

Lieta T-203/02

The Sunrider Corp.

pret

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

Kopienas preču zīme — Iebildumu process — Agrāka vārdiska preču zīme
“VITAFRUT” — Kopienas vārdiskas preču zīmes “VITAFRUIT” reģistrācijas
pieteikums — Agrākas preču zīmes faktiskā izmantošana — Preču līdzība — Regulas
(EK) Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts, 15. pants
un 43. panta 2. un 3. punkts

Pirmās instances tiesas spriedums (otrā palāta) 2004. gada 8. jūlijā II - 2815

Sprieduma kopsavilkums

1. *Kopienas preču zīme — Apelācijas process — Apelācijas sūdzības pārbaude, ko veic
Apelāciju padome — Apjoms — Iebildumu process
(Padomes Regulas Nr. 40/94 15. panta 3. punkts, 43. panta 2. un 3. punkts, 61. panta
1. punkts un 62. panta 1. punkts)*

II - 2811

2. *Kopienas preču zīme — Trešo personu apsvērumi un iebildumi — Iebildumu izskatīšana — Agrākas preču zīmes izmantošanas pierādījums — Faktiska izmantošana — Jēdziens — Interpretācija, ņemot vērā Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta ratio legis (Padomes Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkts)*
3. *Kopienas preču zīme — Trešo personu apsvērumi un iebildumi — Iebildumu izskatīšana — Agrākas preču zīmes izmantošanas pierādījums — Faktiska izmantošana — Jēdziens — Vērtēšanas kritēriji (Padomes Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkts)*
4. *Kopienas preču zīme — Trešo personu apsvērumi un iebildumi — Iebildumu izskatīšana — Agrākas preču zīmes izmantošanas pierādījums — Faktiska izmantošana — Kritēriju piemērošana konkrētā gadījumā (Padomes Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkts)*
5. *Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un tās iegūšana — Relatīvie atteikuma pamatojumi — Identiskas vai līdzīgas agrākas preču zīmes, kas reģistrēta attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, īpašnieka iebildumi — Sajaukšanas iespēja ar agrāku preču zīmi — Preču vai pakalpojumu līdzība — Koncentrētas augļu sulas un augu un vitamīnu dzērieni (Padomes Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts)*

1. Apelācijas procesā Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) Apelāciju padomē apjoms, kādā Apelāciju padomei jāveic pārbaude attiecībā uz lēmumu, kas ir apelācijas priekšmets, nav atkarīgs no tā, vai lietas dalībnieks, kurš iesniedzis apelāciju, izvirza īpašu pamatu attiecībā uz šo lēmumu, kritizējot ITSB nodaļas, kas izskatīja lietu pirmajā instancē, veikto tiesību normas interpretāciju vai piemērošanu, vai tikai šīs nodaļas veikto pierādījumu novērtējumu. Tātad, pat ja lietas dalībnieks, kas iesniedzis apelāciju Apelāciju padomē, nav izvirzījis īpašu pamatu, Apelāciju padomei tomēr ir jāveic pārbaude, ievērojot visus pieejamos attiecīgos tiesiskos un faktiskos apstākļus, lai noskaidrotu, vai, izskatot apelāciju, var vai nevar likumīgi pieņemt jaunu lēmumu ar tādu pašu rezolutīvo

daļu kā lēmumam, kas ir apelācijas priekšmets.

Attiecībā uz iebildumu procesu, ko uzsācis agrākās preču zīmes īpašnieks — šai pārbaudei arī jāietver vērtējums vai, ievērojot faktus vai pierādījumus, ko iesniedza otrs procesa Apelāciju padomē dalībnieks, tas ir pierādījis faktisku izmantošanu, ko veica vai nu agrākās preču zīmes īpašnieks, vai nu pilnvarota trešā persona Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta, un 15. panta 3. punkta izpratnē. Savukārt apgalvojuma, saskaņā

ar kuru preču zīmes reģistrācijas pieteicējs ne procesā Iebildumu nodaļā, ne Apelāciju padomē nebija apstrīdējis agrākās preču zīmes īpašnieka piekrišanas faktu, atbilstība ir jāpārbauda, izskatot lietu pēc būtības.

(sal. ar 21.–22. punktu)

2. Interpretējot Kopienas preču zīmes faktiskas izmantošanas jēdzienu Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta izpratnē, jāņem vērā fakts, ka prasības, saskaņā ar ko agrākai preču zīmei ir jābūt faktiski izmantotai, lai to varētu pretstatīt Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumam, *ratio legis* ir — samazināt konfliktus starp divām preču zīmēm, ja vien nepastāv ekonomiski pamatots iemesls, kas izriet no preču zīmes reālas izmantošanas tirgū. Savukārt minētā prasība neparedz vērtēt uzņēmuma komercdarbības panākumus, ne kontrolēt uzņēmuma ekonomisko stratēģiju, ne arī sniegt aizsardzību preču zīmēm tikai tad, ja to komerciālā izmantošana sasniedz kvantitatīvi nozīmīgu apjomu.

