PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS

(pirmā palāta)

2005. gada 28. jūnijā *

Lieta T-301/03

Canali Ireland Ltd, Dublina (Īrija), ko pārstāv K. Gīlens [*C. Gielen*] un O. Šmutcers [*O. Schmutzer*], advokāti,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv A. Apostolake [*A. Apostolakis*] un S. Laitinena [*S. Laitinen*], pārstāves,

atbildētājs,

* Tiesvedības valoda — angļu.

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

Canal Jean Co. Inc., Ņujorka, Ņujorkas štats (ASV), ko pārstāv M. Kovers [*M. Cover*], *solicitor*,

par prasību par ITSB Apelāciju otrās padomes 2003. gada 17. jūnija lēmumu (lieta R 103/2002-2) iebildumu procesā Nr. 78859 starp *Canali SpA* un *Canal Jean Co. Inc.*

EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA (pirmā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs Dž. D. Kuks [*J. D. Cooke*], tiesneses I. Labucka un V. Trstenjaka [*V. Trstenjak*],

sekretāre B. Pastora [B. Pastor], sekretāra palīdze,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 29. augustā,

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

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 15. decembrī,

ņemot vērā replikas rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada 2. februārī,

pēc tiesas sēdes 2005. gada 15. februārī

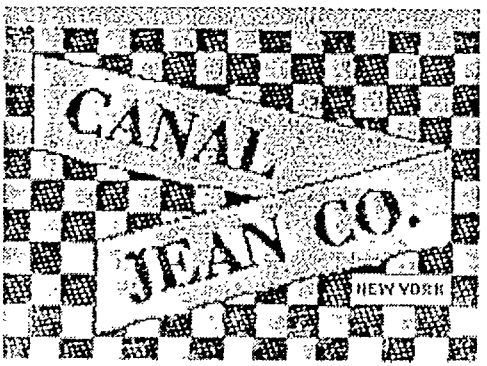
pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

1 1996. gada 22. novembrī persona, kas iestājusies lietā, 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 tika pieteikta šāda grafiska preču zīme:



3 Reģistrācijas pieteikumā norādītās preces un pakalpojumi ietilpst 25. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un atbilst šādam aprakstam: "Apģērbi; apavi; galvassegas".

4 1998. gada 8. jūnijā preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* ["Kopienas Preču Zīmju Biļetenā"] Nr. 42/98.

5 1998. gada 3. septembrī *Canali SpA*, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 42. panta 1. punktu, iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju, atsaucoties uz to, ka pastāv pieteiktās preču zīmes un *Canali SpA* piederošās agrākās preču zīmes sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē.

6 Agrākā preču zīme, uz kuru atsaucas, lai pamatotu iebildumus, ir vārdiska preču zīme "CANALI" un attiecas uz precēm vai pakalpojumiem, kuri ietilpst 3., 6., 9., 14., 16., 18., 20., 25., 34. un 42. klasē.

7 *Canali SpA* savus iebildumus cēla pret visām Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm.

8 Ar 2001. gada 27. novembra lēmumu Iebildumu nodaļa iebildumus apmierināja un atteica pieteiktās preču zīmes reģistrāciju, kā motīvu minot, ka ievērojamai asociēšanas iespējai ir pārsvars pār attiecīgo apzīmējumu zemo līdzības pakāpi un tā izraisa sajaukšanas iespēju, jo abu preču zīmju apzīmētās preces ir identiskas un agrākajai preču zīmei ir augsta atšķirtspēja.

9 2002. gada 25. janvārī persona, kas iestājusies lietā, saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 57., 58. un 59. pantu un 48. noteikumu Komisijas 1995. gada 13. decembra Regulā (EK) Nr. 2868/95, ar ko īsteno Padomes Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi, (OV L 303, 1. lpp.) iesniedza apelāciju, lūdzot atcelt minēto lēmumu, jo ir pārkāpts Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts.

10 Ar 2003. gada 17. jūnija lēmumu (turpmāk tekstā — "Apstrīdētais lēmums") ITSB Apelāciju otrā padome apelāciju apmierināja.

