

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMO (antroji kolegija) SPRENDIMAS

2006 m. birželio 13 d.*

Byloje T-153/03

Inex SA, įsteigta Bavegem (Belgija), atstovaujama advokato T. van Innis,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovaujamą M. U. Pfléghar ir G. Schneider, vėliau – M. Schneider ir A. Folliard-Monguiral,

atsakovė,

dalyvaujant kitai Vidaus rinkos derinimo tarnybos (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) apeliacinėje taryboje vykusios procedūros šaliai, įstojusiai į bylą Pirmosios instancijos teisme,

* Proceso kalba: anglų.

Robert Wiseman & Sons Ltd, įsteigta Glasgow (Jungtinė Karalystė), atstovaujama
barrister A. Roughton,

dėl ieškinių, pareikšto dėl 2003 m. vasario 4 d. Vidaus rinkos derinimo tarnybos
(prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) antrosios apeliacinės tarybos sprendimo
(byla R 106/2001-2), susijusio su protesto procedūra tarp *Inex SA* ir *Robert Wiseman
& Sons Ltd*,

EUROPOS BENDRIJŲ PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS
(antroji kolegija),

kurį sudaro teisėjai J. Pirrung, A. W. H. Meij ir I. Pelikánová,

posėdžio sekretorė C. Kristensen, administratorė,

susipažinęs su 2003 m. balandžio 18 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijai
pateiktu ieškiniu,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies ir Vidaus rinkos derinimo tarnybos (prekių
ženklams ir pramoniniam dizainui) atitinkamai 2003 m. rugsėjo 4 d. ir 12 d.
pateiktais atsakymais į ieškinį,

įvykus 2005 m. rugsėjo 7 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

- 1 1996 m. balandžio 1 d. įstojusi į bylą šalis, remdamasi iš dalies pakeistu 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1), Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženkams ir pramoniniam dizainui) (toliau – VRDT) pateikė Bendrijos prekių ženklo paraišką.
- 2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra šis vaizdinis žymuo:



- 3 Prekės, kurioms prašoma įregistruoti prekių ženklą, priklauso peržiūrėtos ir pataisytos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų ženklų registravimo klasifikacijos 29, 32 ir 39 klasėms ir, kalbant apie kiekvieną iš šių klasių, atitinka tokį aprašymą:

- 29 klasē: „Pienas, pieno gērimai, pieno produkti, grietinē ir jogurtas“,

 - 32 klasē: „Alus; mineralinis ir gazuotas vanduo, kiti gaivieji gērimai; vaišiu gērimai ir vaišiu sultys; sirupai ir kiti gērimu gaminimo mišiniai“,

 - 39 klasē: „Prekiu surinkimas, tiekimas, platinimas ir transportavimas keliais“.
- 4 1997 m. spalio 27 d. registracijos paraiška buvo paskelbta *Bendrijos prekiu ženklų biuletenyje* Nr. 25/97.
- 5 1998 m. sausio 22 d. ieškovė, remdamasi Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktu, pateikė protestą pagal Reglamento Nr. 40/94 42 straipsnį dėl šios Bendrijos prekiu ženklo paraiškos.
- 6 Protestas buvo pagrįstas ankstesniu vaizdiniu prekiu ženklu Nr. 580 538, įregistruotu 1995 m. spalio 17 d. Beniliukso valstybėse 29 ir 30 Nicos sutarties klasiu prekėms ir atrodančiu taip:



