trisdemītiem gadu pieredzi.
- 62 Šajā sakarā Apelāciju padome pārsūdzētā lēmuma 18. punktā puda viedokli, ka tam, ka preču zīme "ENZO FUSCO" kopš 1982. gada Itālijā ir ieguvusi formālas tiesības, nav nozīmes lietas iznākumā, ņemot vērā to, ka vienīgā vērā ņemamā iemesli bija abas attiecīgās Kopienas preču zīmes.
- 63 Šim secinājumam ir jāpiekrīt. Ja prasītājam pieder valsts preču zīme, kas ir agrāka par Kopienas preču zīmi "ANTONIO FUSCO" un kas vismaz pēc būtības ir identiska reģistrācijai pieteiktajai Kopienas preču zīmei, tad tikai prasītāja ziņā, ja tas uzskata par pamatotu un to vēlas, ir censties panākt tās aizsardzību, izmantojot iebildumu vai atcelšanas procesu vai, attiecīgā gadījumā, griežoties kompetentā valsts tiesā atbilstoši Regulas Nr. 40/94 106. pantam. Savukārt, kamēr Kopienas agrākā preču zīme "ANTONIO FUSCO" ir faktiski aizsargāta, tam, ka pastāv par šo preču zīmi agrāka reģistrēta valsts preču zīme, nav nozīmes iebildumu procesā, kas uzsākts pret Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pat ja reģistrācijai pieteiktā Kopienas preču zīme ir identiska prasītājam piederošai valsts preču zīmei, kas ir agrāka par Kopienas pretstatīto preču zīmi (šajā ziņā attiecībā uz agrākās preču zīmes reģistrācijas atteikuma absolūto pamatojumu skat. Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedumu lietā T-6/01 *Matratzen Concord/ITSB — Hukla Germany (MATRATZEN)*, *Recueil*, II-4335. lpp., 55. punkts).
- 64 Attiecībā uz prasītāja argumentu, lai pierādītu, ka Kopienas agrākās preču zīmes atšķirtspēju vājina tas, ka šī preču zīme un itāļu preču zīme "ENZO FUSCO", kas, saskaņā ar apgalvoto, ir aizsargāta kopš 1982. gada, ir mierīgi līdzāspastāvējušas, ir jāatzīmē, ka, pat pieņemot šādu tēzi, šo abu preču zīmju līdzāspastāvēšanas periods bijis pārāk īss, lai varētu ietekmēt itāļu patērētāja uztveri. No lietas materiāliem izriet, ka Kopienas agrākā preču zīme tika iesniegta reģistrācijai 1997. gada

10. oktobrī un reģistrēta 1999. gada 8. martā. Tā kā konfliktējošās preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika iesniegts 1998. gada 21. janvārī, attiecīgais periods nebija pat četrus mēnešus ilgs.

- 65 Visbeidzot, attiecībā uz prasītāja profesionālo un personisko raksturojumu vai uz iespējamo vārda “Enzo Fusco” reputāciju Pirmās instances tiesa konstatē, ka prasītājs nav sniedzis vajadzīgos pierādījumus, lai varētu novērtēt šo elementu materiālo saturu vai pat atbilstību. It īpaši tas nav pierādījis, kāda ir šo elementu ietekme, itāļu patērētājam uztverot attiecīgos apzīmējumus.
- 66 Visaptveroši vērtējot sajaukšanas iespēju, zemu apzīmējumu līdzības pakāpi var kompensēt citi atbilstoši faktori, tādi kā augsta preču līdzības pakāpe.
- 67 Šajā gadījumā Pirmās instances tiesa uzskata, ka itāļu patērētājs, ņemot vērā faktu, ka tas piedēvē augstāku atšķirtspēju uzvārdam, nevis vārdam, elementu “Fusco” atcerēsies labāk nekā vārdus “Antonio” vai “Enzo”. Turklāt attiecīgās preces ir identiskas. Šajos apstākļos Apelāciju padome, nepieļaujot kļūdu tiesību jautājumos, varēja uzskatīt, ka patērētājs, nonākot saskarsmē ar precī, ko aptver pieteiktā preču zīme “ENZO FUSCO”, varētu to sajaukt ar agrāko preču zīmi “ANTONIO FUSCO”, šādi konstatējot sajaukšanas iespēju.
- 68 Tā kā vienīgais izvirzītais pamats — Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpums — tātad nav pamatots, prasītāja galvenais prasījums ir jānoraida.

Par pakārtoto prasījumu atzīt, ka nav iestāties noilgums attiecībā uz pārvēršanas procedūru

- 69 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 108. panta 1. punkta a) apakšpunktam Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniedzējs vai tās īpašnieks var lūgt pārvērst tā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu vai Kopienas preču zīmi valsts preču zīmes pieteikumā, ja Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums ir atteikts.
- 70 Izskatāmajā lietā ir jākonstatē, ka prasītājs vēl nav pieprasījis pārvērst tā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu. Pakārtotā prasījuma mērķis būtībā ir tāds, lai Pirmās instances tiesa, iepriekšēji un bez saistības ar pārsūdzēto lēmumu Regulas Nr. 40/94 63. panta izpratnē, atzītu, ka ITSB ir kāds pienākums.
- 71 Tā kā šāda konstatācija neietilpst Pirmās instances tiesas kompetencē, pakārtotais prasījums ir jānoraida kā nepieņemams.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 72 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums nav labvēlīgs, ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājam spriedums nav labvēlīgs, tam ir jāpiespriež atlīdzināt izdevumus atbilstoši ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (otrā palāta)

nospiež:

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

Pirrung

Meij

Forwood

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2005. gada 1. martā.

Sekretārs

H. Jung

Priekšsēdētājs

J. Pirrung