Process un lietas dalībnieku prasījumi

11 Pēc tiesneša referenta ziņojuma Pirmās instances tiesa (pirmā palāta) nolēma sākt mutvārdu procesu un procesa organizatorisko pasākumu ietvaros lūdza lietas dalībniekus atbildēt uz vairākiem jautājumiem. Pirmkārt, tā aicināja lietas dalībniekus iesniegt savus apsvērumus par prasības pieņemamību, ņemot vērā, ka lietā ITSB piedalījās *Canali SpA*, nevis prasītāja. Lietas dalībnieki savus apsvērumus iesniedza noteiktajā termiņā. Pirmās instances tiesa arī lūdza ITSB un personu, kas iestājusies lietā, apstiprināt, ka, ņemot vērā prasītājas šajā tiesvedībā iesniegtos dokumentus, *Canali Ireland Ltd* faktiski bija *Canali SpA*. tiesību pārņēmēja attiecībā uz administratīvajiem pasākumiem ITSB. ITSB to apstiprināja. Persona, kas iestājusies lietā, pret to neiebilda.

12 Lietas dalībnieku mutvārdu paskaidrojumi un atbildes uz uzdotajiem mutvārdu jautājumiem tika uzklausītas tiesas sēdē 2005. gada 15. februārī.

13 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt Apstrīdēto lēmumu;

— apmierināt iebildumus, kas celti pret reģistrācijas pieteikumu, un atteikt preču zīmes reģistrāciju kopumā un/vai uzdot jebkādu pasākumu, kas tai liktos piemērots;

— piespriest personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

14 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— prasību noraidīt;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

15 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— prasību noraidīt;

— pieņemt tai labvēlīgu lēmumu par tiesāšanās izdevumiem, kas saistīti ar iestāšanos lietā.

Par pieņemamību

Lietas dalībnieku argumenti

16 Rakstveida procesa laikā ITSB un persona, kas iestājusies lietā, uzsvēra, ka prasītāja nebija procesa ITSB dalībniece un ka tā apgalvoja, ka ir agrākās preču zīmes "CANALI" jaunā īpašniece. Šie lietas dalībnieki uzskatīja, ka, pirmkārt, prasītāja nav pierādījusi, ka tai ir tiesības celt šo prasību, un, otrkārt, prasības pieteikumam pievienotais atsavināšanas akts neattiecas uz agrāko preču zīmi, uz kuru atsaucas iebildumu procesā.

17 Savā replikas rakstā prasītāja izklāsta, ka, lai gan atsavināšanas aktā nav minēts agrākās preču zīmes "CANALI" sākotnējais reģistrācijas numurs, tajā jebkurā gadījumā ir norādīts šīs preču zīmes atjaunošanas apliecības numurs un datums (Nr. 822119, 1999. gada 3. maijs). *Ufficio marchi e brevetti* (Itālijas Preču zīmju un patentu birojs) datu bāzē parādās pēdējās atjaunošanas numurs, jo atjaunošanas apliecībā norādītas agrākās atjaunotās reģistrācijas. Atjaunošanas apliecībā ir skaidri norādīts, ka tā attiecas uz Itālijas preču zīmes "CANALI", kas pirmoreiz reģistrēta 1989. gada 2. oktobrī ar numuru 513948, proti, uz agrākās preču zīmes, uz kuru atsaucas iebildumu pamatošanai, atjaunošanu.

Pirmās instances tiesas vērtējums

18 Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punkts noteic, ka prasību pret Apelāciju padomes lēmumu "var celt jebkura lietas izskatīšanas procesā Apelāciju padomē iesaistīta puse, ko nelabvēlīgi ietekmējis padomes lēmums".

19 Pirmās instances tiesa uzskata, ka agrākās preču zīmes jaunie īpašnieki atbilstoši Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punktam var celt prasību Pirmās instances tiesā un tiem ir jāļauj būt par lietas dalībniekiem, ja vien tie ir pierādījuši, ka tiem ir tiesības, uz kurām tika izdarīta atsauce ITSB.