- 7 Protestas buvo pateiktas dėl dalies prekių, kurias žymi ankstesnis prekių ženklas, t. y. dėl „pieno ir jo produktų“, ir nukreiptas prieš prekių ženklo paraiškoje nurodytus „pieną, pieno gėrimus ir pieno produktus“. Atsikirdama į įstojusios į bylą šalies pastabas, ieškovė patikslino, kad protestas nukreiptas prieš visas 29 klasės prekes, nurodytas prekių ženklo paraiškoje, įskaitant „grietinę ir jogurtą“.
- 8 2000 m. lapkričio 29 d. sprendimu Protestų skyrius atmetė protestą motyvuodamas tuo, kad aptariamai žymenys yra pakankamai skirtingi, jog atsirastų supainiojimo galimybė.
- 9 2001 m. sausio 22 d. ieškovė, remdamasi Reglamento Nr. 40/94 57–62 straipsniais, pateikė VRDT apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo.
- 10 2003 m. vasario 4 d. sprendimu (toliau – skundžiamas sprendimas) VRDT antroji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją. Apeliacinė taryba nurodė, kad yra didelių vizualinių skirtumų tarp aptariamų prekių ženklų. Tačiau ji manė, kad ginčijami prekių ženklai yra konceptualiai panašūs, nes jie abu priminė karves. Tačiau, atsižvelgiant į aplinkybę, kad šis panašumas susijęs su elementu, kuris aptariamų prekių atžvilgiu turi neryškų skiriamąjį požymį, jis nebuvo laikomas pakankamu, kad būtų galima padaryti išvadą, jog egzistuoja supainiojimo galimybė. Todėl, nepaisant to, kad abu prekių ženklai žymi tapačias prekes, Apeliacinė taryba padarė išvadą, kad nebuvo supainiojimo galimybės.

Šalių reikalavimai

11 Ieškovė Pirmosios instancijos teismo prašo:

- panaikinti skundžiamą sprendimą,
- priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

12 VRDT Pirmosios instancijos teismo prašo:

- atmesti ieškinį,
- priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

13 Įstojusi į bylą šalis Pirmosios instancijos teismo prašo:

- atmesti ieškinį,
- priteisti iš ieškovės įstojusios šalies bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

- 14 Ieškovė nurodo vienintelį ieškinio pagrindą dėl Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimo.

Šalių argumentai

- 15 Ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba neatsižvelgė į prekių ženklų panašumo ir prekių bei paslaugų panašumo tarpusavio priklausomybės taisyklę, nustatytą 1998 m. rugsėjo 29 d. Teisingumo Teismo sprendime *Canon* (C-39/97, Rink. p. I-5507) ir 1999 m. birželio 22 d. Teisingumo Teismo sprendime *Lloyd Schuhfabrik Meyer* (C-342/97, Rink. p. I-3819), pagal kurią mažas prekių ženklų žymimų prekių ar paslaugų panašumo laipsnis gali būti kompensuojamas dideliu prekių ženklų panašumo laipsniu, ir priešingai.
- 16 Be to, Apeliacinė taryba neatsižvelgė į taisyklę, pagal kurią visapusiškas aptariamų žymenų panašumo vertinimas turi būti pagrįstas bendru jų daromu įspūdžiu, atsižvelgiant į jų skiriamuosius ir dominuojančius požymius, ir į tai, kad paprastas vartotojas tik retais atvejais gali tiesiogiai palyginti šiuos prekių ženklus bei turi kliautis atmintyje išsaugotu netiksliu jų atvaizdu. Ieškovė šiuo požiūriu teigia, kad Apeliacinė taryba turėjo pažymėti, jog supainiojimo galimybę tarp aptariamų žymenų padidina tai, kad aptariamoms prekėms skirtos plačiąjai visuomenei.
- 17 Ieškovė, be to, tvirtina, kad Apeliacinė taryba pati sau prieštaravo, pirma, konstatuodama, kad vaizdinis prašomo įregistruoti prekių ženklo elementas, vaizduojantis karvės odą, tapatus dominuojančiam ankstesnio prekių ženklo

elementui, antra, teigdama, kad aptariami prekių ženklai turi ryškių vizualinių skirtumų. Ieškovės manymu, Apeliacinė taryba turėjo nurodyti, kad yra vizualinis panašumas tarp šių dviejų prekių ženklų, iš kurių vieną sudaro kito dominuojantis elementas.

- 18 Ieškovė galiausiai teigia, kad ankstesnio prekių ženklo dominuojantis elementas turi skiriamųjų požymių, nes vienas iš prekių ženklų yra vien iš jo sudarytas. Šiuo požiūriu Beniliukso valstybėse ankstesnio prekių ženklo dominuojantis elementas turi skiriamųjų požymių, nes šiose valstybėse tik ant prekės pakuotės kaip dominuojantis elementas yra pateiktas juodmargės karvės odos atvaizdas. Ieškovė, atsakydama į Pirmosios instancijos teismo pateiktus rašytinius klausimus ir posėdyje, patikslino, kad tiek, kiek į bylą įstojusi šalis neginčija, jog ankstesnis prekių ženklas, kuriame kaip dominuojantis elementas naudojamas karvės odos atvaizdas, yra vienintelis Beniliukso valstybėse, ji netiesiogiai pripažįsta, kad šis elementas turi skiriamųjų požymių. Pirmosios instancijos teismas pažeistų dispozityvumo principą, jeigu suabejotų tokiu konstatavimu. Ieškovė taip pat pabrėžia, kad jos prekių ženklo dominuojantis elementas, atsižvelgiant į itin konkurencingą rinką, gali būti tik skiriamasis.

