RETTENS DOM (Fjerde Afdeling)

9. juli 2003 *

I sag T-162/01,

Laboratorios RTB, SL, Bigues i Riells (Spanien), ved advokat A. Canela Giménez,

sagsøger,

mod

Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) ved O. Montalto og J.F. Crespo Carrillo, som befuldmægtigede,

sagsøgt,

* Processprog: spansk.

den anden part i sagen for appelkammeret ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) var

Giorgio Beverly Hills, Inc., Santa Monica, Californien (USA),

angående en påstand om annullation af den afgørelse, der blev truffet den 30. april 2001 (sag R 122/2000-1) af Første Appelkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design),

har

DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABERS
RET I FØRSTE INSTANS (Fjerde Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, V. Tiili, og dommerne P. Mengozzi og M. Vilaras,

justitssekretær: assisterende justitssekretær B. Pastor,

på grundlag af den skriftlige forhandling og efter retsmødet den 22. januar 2003,

afsagt følgende

Dom

Tvistens baggrund

1 Den 2. januar 1997 indgav Giorgio Beverly Hills, Inc., i medfør af Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), som ændret, en ansøgning til Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM, herefter »Harmoniseringskontoret«) om registrering af et EF-varemærke.

2 Det varemærke, der ønskes registreret, er ordmærket GIORGIO BEVERLY HILLS.

3 De varer, som registreringsansøgningen vedrører, henhører under klasse 3, 14, 18 og 25 i Nice-arrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret.

4 Ansøgningen blev offentliggjort i *EF-Varemærketidende* nr. 24/98 af 6. april 1998.

5 Den 1. juli 1998 rejste sagsøgeren i medfør af artikel 42 i forordning nr. 40/94 indsigelse mod registreringen af dette EF-varemærke. Indsigelsen blev rejst over for en del af de varer, som var omfattet af registreringsansøgningen, nemlig »toiletsæbe, parfumerivarer, æteriske olier, kosmetiske præparater, hårvand, tandplejemidler, deodoranter til personligt brug, midler til rensning samt pleje af hud, hovedbund og hår« henhørende under klasse 3. Som indsigelsesgrund blev der anført at være en risiko for forveksling — i den forstand, hvori dette udtryk anvendes i artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 — mellem det ansøgte varemærke og de ældre varemærker, som sagsøgeren er indehaver af. De ældre varemærker er følgende i Spanien registrerede varemærker:

— nr. 1 747 375: figurmærke, som gengivet nedenfor, til betegnelse af »parfumerivarer og kosmetiske produkter, navnlig kosmetiske præparater til hår og bad« henhørende under klasse 3



— nr. 1 160 413: figurmærke, som gengivet nedenfor, til betegnelse af »eau de Cologne, deodoranter, shampoo, gel til bad, hårlak, after-shampoocreme, hårcreme, hudcreme, rensecreme, læbestift, neglelak, solcreme (kosmetisk), ansigtsvand« henhørende under klasse 3



— nr. 1 747 374: figurmærke, som gengivet nedenfor, til betegnelse af »parfumerivarer og kosmetiske produkter, navnlig præparater og kosmetiske produkter til hår og bad« henhørende under klasse 3



— nr. 1 789 484: figurmærke, som gengivet nedenfor, til betegnelse af »parfumerivarer og kosmetiske produkter« henhørende under klasse 3



6 Indsigelsen blev afvist af Harmoniseringskontorets Indsigelsesafdeling ved afgørelse af 2. december 1999 med den begrundelse, at forskellene mellem de omtvistede tegn ikke indebærer nogen risiko for, at kunderne i Spanien — hvor de ældre varemærker er registreret — forveksler varemærkerne.

7 Den 28. januar 2000 indgav sagsøgeren i medfør af artikel 59 i forordning nr. 40/94 en klage til Harmoniseringskontoret over Indsigelsesafdelingens afgørelse.

8 Klagen blev afvist ved Første Appelkammers afgørelse af 30. april 2001 (herefter »den anfægtede afgørelse«).

9 Appelkammeret antog i det væsentlige, at selv om de pågældende varer er af samme art, er der tilstrækkelige forskelle mellem det ansøgte varemærke GIORGIO BEVERLY HILLS og de ældre figurmærker, der indeholder ordmærkerne J. GIORGI, GIORGI LINE og MISS GIORGI, til at udelukke enhver risiko for forveksling.