20 Pirmās instances tiesa uzskata, ka, tā kā agrākās Itālijas preču zīmes jaunais īpašnieks ir pierādījis attiecīgās preču zīmes atsavināšanu viņam par labu un ITSB ir reģistrējis, ka pēc procesa Apelāciju padomē *Canali SpA* par labu prasītājai atsavināja Itālijas preču zīmi "CANALI", tad prasītāja uzskatāma par procesa ITSB dalībnieci.

Par lietas būtību

21 Attiecībā uz pirmo prasījumu, proti, prasījumu atcelt Apstrīdēto lēmumu, prasītāja izvirza vienu pamatu — apgalvojumu par Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

Lietas dalībnieku argumenti

22 Prasītāja apgalvo, ka Apstrīdētais lēmums nav pamatots, jo Apelāciju padome kļūdaini secinājusi, ka abu preču zīmju sajaukšanas iespēja nepastāv.

23 Kas attiecas uz apzīmējumu līdzību, prasītāja uzskata, ka, ņemot vērā lietā figurējošo preču un preču zīmju līdzību, sajaukšanas iespēja ir jānosaka, vadoties pēc vērā ņemamās sabiedrības daļas, proti, Itālijas vidusmēra patērētājiem.

24 Kas attiecas uz lietā figurējošajiem apzīmējumiem, prasītāja apgalvo, ka termins "canal" ir pieteiktās preču zīmes dominējošais vārdiskais elements un ir ļoti līdzīgs agrākajai preču zīmei. Prasītāja uzskata, ka pieteiktās preču zīmes papildu elementi ir pārāk bieži sastopami, lai tiem būtu izšķiroša loma, kas Itālijas vidusmēra patērētājiem liktu tos uztvert kā atšķirtspējīgus elementus.

25 Pirmkārt, prasītāja atzīst, ka no vizuālā viedokļa pieteiktajā preču zīmē ietilpst vairāki no agrākās preču zīmes atšķirīgi elementi.

26 Otrkārt, prasītāja apgalvo, ka aplūkojamie apzīmējumi ir līdzīgi no fonētiskā viedokļa. Pieminot personas, kas iestājusies lietā, preces, patērētāji, gan savstarpēji, gan sarunājoties ar mazumtirgotāju, tās gandrīz noteikti apzīmēs kā "canal" vai "canal jean(s)". Tātad elements "canal" ir pieteiktās preču zīmes iespaidīgākais elements.

27 Treškārt, prasītāja uzskata, ka apzīmējumi ir līdzīgi no konceptuālā viedokļa. Termina "canali" nozīme ir "kanāli", un liels patērētāju skaits terminu "canal", kas ietilpst pieteiktajā preču zīmē, asociē ar kanāla ideju, kāda arī ir šī termina nozīme vairākos Ziemeļitālijas dialektos.

28 Ceturtkārt, ņemot vērā aplūkojamo apzīmējumu konceptuālo un fonētisko līdzību, pieteikumā iekļautie, no vizuālā viedokļa atšķirīgie elementi nevar izslēgt sajaukšanas iespēju.

29 Prasītāja turklāt norāda, ka apģērbu nozarē bieži nākas sastapties ar to, ka viena un tā pati preču zīme tiek atspoguļota dažādi, vadoties pēc preces veida, kura ar to ir marķēta, un ka viens un tas pats apģērbu ražotājs izmanto pakārtotas preču zīmes.

30 Visbeidzot, prasītāja apgalvo, ka pastāv aplūkojamo apzīmējumu sajaukšanas iespēja, jo agrākajai preču zīmei ir augsta atšķirtspēja un attiecīgās preces ir identiskas vai ļoti līdzīgas.

31 ITSB savukārt apgalvo, ka abas preču zīmes ievērojami atšķiras. Tas uzsver — prasītāja secina, ka apzīmējumi ir līdzīgi, koncentrējoties tikai un vienīgi uz pieteiktās preču zīmes vārdisko elementu "canal" un ignorējot, vismaz no fonētiskā un konceptuālā viedokļa, pārējās preču zīmes sastāvdaļas.