- 19 VRDT ir įstojusi į bylą šalis ginčija ieškovės argumentus.

Pirmosios instancijos teismo vertinimas

- 20 Remiantis Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktu, ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus, prašomas įregistruoti prekių ženklas neregistruojamas, jeigu dėl savo panašumo į ankstesnį prekių ženklą ar tapatumo jam arba dėl prekių ar paslaugų, kurias žymi prekių ženklai, panašumo ar tapatumo yra galimybė

suklaidinti visuomenę toje teritorijoje, kurioje ankstesnis prekių ženklas yra saugomas. Supainiojimo galimybė apima ir galimybę sieti su ankstesniu prekių ženklu. Be to, pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį „ankstesniais prekių ženklais“ yra laikomi valstybėje narėje įregistruoti prekių ženklai, kurių įregistravimo paraiškos pateikimo data yra ankstesnė už Bendrijos prekių ženklo paraiškos pateikimo datą.

- 21 Pagal nusistovėjusią teismo praktiką supainiojimo galimybė egzistuoja, jeigu visuomenė gali manyti, jog nagrinėjamos prekės ar paslaugos yra kilusios iš tos pačios įmonės arba iš ekonomiškai susijusių įmonių (2002 m. spalio 23 d. Pirmosios instancijos teismo nutarties *Matratzen Concord prieš VRDT – Hukla Germany (MATRATZEN)*, T-6/01, Rink. p. II-4335, 23 punktas ir 2003 m. liepos 3 d. Pirmosios instancijos teismo nutarties *Alejandro prieš VRDT – Anheuser-Busch (BUDMEN)*, T-129/01, Rink. p. II-2251, 37 punktas).
- 22 Supainiojimo galimybę reikia visapusiškai įvertinti atsižvelgiant į tai, kaip suinteresuotoji visuomenės dalis suvokia tam tikrus žymenis ir prekes ar paslaugas, bei į visas konkrečiam atvejui būdingas aplinkybes (2004 m. birželio 22 d. Pirmosios instancijos teismo nutarties *Ruiz-Picasso ir kt. prieš VRDT – DaimlerChrysler (PICARO)*, T-185/02, Rink. p. II-1739, 50 punktas).
- 23 Šis visapusis vertinimas apima būtent prekių ženklo žinomumą rinkoje, taip pat prekių ženklų ir prekių ar paslaugų, kurias žymi prekių ženklas, panašumo laipsnį. Šiuo požiūriu jis apima tam tikrą tarpusavio veiksmų, į kuriuos atsižvelgiama, priklausomybę, nes mažas prekių ženklu žymimų prekių ar paslaugų panašumo laipsnis gali būti kompensuojamas dideliu prekių ženklų panašumo laipsniu, ir priešingai (minėtų sprendimų *Canon* 17 punktas ir *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 19 punktas).

- 24 Be to, paprasto aptariamų prekių ar paslaugų vartotojo prekių ženklų suvokimas yra lemiamas kriterijus visapusiškai vertinant supainiojimo galimybę. Paprastas vartotojas įprastai prekių ženklą suvokia kaip visumą ir nenagrinėja jo atskirų detalių (1997 m. lapkričio 11 d. Teisingumo Teismo sprendimo *SABEL*, C-251/95, Rink. p. I-6191, 23 punktas ir minėto Teisingumo Teismo sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 25 punktas). Dėl tokio visapusiško vertinimo laikoma, jog paprastas aptariamų prekių vartotojas yra pakankamai informuotas, pastabus bei nuovokus. Taip pat reikia atsižvelgti į aplinkybę, kad paprasto vartotojo atidumo lygis gali skirtis, atsižvelgiant į aptariamų prekių ar paslaugų kategorijas (minėto sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 26 punktas).
- 25 Šiuo atveju prekių, kurias žymi aptariamų prekių ženklai, panašumo šalys neginčija. Ginčijamasi tik dėl to, ar Apeliacinė taryba teisingai aptariamus prekių ženklus laikė pakankamai skirtingais, kad neatsirastų supainiojimo galimybė.