Retsforhandlinger og parternes påstande

10 Ved stævning indleveret til Rettens Justitskontor den 18. juli 2001 har sagsøgeren anlagt denne sag.

11 Den 14. december 2001 har Harmoniseringskontoret indleveret svarskrift til Rettens Justitskontor.

12 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

— Den anfægtede afgørelse annulleres.

— Det ansøgte varemærke erklæres ugyldigt, eller Harmoniseringskontoret tilpligtes i givet fald at nægte registrering heraf.

— Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale sagens omkostninger.

13 Harmoniseringskontoret har nedlagt følgende påstande:

— Frifindelse.

— Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

14 Under retsmødet har sagsøgeren frafaldet sin anden påstand om, at det ansøgte varemærke erklæres ugyldigt, eller at Harmoniseringskontoret i givet fald tilpligtes at nægte registrering heraf.

Retlige bemærkninger

15 Sagsøgeren har fremført et eneste anbringende til støtte for sine påstande, nemlig at artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 er tilsidesat.

Parternes argumenter

16 Sagsøgeren har gjort gældende, at det ansøgte varemærke på grund af det heri indeholdte ord »giorgio« er uforeneligt med de ældre varemærker, som sagsøgeren er indehaver af. Efter sagsøgerens opfattelse er der en høj grad af risiko for forveksling forbundet med at indføre et varemærke på markedet, som hovedsageligt består af et ord, der er praktisk taget identisk med den dominerende bestanddel af de ældre varemærker.

17 I så henseende anfører sagsøgeren, at den dominerende bestanddel af de ældre varemærker er ordet »giorgi«, som forbrugeren først og fremmest opfatter. Alle de ældre varemærker indeholder ordet »giorgi«, som er de bestanddele, der er mest kendetegnende for sagsøgerens varer. Hvad angår de øvrige bestanddele i hvert af de ældre varemærker, anfører sagsøgeren følgende:

— For det første, hvad angår det spanske varemærke nr. 1 160 413, at hverken den særlige udformning af bogstaverne eller forbogstavet »J« kendetegner de pågældende varer afgørende.

— For det andet, hvad angår det spanske varemærke nr. 1 747 374, at ordet »miss« er en generisk term, og at den abstrakte tegning ikke har noget særpræg.

— For det tredje, hvad angår det spanske varemærke nr. 1 747 375, at ordet »line« er helt underordnet i forhold til ordet »giorgi«, og at de grafiske bestanddele ikke kan udtales.

— Endelig, hvad angår det spanske varemærke nr. 1 789 484, at ordet »giorgi« har meget større format end den generiske term »line«, og at tegningen er abstrakt og helt vilkårlig og ikke giver mulighed for at identificere de varer, som er omfattet af dette varemærke.

18 Som følge heraf finder sagsøgeren, at ordbestanddelen af de ældre varemærker, og navnlig ordet »giorgi«, som findes i alle de ældre varemærker, er overordnet i forhold til de grafiske bestanddele, da forbrugeren efterspørger varerne ved at identificere dem fonetisk. I den forbindelse henviser sagsøgeren til en række domme fra Tribunal Supremo (Spanien), hvori der ifølge sagsøgeren er anlagt en sådan betragtning.

19 Vedrørende det ansøgte varemærke anfører sagsøgeren, at der ved sammenligningen af det ansøgte varemærke og de ældre varemærker bør lægges særlig vægt på ordet »giorgio«. Dette ord adskiller sig nemlig efter sagsøgerens opfattelse fra resten af bestanddelene i varemærket, dvs. ordene »Beverly Hills«, som er helt underordnede, og som ikke giver de varer, der omfattes af det ansøgte varemærke, noget særpræg. Disse ord har ifølge sagsøgeren karakter af en geografisk angivelse, der ikke har noget særpræg, jf. artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 40/94, og der skal derfor ikke tages hensyn til dem ved sammenligningen af det ansøgte varemærke og andre varemærker. Til støtte herfor henviser sagsøgeren til en række domme fra Tribunal Supremo, hvori der er anlagt en tilsvarende betragtning.

20 Endvidere er det sagsøgerens opfattelse, at forbrugerne har tendens til at forkorte de betegnelser for varemærker, som består af flere ord, hvorfor de hvad angår det ansøgte varemærke vil spørge efter varer, der er dækket af dette varemærke, ved angivelse af ordet »giorgio« og ikke hele udtrykket »Giorgio Beverly Hills«.