32 Tas norāda, ka šis bija galvenais arguments, uz kuru Apstrīdētajā lēmumā balstījās Apelāciju padome, kas, secinot, ka reģistrācijai pieteikta preču zīme un agrākā preču zīme ir līdzīgas, uzskatīja, ka būtu radikāli jāsadala reģistrācijai pieteiktā preču zīme, ko patērētāji diez vai mēģinātu vai, vēl jo mazāk, īstenotu. No tā izriet, ka pretēji prasītājas apgalvotajam, salīdzinot apzīmējumus, ir jāņem vērā arī reģistrācijai pieteiktās preču zīmes papildu elementi, jo dažiem no tiem zināmā mērā piemīt raksturīgā atšķirtspēja.

33 Salīdzinot attiecīgos apzīmējumus, ITSB secina, ka no vizuālā viedokļa reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietilpst dažas no agrākās preču zīmes atšķirīgas sastāvdaļas. Rūtiņu zīmējums un papildu vārdi "jean co. New York", kas ietilpst reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē, noteikti atsver līdzību starp agrāko preču zīmi "CANALI" un reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vārdu "canal".

34 Fonētiski reģistrācijai pieteikto preču zīmi izrunā "Canal Jean Co. New York", jo, nosaucot apzīmējumu, grafiskās sastāvdaļas parasti neizrunā. Protams, pastāv dažas konfliktējošo apzīmējumu līdzības, ņemot vērā, ka pieci no sešiem agrākās preču zīmes "CANALI" burtiem sakrīt ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vārdu "canal". Tomēr, tā kā šajā preču zīmē ietilpst četri papildu vārdi, tad patērētāji, nosaucot preču zīmi, tos pilnībā neignorēs, šādi to fonētiski atšķirot no agrākās preču zīmes.

35 Konceptuāli agrāko preču zīmi varētu uztvert kā personvārdu vai kā itāļu vārda "canale" daudzskaitļa formu. Īpaši ņemot vērā aplūkojamās preces, proti — apģērbu, un attiecīgo tirgu, proti — Itālijas modes sektoru, kurā uzvārdus lieto ļoti plaši, būtu vairāk nekā iespējams, ka Itālijas patērētājs uztvertu šo preču zīmi drīzāk kā uzvārdu, nevis kā iepriekš minēto terminu. No otras puses, aplūkojot to kopumā un abstrahējoties no dominējošiem elementiem, reģistrācijai pieteikto preču zīmi uztvertu kā tādu, kas apzīmē komercsabiedrību un pilsētu.

36 ITSB apgalvo, ka konkrētajā gadījumā preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītās preces ir apģērbi, apavi un galvassegas, proti — preces, ko parasti nepasūta vai neapzīmē mutvārdos, bet ko patērētāji izvēlas, vadoties pēc to veidola, kvalitātes, krāsas un izmēra. Šīs preces parasti tiek iepazītas un pielaikotas pirms pirkuma. Ir acīmredzami, ka preču zīmes fonētiskais un konceptuālais iespaids ir mazsvarīgāks. No tā izriet, ka īpaša nozīme ir aplūkojamo apzīmējumu vizuālajām atšķirībām.

37 Tādējādi ITSB secina — Apelāciju padome pamatoti nolēmusi, ka konfliktējošie apzīmējumi kopumā nav līdzīgi.

38 Attiecībā uz iespēju, ka sabiedrība varētu domāt, ka attiecīgās preces nāk no viena un tā paša uzņēmuma, ITSB uzreiz norāda — reģistrācijai pieteiktā preču zīme nereproducē agrāko preču zīmi. Pakārtotajai preču zīmei pēc definīcijas vajadzētu iekļaut pašu sākotnējo preču zīmi. Turpinot ITSB norāda, ka reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē pilnīgi noteikti ir pārāk daudz papildu elementu, lai patērētāji varētu domāt, ka ir runa par prasītājas pakārtoto preču zīmi. Lai patērētāji saskatītu saikni starp galveno preču zīmi un pakārtoto preču zīmi, tajā būtu jāietver norāde par apģērba veidu, ko ar šo pakārtoto preču zīmi plānots laist tirdzniecībā.