Dėl žymenų panašumo

- 26 Visapusiškas supainiojimo galimybės vertinimas, kiek jis susijęs su vizualiu, fonetiniu ar konceptualių nagrinėjamų prekių ženklų panašumu, turi būti pagrįstas bendru jų daromu įspūdžiu, ypač atsižvelgiant į skiriamuosius ir dominuojančius elementus (žr. 2003 m. spalio 14 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Phillips-Van Heusen prieš VRDT – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)*, T-292/01, Rink. p. II-4335, 47 punktą ir ten nurodomą teismų praktiką).

27 Be to, pagal nusistovėjusią teismo praktiką sudėtinis prekių ženklas gali būti laikomas panašiu į kitą prekių ženklą, tapatų ar panašų į vieną iš pagrindinių sudėtinio prekių ženklo elementų, tik tada, jei šis sudaro dominuojantį elementą bendrame sudėtinio ženklo sukurtame išpūdyje. Taip yra, kai šis elementas gali vienas dominuoti atitinkamos visuomenės dalies atmintyje užsifiksavusiame šio prekių ženklo vaizdinyje, o kiti šio prekių ženklo elementai yra nežymūs bendrame jo sukurtame išpūdyje (minėto Pirmosios instancijos teismo sprendimo *MATRATZEN* 33 punktas ir 2005 m. gegužės 4 d. Sprendimo *Chum prieš VRDT – Star TV (STAR TV)*, T-359/02, Rink. p. II-1515, 44 punktas). Tačiau toks požiūris nereiškia, kad reikia atsižvelgti tik į vieną sudėtinio prekių ženklo elementą ir jį palyginti su kitu prekių ženklu. Priešingai, šį palyginimą būtina naudoti nagrinėjant prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, vertinant kiekvieno iš jų visumą (minėto sprendimo *MATRATZEN* 34 punktas).

28 Šioje byloje nagrinėjami, viena vertus, prekių ženklas, sudarytas iš vienintelio elemento, kuris, atsižvelgiant į prekes, kurias jis žymi, bus suvokiamas kaip vaizduojantis karvės odą, kita vertus, ankstesnis sudėtinis prekių ženklas, kurį sudaro vaizdiniai ir žodiniai elementai. Ankstesnio prekių ženklo vaizdinius elementus sudaro juodmargės karvės odos atvaizdas ant pakuotės, apačioje kartotinės dėžutės pavaizduotas stilizuotas herbas, viršuje – ferma su mažu raudonu klotimu, kurios apačioje – standartinis brūkšninis kodas. Ankstesnio prekių ženklo žodiniai elementai yra žodžiai „inex“, „halfvolle melk“ ir santrumpa „UHT – e 1L“.

29 Kadangi fonetinis prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, panašumas šiuo atveju neginčijamas, bus nagrinėjami tik vizualūs ir konceptualūs panašumai.

— Dėl vizualaus panašumo

- 30 Pirmiausiai reikia konstatuoti, kad piešinys, kuris turi būti suvokiamas kaip karvės odos atvaizdas, yra vienintelis prašomo įregistruoti prekių ženklo elementas.
- 31 Ankstesniame prekių ženkle karvės odos piešinys apima visą prekės pakuotę ir dominuoja vizualiniame prekių ženklo sukurtame išpūdyje, kaip skundžiamo sprendimo 21 punkte ir konstatavo Apeliacinė taryba. Šis piešinys iš esmės yra ryškus ankstesnio prekių ženklo elementas.
- 32 Šiuo požiūriu VRDT argumentas, pagal kurį karvės odos atvaizdo neryškūs skiriamieji požymiai sudaro kliūčių tam, kad jis būtų laikomas dominuojančiu elementu, nėra visais atvejais priimtinas. Iš nusistovėjusios teismo praktikos matyti, kad visuomenė sudėtinio prekių ženklo dalimi esančio apibūdinančio elemento paprastai nelaikys skiriamuoju ir dominuojančiu elementu to prekių ženklo sukeltame bendrame išpūdyje (minėto Pirmosios instancijos teismo sprendimo *BUDMEN* 53 punktas ir 2004 m. spalio 6 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *New Look prieš VRDT – Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE ir NLCollection)*, T-117/03–T-119/03 ir T-171/03, Rink. p. II-3471, 34 punktas). Neryškus sudėtinio prekių ženklo elemento skiriamasis požymis nebūtinai reiškia, kad jis negali būti dominuojantis elementas, nes, ypač atsižvelgiant į jo vietą žymenyje ir dydį, jis gali atkreipti vartotojo dėmesį bei išlikti jo atmintyje (šiuo klausimu žr. 2004 m. liepos 13 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *AVEX prieš VRDT – Ahlers (a)*, T-115/02, Rink. p. II-2907, 20 punktą).
- 33 Vis dėlto reikia pažymėti, kad prekių ženklų palyginimas turi būti pagrįstas bendru išpūdžiu, kurį jie sukelia, ypač atsižvelgiant į skiriamuosius jų elementų požymius aptariamų prekių ar paslaugų atžvilgiu. Tam, kad būtų pripažintas prekių ženklų