21 I den forbindelse anfører sagsøgeren, at der i visuel og fonetisk henseende er lighed og endog sammenfald mellem de dominerende bestanddele af de omtvistede tegn, nemlig ordene »giorgi« og »giorgio«. Efter sagsøgerens opfattelse medfører den omstændighed, at der er næsten fuldstændig fonetisk sammenfald mellem de dominerende bestanddele af det enkelte tegn, at der er risiko for forveksling af de omtvistede varemærker, da tilføjelsen af bogstavet »o« i ordet »giorgi« i det ansøgte varemærke ikke er tilstrækkeligt til at adskille det fra de ældre varemærker, som består af ordet »giorgi«.

22 Sagsøgeren konkluderer, at den visuelle og fonetiske lighed mellem de omtvistede varemærker og den omstændighed, at de betegner varer henhørende under samme klasse, nemlig klasse 3, indebærer risiko for forveksling hos forbrugerne.

23 Indledningsvis anfører Harmoniseringskontoret vedrørende de afgørelser fra Tribunal Supremo, som sagsøgeren har henvist til, at Retten ikke har kompetence til at udtale sig om anvendelsen af spansk varemærkeret, hvorfor disse afgørelser ikke er relevante i sagen, da denne drejer sig om anvendelsen af fællesskabsretten.

24 Harmoniseringskontoret deler appelkammerets opfattelse af, at der ikke er nogen risiko for forveksling af de omtvistede varemærker.

25 I så henseende bestrider Harmoniseringskontoret sagsøgerens opfattelse af, at ordene »Beverly Hills« er sekundære, fordi de ikke har noget særpræg, da de udgør en geografisk angivelse som omhandlet i artikel 7, stk. 1, litra c), i forordning nr. 40/94. Ifølge Harmoniseringskontoret kan denne bestemmelse ikke anvendes på de omhandlede ord, der ikke er udelukkende beskrivende for varer, såsom parfumer eller kosmetiske midler. Der bør derfor ved sammenligningen af de pågældende varemærker tages hensyn til ordene »Beverly Hills«. I modsætning til det af sagsøgeren anførte, udgør det italienske fornavn »Giorgio« ifølge Harmoniseringskontoret ikke den dominerende bestanddel af det ansøgte varemærke.

26 Med hensyn til markedsføringsbetingelserne for de pågældende varer anfører Harmoniseringskontoret, at kosmetiske midler og parfumerivarer er relativt dyre produkter, som normalt præsenteres, så de kan ses af forbrugerne. Sagsøgerens opfattelse af, at forbrugerne efterspørger de pågældende varer mundtligt, udelukkende ved angivelse af den væsentligste bestanddel af det pågældende varemærke, svarer derfor ikke til realiteterne på markedet.

27 Hvad angår sammenligningen af de omhandlede varemærker anfører Harmoniseringskontoret, at der skal tages hensyn til alle bestanddele af det enkelte tegn, i hvilken forbindelse Harmoniseringskontoret bestrider den af sagsøgeren foretagne analyse, som begrænser sammenligningen til ordene »giorgi« og »giorgio« uden at tage hensyn til de øvrige figur- og ordbestanddele, som er indeholdt i de omtvistede tegn.

28 Hvad angår analysen af hvert af de ældre varemærker i forhold til det ansøgte varemærke anfører Harmoniseringskontoret,

— at det spanske varemærke J GIORGI er fonetisk forskelligt fra det ansøgte varemærke, hvorfor der ikke er nogen risiko for forveksling af disse varemærker

— at det ikke er muligt hvad angår det spanske varemærke MISS GIORGI at adskille ordet »miss« fra ordet »giorgi«

— at ordet »line« endelig opfylder en vigtig funktion i de spanske varemærker nr. 1 747 375 og nr. 1 789 484, som er at adskille GIORGI LINE-produkter fra J GIORGI- eller MISS GIORGI-produkter.

Rettens bemærkninger

29 Hvis indehaveren af et ældre varemærke rejser indsigelse, er det varemærke, der søges registreret, ifølge artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 udelukket fra registrering, »såfremt der i offentlighedens bevidsthed inden for det område, hvor det ældre mærke er beskyttet, er risiko for forveksling, fordi det yngre mærke er identisk med eller ligner det ældre varemærke, og varerne eller tjenesteydelserne er af samme eller lignende art; risikoen for forveksling indbefatter risikoen for, at der antages at være en forbindelse med det ældre varemærke«. Ved ældre varemærker forstås ifølge artikel 8, stk. 2, litra a), nr. ii), varemærker, som er registreret i en medlemsstat, og hvis ansøgningsdato ligger før datoen for EF-varemærkeansøgningen.