(sal. ar 38. punktu)

3. Kopienas preču zīme ir faktiski izmantota Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta izpratnē tad, ja tā ir izmantota atbilstoši tās galvenajai pamata funkcijai — garantēt to preču vai pakalpojumu izcelsmes identitāti, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, lai radītu vai saglabātu noieta tirgu šīm precēm vai pakalpojumiem, izņemot simboliska rakstura izmantošanu, kuras vienīgais mērķis ir preču zīmei piešķirto tiesību uzturēšana. Šajā sakarā noteikums attiecībā uz faktisku izmantošanu prasa — šai preču zīmei, kas ir aizsargāta konkrētajā teritorijā, jābūt izmantotai publiski un ārēji.

Preču zīmes faktiskās izmantošanas rakstura vērtējums ir jābalsta kopumā uz visiem faktiem un apstākļiem, kas ir atbilstoši, lai noskaidrotu tās patieso komerciālo izmantošanu, jo īpaši izmantošanu, ko attiecīgajā ekonomiskajā sektorā uzskata par pamatotu, lai uzturētu vai radītu tirgus daļas ar preču zīmi aizsargātajām precēm vai pakalpojumiem, šo preču vai pakalpojumu raksturu, tirgus raksturojumu, preču zīmes izmantošanas apjomu un biežumu.

Attiecībā uz apjomu, kādā tikusi izmantota agrākā preču zīme, jo īpaši jāņem vērā, pirmkārt, visu izmantošanas darījumu komerciālais apjoms, un otrkārt,

izmantošanas perioda ilgums, kā arī izmantošanas biežums.

(sal. ar 39.–41. punktu)

4. Lai šajā gadījumā pārbaudītu, vai agrākā preču zīme ir faktiski izmantota, ir jāveic visaptverošs vērtējums, ņemot vērā visus uz šo gadījumu attiecināmos faktoros. Šis vērtējums nozīmē noteiktu savstarpējo saistību, kas pastāv starp vērā ņemamiem faktoriem. Tā, ar minēto preču zīmi pārdoto preču nelielo apjomu var kompensēt šis preču zīmes izmantošanas augstā intensitāte vai ievērojams pastāvīgums šīs preču zīmes izmantošanas laikā un otrādi. Turklāt, ar agrāku preču zīmi pārdoto preču apgrozījumu, kā arī pārdošanas apjomu nedrīkst vērtēt absolūtā izteiksmē, bet tie jāvērtē saistībā ar citiem attiecīgajiem faktoriem, tādiem kā komercdarbības apjoms, ražošanas vai pārdošanas kapacitāte vai dažādošanas pakāpe uzņēmumā, kas izmanto preču zīmi, kā arī preču vai pakalpojumu raksturs attiecīgajā tirgū. Tiesa ir precizējusi — lai agrākas preču zīmes izmantošanu kvalificētu kā faktiski izmantošanu, nav nepieciešams, lai tās izmantošana vienmēr būtu kvantitatīvi nozīmīga.

(sal. ar 42. punktu)

5. Lai novērtētu attiecīgo preču vai pakalpojumu līdzību Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, ir jāņem vērā visi attiecīgie faktori, kas raksturo saikni starp precēm vai pakalpojumiem un jo īpaši to raksturs, funkcionālais uzdevums, lietojums, kā arī to konkurējošais vai papildinošais raksturs.

6. Šajā ziņā, pirmkārt, koncentrētās augļu sulas attiecībā uz kurām ir aizsargāta agrākā preču zīme un, otrkārt, augu un vitamīnu dzērieni, ko aptver reģistrācijai pieteiktā preču zīme, ir līdzīgi. Šīm precēm ir viens un tas pats funkcionālais uzdevums, proti, dzesēt slāpes un lielā mērā tām ir konkurējošs raksturs. Attiecībā uz to raksturu un lietojumu — runa ir par bezalkoholiskiem dzērieniem, kas parasti tiek lietoti atdzesētā veidā, kuriem, protams, vairumā gadījumu ir atšķirīgs sastāvs. Tas, ka šīm precēm ir atšķirīgs sastāvs, tomēr nemaina secinājumu, saskaņā ar ko minētās preces ir savstarpēji aizstājamas tādēļ, ka tās ir paredzētas identisku vajadzību apmierināšanai.

(sal. ar 65., 67. punktu)