panašumas, nepakanka, jog pagrindinis elementas vizualiaame sudėtinio žymens įspūdyje ir vienintelis kito žymens elementas būtų tapatūs ar panašūs. Turi būti pripažinta, kad prekių ženklai panašūs tuo atveju, kai, sudėtinio prekių ženklo, vertinamo kaip visumos, sukurtame įspūdyje dominuoja vienas iš jo elementų tokiu būdu, kad kiti šio prekių ženklo elementai žymimų prekių ar paslaugų atžvilgiu yra neryškūs šio prekių ženklo vaizde, išliekančiame visuomenės atmintyje.

34 Šiuo atveju, nors karvės odos atvaizdas yra pagrindinis elementas vizualiniame ankstesnio prekių ženklo įspūdyje, konstatuotina, kad šiuo atveju jis turi tik neryškių skiriamųjų požymių.

35 Nustatant prekių ženklą sudarančio elemento skiriamuosius požymius, reikia vertinti didesnę ar mažesnę šio elemento galėjamą identifikuoti tam tikrai įmonei priklausančias prekes ir paslaugas, kurių atžvilgiu buvo įregistruotas prekių ženklas, ir taip atskirti tas prekes ir paslaugas nuo kitų įmonių prekių ir paslaugų. Atliekant šį vertinimą, ypač reikia atsižvelgti į prekių ženklui būdingas savybes, atsižvelgiant į klausimą, ar jis apibūdina prekes ar paslaugas, kurioms yra įregistruotas, ar ne (analogiškai žr. minėto sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 22 ir 23 punktus).

36 Šiuo atveju reikia pastebėti, kad, atsižvelgiant į aptariamus produktus, karvės odos atvaizdas negali būti laikomas neturinčiu ryškių skiriamųjų požymių, nes šis elementas smarkiai primena aptariamą prekę. Iš tikrųjų jis primena karvę, gyvulį, žinomą kaip duodantį pieną, ir nėra visiškai išgalvotas elementas, skirtas žymėti pieną ir jo produktus.

- 37 Todėl reikia atmesti ieškovės argumentą, jog Beniliukso valstybėse šis ankstesnio prekių ženklo elementas turi skiriamųjų požymių dėl to, kad šis prekių ženklas yra vienintelis šiose valstybėse, kuriame juodmargės karvės oda yra dominuojantis elementas. Iš tikrųjų ši aplinkybė negali pakeisti išvados, padarytos ankstesniame šio sprendimo punkte, kad karvės odos atvaizdas turi neryškių skiriamųjų požymių. Be to, tiek, kiek šiuo argumentu siekiama teigti, kad ankstesnio prekių ženklo karvės odos atvaizdas turi ryškių skiriamųjų požymių dėl galimo šio prekių ženklo žinomumo Beniliukso valstybėse, Pirmosios instancijos teismas nurodo, kad ieškovė nepateikė jokių įrodymų, jog paminėtas prekių ženklas visuomenei yra žinomas.
- 38 Be to, reikia atmesti ieškovės argumentą, pagal kurį bet kokios abejonės dėl šio karvės odos atvaizdo skiriamųjų požymių pažeidžia dispozityvumo principą. Tai, kad įstojusi į bylą šalis neginčija teiginio, jog ankstesnis prekių ženklas, turintis šį atvaizdą kaip dominuojantį, yra vienintelis Beniliukso valstybėse, negali leisti manyti, kad jį pripažįsta, jog šis elementas turi ypatingų skiriamųjų požymių.
- 39 Taip pat reikia atmesti ieškovės argumentą, kad jos prekių ženkle esantis karvės odos atvaizdas turi skiriamųjų požymių dėl to, jog aptariamų prekių rinka yra labai konkurencinga. Iš tikrųjų ieškovė nepateikia jokių įrodymų, leidžiančių teigti, kad ši aplinkybė savaime ankstesnio prekių ženklo karvės odos atvaizdui suteikia ypatingų skiriamųjų požymių.
- 40 Galiausiai tiek, kiek ieškovė ginčija, kad ankstesnio prekių ženklo karvės odos atvaizdas turi skiriamųjų požymių, nes prašomą įregistruoti prekių ženklą, kurį