30 Ifølge Domstolens praksis vedrørende fortolkningen af artikel 4, stk. 1, litra b), i Rådets direktiv 89/104/EØF af 21. december 1988 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes lovgivning om varemærker (EFT 1989 L 40, s. 1), hvis indhold i det væsentlige er identisk med artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94, udgør risikoen for, at det i kundekredsen kan antages, at de pågældende varer eller tjenesteydelser hidrører fra den samme virksomhed eller i givet fald fra økonomisk forbundne virksomheder, en risiko for forveksling (Domstolens dom af 29.9.1998, sag C-39/97, Canon, Sml. I, s. 5507, præmis 29, af 22.6.1999, sag C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, Sml. I, s. 3819, præmis 17, og Rettens dom af 23.10.2002, sag T-104/01, Oberhauser mod KHIM — Petit Liberto (Fifties), Sml. II, s. 4359, præmis 25).

31 Ifølge samme retspraksis skal der foretages en helhedsvurdering af risikoen for forveksling under hensyntagen til alle de relevante faktorer i det foreliggende tilfælde (Domstolens dom af 11.11.1997, sag C-251/95, SABEL, Sml. I, s. 6191, præmis 22, Canon-dommen, præmis 16, Lloyd Schuhfabrik Meyer-dommen, præmis 18, dom af 22.6.2000, sag C-425/98, Marca Mode, Sml. I, s. 4861, præmis 40, og Fifties-dommen, præmis 26).

32 Denne helhedsvurdering indebærer en vis indbyrdes afhængighed mellem de faktorer, der kommer i betragtning, og især ligheden mellem varemærkerne og ligheden mellem de varer eller tjenesteydelser, der er omfattet af varemærkerne. En svag grad af lighed mellem de af varemærkerne omfattede varer eller tjenesteydelser kan således opvejes af en høj grad af lighed mellem varemærkerne og omvendt (Canon-dommen, præmis 17, og Lloyd Schuhfabrik Meyer-dommen, præmis 19). Den indbyrdes afhængighed mellem disse faktorer kommer til udtryk i syvende betragtning til forordning nr. 40/94, ifølge hvilken begrebet lighed bør fortolkes i forhold til risikoen for forveksling, som bl.a. må vurderes på grundlag af graden af lighed mellem mærket og tegnet og mellem de pågældende varer eller tjenesteydelser.

33 Desuden spiller det en afgørende rolle i helhedsvurderingen af risikoen for forveksling, hvordan gennemsnitsforbrugeren af de pågældende varer eller tjenesteydelser opfatter varemærkerne. Gennemsnitsforbrugeren opfatter imidlertid normalt et varemærke som en helhed og undersøger ikke de forskellige detaljer (SABEL-dommen, præmis 23, og Lloyd Schuhfabrik Meyer-dommen, præmis 25). For så vidt angår denne helhedsvurdering anses gennemsnitsforbrugeren af den pågældende kategori af varer for at være almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet. Der må i øvrigt tages hensyn til, at gennemsnitsforbrugeren kun sjældent har mulighed for at foretage en direkte sammenligning mellem de forskellige mærker, men må stole på det ufuldstændige billede, han har i erindringen af dem. Der må også tages hensyn til, at gennemsnitsforbrugerens opmærksomhedsniveau kan variere, alt efter hvilken kategori af varer eller tjenesteydelser der er tale om (Lloyd Schuhfabrik Meyer-dommen, præmis 26).

34 Da de ældre varemærker i den foreliggende sag er registreret i Spanien, og da de omhandlede produkter er dagligvarer, udgøres den kundekreds, som vurderingen af risikoen for forveksling skal foretages i forhold til, i den foreliggende sag af gennemsnitsforbrugeren i denne medlemsstat.

35 Henset til de foregående betragtninger skal der foretages en sammenligning dels af de pågældende varer, dels af de omtvistede tegn.

36 Hvad angår sammenligningen af varerne bemærkes, at de ældre spanske varemærker betegner varer i klasse 3. Således er varemærkerne MISS GIORGI (nr. 1 747 374) og GIORGI LINE (nr. 1 747 375) registreret for »parfumerivarer og kosmetiske produkter, navnlig kosmetiske præparater til hår og bad«, varemærket GIORGI LINE (nr. 1 789 484) er registreret for »parfumerivarer og kosmetiske produkter« og varemærket J GIORGI (nr. 1 160 413) er registreret for »eau de Cologne, deodoranter, shampoo, gel til bad, hårlak, aftershampoocreme, hårcreme, hudcreme, rensecreme, læbestift, neglelak, solcreme (kosmetisk), ansigtsvand«.

