

Lieta T-22/04

Reemark Gesellschaft für Markenkooperation mbH

pret

**Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju
(preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB)**

Kopienas preču zīme — Iebildumu process — Kopienas vārdiskas preču zīmes
“Westlife” reģistrācijas pieteikums — Agrāka valsts preču zīme “West” —
Sajaukšanas iespēja — Apzīmējumu līdzība

Pirmās instances tiesas spriedums (otrā palāta) 2005. gada 4. maijā II - 1562

Sprieduma kopsavilkums

- 1. Kopienas preču zīme — Apelācijas process — Prasība Kopienas tiesā — Biroja procesuālā loma — Tiesības grozīt strīda robežas Pirmās instances tiesā — Neesamība — Biroja pilnvaras atbalstīt vienu vai otru lietas dalībnieka prasījumus un sniegt argumentus, lai atbalstītu šī lietas dalībnieka pamatus*

(Pirmās instances tiesas Reglamenta 133. panta 2. punkts)

2. *Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Relatīvie atteikuma pamatojumi — Identiskas vai līdzīgas agrākas preču zīmes, kas reģistrēta attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, īpašnieka iebildums — Attiecīgo preču zīmju līdzība — Reģistrācijai pieteikta vārdiska preču zīme, kur viens no diviem to veidojošiem terminiem ir identisks ar agrāku vārdisku preču zīmi*
(Padomes Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts)
3. *Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Relatīvie atteikuma pamatojumi — Identiskas vai līdzīgas agrākas preču zīmes, kas reģistrēta attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, īpašnieka iebildums — Sajaukšanas iespēja ar agrāku preču zīmi — Vārdiskas preču zīmes "Westlife" un "West"*
(Padomes Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts)

1. Procesā attiecībā uz prasību par Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) Apelāciju padomes lēmumu, kas ir pieņemts iebildumu procesa ietvaros, ITSB ar savu nostāju, ko tas ieņem Pirmās instances tiesā, nevar grozīt strīda apstākļus, kas izriet attiecīgi no reģistrācijas pieteicēja un iebildumu iesniedzēja prasījumiem un apgalvojumiem. Tomēr ITSB nav jāizvirza prasījums noraidīt prasību, kas ir iesniegta par lēmumu, ko pieņēmusi viena no tā apelāciju padomēm. Lai gan ITSB arī nav aktīvas rīcības pilnvaru iesniegt prasību pret apelāciju padomes lēmumu, tad tomēr tam nav pienākuma sistemātiski aizstāvēt visus apstrīdētos apelāciju padomju lēmumus vai obligāti

izvirzīt prasījumus noraidīt visas par šādiem lēmumiem celtas prasības.

Tādējādi ITSB var, negrozot strīda apstākļus, pēc savas izvēles izvirzīt prasījumus apmierināt viena vai otra no pārejiem lietas dalībniekiem prasījumus un sniegt argumentus, atbalstot šī lietas dalībnieka izvirzītos pamatus. Taču tas nevar izvirzīt patstāvīgus prasījumus par atcelšanu vai norādīt tādus atcelšanas pamatus, ko citi lietas dalībnieki nav izvirzījuši.

(sal. ar 16.–18. punktu)

2. Veicot sākotnēju analīzi, gadījumā, ja viens no diviem reģistrācijai pieteiktu preču zīmi veidojošiem terminiem ir fonētiski un vizuāli identisks ar vienīgo terminu, kas veido agrāku preču zīmi, un ja šiem terminiem, aplūkojot tos kopumā vai atsevišķi, no attiecīgās sabiedrības viedokļa nav nekādas konceptuālas nozīmes, tad vārdiskas preču zīmes parasti ir uzskatāmas par līdzīgām.

(sal. ar 37. punktu)

3. Vidusmēra vācu patērētājam starp vārdisku apzīmējumu "Westlife", kura kā Kopienas preču zīmes reģistrācija ir pieteikta attiecībā uz 9., 16., 25. un 41. klasē ietilpstošām precēm un pakalpojumiem atbilstoši Nicas Nolīgumam, un vārdisku preču zīmi "West", kas ir

reģistrēta agrāk Vācijā attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst tajās pašās klasēs, pastāv sajaukšanas iespēja, jo, pirmkārt, vienīgā attiecīgo vārdisko preču zīmju vizuālā atšķirība ir tā, ka vienā no preču zīmēm ietverts pirmajam elementam pievienots papildu elements, un abas preču zīmes ir zināmā mērā līdzīgas no fonētiskā un it īpaši konceptuālā viedokļa, un, otrkārt, agrākās preču zīmes "West" pastāvēšana konkrētās sabiedrības daļas uztverē varētu būt radījusi tādu asociāciju starp šo terminu un tās īpašnieka pārdotajām precēm, ka ikviena jauna preču zīme, ko veido šis termins kombinācijā ar citu terminu, iespējams, var tikt uztverta kā agrākās preču zīmes variants.

(sal. ar 39., 42. un 43. punktu)