sudaro tik šis atvaizdas, VRDT sutiko įregistruoti, reikia pastebėti, jog neginčijama, kad aptariamų prekių ženklai turi skiriamųjų požymių Reglamento Nr. 40/94 7 straipsnio 1 dalies b punkto prasme ir todėl jie gali būti įregistruoti. Šiuo atveju aptariamų žymenų skiriamųjų požymių analizė nepatenka į absoliučią atsisakymo įregistruoti pagrindų vertinimą, bet patenka į visapusišką supainiojimo galimybės vertinimą. Taigi, kaip teisingai nurodo VRDT, nereikia nustatyti, ar karvės odos atvaizdas turi kokių nors skiriamųjų požymių, bet atsižvelgiant į aptariamą prekę reikia įvertinti šio atvaizdo skiriamuosius požymius nagrinėjamų prekių atžvilgiu, norint nustatyti, ar tam tikra visuomenės dalis gali supainioti aptariamus prekių ženklus, vertinant kiekvieno iš jų visumą.

- 41 Prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, palyginus vizualiai, matyti, kad bendras išpūdis, kurį sukuria kiekvienas iš tų prekių ženklų atskirai, smarkiai skiriasi. Iš tiesų prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro tik atvaizdas, kurį žymimų prekių atžvilgiu reikia suvokti kaip karvės odą, o ankstesnį prekių ženklą, kaip pastebi VRDT, sudaro ne vien karvės odos atvaizdas, bet ir kiti vaizdiniai ir žodiniai elementai, kurie yra svarbūs bendrame žymens išpūdyje. Tarp jų ypač reikia pažymėti stilizuotą herbą, esantį ant kartotinės dėžutės žemutinės dalies, fermą kartu su mažu raudonu klotimu viršutinėje jos dalyje ir žodinį elementą „inex“. Be to, kaip nurodo VRDT, pastarasis elementas yra žodis, neturintis aiškios reikšmės, kuriam reikia pripažinti ryškesnį skiriamąjį požymį nei karvės odos atvaizdai. Kadangi žodinis elementas „inex“ turi lemiamą reikšmę sukuriant ankstesnio prekių ženklo bendrą išpūdį, jo buvimas neleidžia teigti, kad karvės odos atvaizdas ankstesniame prekių ženkle gali savaime dominuoti šio prekių ženklo išpūdyje, kuris išlieka visuomenės atmintyje.

- 42 Be to, konstatuotina, kad atvaizdą, kuris yra prekių ženklo paraiškos objektas, sudaro skirtingas piešinys nei karvės odos atvaizdas ankstesniame prekių ženkle. Iš tikrųjų,

kaip matyti iš skundžiamo sprendimo, prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro nevisiškai aiškus karvės odos atvaizdas, nes Apeliacinė taryba manė, kad jis taip turi būti suvokiamas produktų, kuriuos žymi, atžvilgiu.