37 Appelkammeret har i den anfægtede afgørelses punkt 16 anført, at de varer, som er omfattet af de spanske varemærker GIORGI LINE (nr. 1 747 375 og nr. 1 789 484), MISS GIORGI og J GIORGI må antages at ligne eller være af samme art som »toiletsæbe, parfumerivarer, æteriske olier, kosmetiske præparater, hårvand, tandplejemidler, deodoranter til personligt brug, midler til rensning samt pleje af hud, hovedbund og hår« henhørende under klasse 3, og at det ansøgte varemærke GIORGIO BEVERLY HILLS omfatter samme varer.

38 Det er i øvrigt ubestridt mellem parterne, at de varer, som er omfattet af de ældre varemærker og af det ansøgte varemærke, er af samme art eller ligner hinanden.

39 Hvad angår sammenligningen af tegnene fremgår det af retspraksis, at helhedsvurderingen af risikoen for forveksling hvad angår de pågældende varemærkers visuelle, fonetiske eller begrebsmæssige lighed skal foretages på grundlag af det helhedsindtryk, varemærkerne giver, hvorved der navnlig skal tages hensyn til de bestanddele, der har særpræg eller dominans (jf. SABEL-dommen, præmis 23, og Lloyd Schuhfabrik Meyer-dommen, præmis 25). Endvidere har Domstolen antaget, at det ikke kan udelukkes, at en fonetisk lighed mellem to varemærker kan skabe risiko for forveksling (jf. i denne retning Lloyd Schuhfabrik Meyer-dommen, præmis 28).

40 Der skal derfor i visuel, fonetisk og begrebsmæssig henseende foretages en sammenligning af de omtvistede tegn.

41 Hvad angår den visuelle sammenligning har appelkammeret antaget, at selv om det ansøgte varemærke GIORGIO BEVERLY HILLS har lighed med de ældre varemærker, da ordet »giorgi« findes i alle de ældre varemærker og er indeholdt i ordet »giorgio«, udviser det væsentlige forskelle. Alle de ældre varemærker indeholder vigtige figurbestanddele og en supplerende ordbestanddel (»line« eller »miss« eller bogstavet »j«). Også det ansøgte varemærke indeholder en supplerende ordbestanddel, nemlig BEVERLY HILLS, som er skrevet med store bogstaver af samme størrelse som ordmærket GIORGIO (den anfægtede afgørelses punkt 17).

42 Herom bemærkes, at den omstændighed, at de ældre varemærker og det ansøgte varemærke indeholder henholdsvis bestanddelene »giorgi« og »giorgio«, som har en vis lighed, er af underordnet betydning ved den indbyrdes sammenligning og giver ikke i sig selv grundlag for at antage, at de omtvistede tegn har visuel lighed.

43 Den omstændighed, at tegnene indeholder andre ordbestanddele, nemlig bogstavet »j«, ordet »line« og ordet »miss« i de ældre varemærker, og ordene »Beverly« og »Hills« i det ansøgte varemærke, indebærer nemlig, at helhedsindtrykket af det enkelte mærke er forskelligt. Desuden indeholder de ældre varemærker firbestanddele med en særlig, egenartet udformning.

44 Følgelig har appelkammeret med rette antaget, at forskellene mellem de omtvistede tegn er tilstrækkelige til, at de ikke kan anses for at have visuel lighed.

45 Hvad angår sammenligningen i fonetisk henseende har appelkammeret ikke foretaget en konkret sammenligning af de pågældende tegn. Det har blot anført, at det ansøgte varemærke GIORGIO BEVERLY HILLS ganske vist udviser en lighed med de ældre varemærker, da ordet »giorgi« figurerer i alle de ældre varemærker og er indeholdt i ordet »giorgio«, men at det nævnte varemærke ikke desto mindre udviser væsentlige forskelle i forhold til disse varemærker (den anfægtede afgørelses punkt 17).

46 Det må herom fastslås, at der findes væsentlige forskelle mellem de omtvistede tegn, og at lighederne er mindre end forskellene. Det ansøgte varemærke består nemlig af seks stavelser (gior-gio-be-ver-ly-hills), hvoraf kun én, nemlig stavelsen »gior«, falder sammen med stavelserne i de ældre varemærker, som består af henholdsvis tre (miss-gior-gi og j-gior-gi) og fire stavelser (gior-gi-li-ne).

47 Der er derfor færre fonetiske bestanddele, som er fælles for de omtvistede tegn, end som er forskellige. Det må derfor antages, at de pågældende varemærker er forskellige i fonetisk henseende.

48 Hvad angår den begrebsmæssige sammenligning af de omtvistede tegn har appelkammeret — således som det er blevet gjort gældende for det af den part, der har rejst indsigelse (sagsøgeren ved Retten) — afvist, at de omtvistede varemærker udviser lighed i så henseende, fordi ordet »giorgio« i det ansøgte varemærke GIORGIO BEVERLY HILLS er dominerende, mens ordene »Beverly Hills« er en geografisk angivelse, som højst beskriver egenskaber ved de varer, som er omfattet af varemærket, og derfor ikke kan give dem noget særpræg.

49 Herom bemærkes for det første, at hvad angår det ansøgte varemærke har ordene »Beverly Hills«, som henviser til et bestemt geografisk sted, der er kendt af den pågældende kundekreds, ud over at de ikke har nogen beskrivende værdi for de pågældende varer, en vigtig semantisk værdi i tilgift til den, som det mandlige fornavn Giorgio har, hvorved disse sammen danner et begrebsmæssigt hele, som er forskelligt fra de ældre varemærker.

50 For det andet bemærkes, at det ikke er muligt med ord som »giorgi« og »giorgio« at kendetegne parfumerivarer og kosmetiske midler, således som sagsøgeren hævder. Som anført af appelkammeret, tænker forbrugerne ikke, når henses til hyppigheden af de reelle eller formodede italienske navne, som anvendes inden for parfumebranchen, og til, at de er vant til varemærker, som indeholder sådanne bestanddele, hver gang, når et navn af en sådan type forekommer i et varemærke sammen med andre ord- eller figurbestanddele, på, at det angiver, at de varer, som det anvendes for, alle hidrører fra samme producent (den anfægtede afgørelses punkt 17).

51 Følgelig har appelkammeret med rette antaget, at der ikke i begrebsmæssig henseende er noget sammenfald mellem de pågældende tegn.

52 Selv om de produkter, som er omfattet af de omtvistede varemærker i den foreliggende sag antages at være af samme art eller ligne hinanden, udgør de visuelle, fonetiske og begrebsmæssige forskelle mellem mærkerne tilstrækkelig grund til at afvise risikoen for forveksling hos den relevante kundekreds (jf. i denne retning Rettens dom af 12.12.2002, sag T-110/01, Vedial mod KHIM — France Distribution (HUBERT), Sml. II, s. 5275, præmis 63).

53 Endelig er de afgørelser fra Tribunal Supremo, som sagsøgeren har henvist til, ikke relevante for sagen, således som det er gjort gældende af Harmoniseringskontoret. Det skal herom bemærkes, at lovligheden af appelkammerets afgørelser skal vurderes udelukkende på grund af forordning nr. 40/94, som denne fortolkes af Fællesskabets retsinstanser, og ikke på grundlag af tidligere retspraksis ved en national domstol i en medlemsstat.

54 Under hensyn til de anførte betragtninger har appelkammeret med rette antaget, at der ikke er nogen risiko for forveksling mellem det ansøgte varemærke GIORGIO BEVERLY HILLS og de ældre spanske varemærker J GIORGI (nr. 1 160 413), MISS GIORGI (nr. 1 747 374) og GIORGI LINE (nr. 1 747 375 og nr. 1 789 484). Følgelig må anbringendet om, at artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 er tilsidesat, forkastes.

55 Sagsøgte må derfor frifindes.

Sagens omkostninger

56 I henhold til procesreglementets artikel 87, stk. 2, pålægges det den tabende part at betale sagens omkostninger, hvis der er nedlagt påstand herom. Sagsøgeren har tabt sagen og bør derfor dømmes til at betale de omkostninger, der er afholdt af Harmoniseringskontoret, i overensstemmelse med dettes påstand.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Fjerde Afdeling)

1) **Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) frifindes.**

2) **Sagsøgeren betaler sagens omkostninger.**

Tiili Mengozzi Vilaras

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 9. juli 2003.

H. Jung V. Tiili

Justitssekretær Afdelingsformand