- 43 Dėl tos pačios priežasties taip pat reikia atmesti ieškovės argumentą, kad VRDT pati sau prieštarauja, viena vertus, konstatuodama, jog prekių ženklas, dėl kurio buvo pateiktas protestas, yra tapatus ankstesnio prekių ženklo dominuojančiam elementui, ir, kita vertus, manydama, kad ginčijami prekių ženklai turi ryškių skirtumų. Viena vertus, kaip buvo nurodyta ankstesniame šio sprendimo punkte, skundžiamame sprendime nekonstatuojama, kad prašomo įregistruoti prekių ženklo ir ankstesnio prekių ženklo atvaizdai yra tapatūs. Kita vertus, kaip buvo nurodyta šio sprendimo 33 punkte, kadangi šių prekių ženklų palyginimas buvo grindžiamas bendru jų sukuriamu išpūdžiu, ypač atsižvelgiant į jų elementų skiriamuosius požymius aptariamų prekių ar paslaugų atžvilgiu, prekių ženklų panašumui pripažinti nepakanka, kad elementas, kuris dominuoja vizualiniame sudėtinio žymens išpūdyje, būtų tapatus ar panašus į vienintelį kito žymens elementą.
- 44 Todėl reikia pripažinti, kad Apeliacinė taryba nepadarė klaidos manydama, jog aptariamais prekių ženklais turi ryškių vizualinių skiriamųjų požymių.

— Dėl konceptualaus panašumo

- 45 Reikia konstatuoti, kaip nurodo ir Apeliacinė taryba, kad aptariamais prekių ženklais yra konceptualiai panašūs, nes jie primena karvę, žinomą kaip duodančią pieną.

Tačiau reikia pažymėti, kaip Pirmosios instancijos teismas jau konstatavo šio sprendimo 36 punkte, kad šis išpūdis, atsižvelgiant į aptariamą prekę, neturi ryškių skiriamųjų požymių. Nors ankstesnis prekių ženklas nėra ypač plačiai žinomas ir sudarytas iš piešinio, kuriame nedaug išgalvotų elementų, paprasto prekių ženklų koncepcinio panašumo nepakanka tam, kad kiltų supainiojimo galimybė (minėto sprendimo *SABEL* 25 punktas).

- 46 Todėl Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad koncepcinio panašumo tarp ginčijamų prekių ženklų buvimas šiuo atveju negali sukelti supainiojimo galimybės.

Visapusiškas supainiojimo galimybės vertinimas

- 47 Iš to, kas išdėstyta, išplaukia, kad nors karvės odos atvaizdas yra pagrindinis vizualiam ir konceptualiam ankstesnio prekių ženklo sukeltame išpūdyje, ryškūs ginčijamų žymenų vizualiniai skirtumai ir šiuo atveju neryškus karvės odos atvaizdo skiriamasis požymis neleidžia daryti išvados, kad yra supainiojimo galimybė tarp ginčijamų prekių ženklų.

- 48 Be to, reikia pripažinti, kad Apeliacinė taryba atsižvelgė į aplinkybių tarpusavio priklausomumą, į kurią būtina atsižvelgti. Iš tikrųjų prekių tapatumas negali kompensuoti nei ryškių aptariamų prekių ženklų vizualių skirtumų, nei karvės odos atvaizdo neryškių skiriamųjų požymių.

- 49 Be to, ieškovės argumentas, kad Apeliacinė taryba turėjo nurodyti, jog supainiojimo galimybę padidina tai, kad aptariamoms prekėms skirtos plačiai visuomenei, taip pat turi būti atmestas. Aplinkybė, kad vartotojai turi sąlygiškai mažą pastabumo laipsnį, aptariamoms prekių ženklams nesant pakankamai panašioms ir atsižvelgiant į neryškius karvės odos atvaizdo skiriamuosius požymius aptariamų prekių atžvilgiu, neleidžia daryti išvados, kad yra supainiojimo galimybė.
- 50 Todėl reikia konstatuoti, kad Apeliacinė taryba nepadarė klaidos manydama, kad visapusiškas žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vertinimas neleidžia daryti išvados, kad yra suklaudinimo galimybė.
- 51 Iš to, kas išdėstyta, išplaukia, kad ieškinys turi būti atmestas.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

- 52 Pagal Pirmosios instancijos teismo procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to prašė. Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti VRDT ir į bylą įstojusios šalies išlaidas pagal jų pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (antroji kolegija)

nusprendžia:

- 1. Atmesti ieškinį.**
- 2. Priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.**

Pirrung

Meij

Pelikánová

Paskelbta 2006 m. birželio 13 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Kancleris

Pirmininkas

E. Coulon

J. Pirrung