39 Visbeidzot, kas attiecas uz izmantošanas rezultātā iegūto agrākās preču zīmes atšķirtspēju, ITSB norāda, ka Apelāciju padome Apstrīdētajā lēmumā neaplūkoja jautājumu par to, vai Iebildumu nodaļas sniegtais vērtējums bija pareizs, bet gan drīzāk saistībā ar "procesuālās ekonomijas apsvērumiem" norādīja, ka agrākajai preču zīmei bija izteikta atšķirtspēja. Tā kā prasītāja šo apgalvojumu neapstrīdēja, šis jautājums šī procesa priekšmetā neietilpst.

40 No visa iepriekš minētā izriet, ka Apelāciju padome pamatoti nolēma — tā kā apzīmējumi nav līdzīgi un, neskatoties uz attiecīgo preču identiskumu vai līdzību un agrākās preču zīmes iegūto izteikto atšķirtspēju, sabiedrībai sektorā, kurā agrākā preču zīme ir aizsargāta, sajaukšanas iespēja nepastāv.

41 Persona, kas iestājusies lietā, arī uzskata, ka lietā figurējošo preču zīmju sajaukšanas iespēja nepastāv un atbalsta ITSB argumentus. Persona, kas iestājusies lietā, piebilst, ka ikviena reģistrācijai pieteiktās preču zīmes sastāvdaļa rosina domāt par Ņujorkas apģērbu uzņēmumu, kas saistīts ar *Canal Street* modes kvartālu. Apvienojot visas sastāvdaļas, sinerģiski rodas unikāls kopējais iespaids, kas skaidri atšķiras no agrākās Kopienu preču zīmes.

Pirmās instances tiesas vērtējums

42 Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts noteic, ka pēc agrākās preču zīmes īpašnieka iebildumiem reģistrācijai pieteikto preču zīmi nereģistrē, "ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīme, identiskuma vai līdzības dēļ pastāv iespēja maldināt sabiedrību tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme [ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīme, identiskuma

vai līdzības dēļ sabiedrībai tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv to sajaukšanas iespēja]"; "iespēja maldināt" [sajaukšanas iespēja] ietver "asociāciju iespēju ar agrāko preču zīmi". Turklāt saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) punktu "agrākas preču zīmes" ir dalībvalstī reģistrētas preču zīmes, par kurām pieteikums ir iesniegts pirms Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas.

43 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja ir iespēja, ka sabiedrība varētu domāt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, ekonomiski saistītiem uzņēmumiem.

44 Saskaņā ar šo pašu judikatūru sajaukšanas iespēja ir vērtējama visaptveroši, atbilstoši tam, kā vērā ņemamā sabiedrības daļa uztver attiecīgās 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 minēto judikatūru).

45 Konkrētajā lietā, ņemot vērā, ka agrākā preču zīme ir reģistrēta Itālijā un ka preces ir plaša patēriņa preces, proti — apģērbi, sabiedrības daļa, kas ņemama vērā, lai novērtētu sajaukšanas iespēju, ir Itālijas vidusmēra patērētāji.

46 Nav noliedzams, ka preces, kas apzīmētas ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, un preces, uz kurām attiecas agrākā preču zīme, ir vismaz līdzīgas. Tāpēc attiecīgie apzīmējumi ir jāsalīdzina no vizuālā, fonētiskā un konceptuāla viedokļa.

47 Attiecībā uz preču zīmju vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz to radīto kopējo iespaidu, it īpaši, ņemot vērā to atšķirīgos un dominējošos elementus (Pirmās instances tiesas 2003. gada 14. oktobra spriedums lietā T-292/01 *Phillips-Van Heusen*/ITSB — *Pash Textilvertrieb und Einzelhandel* ("BASS"), *Recueil*, II-4335. lpp., 47. punkts).

48 Pirmkārt, salīdzinot vizuāli, Apelāciju padome nolēma, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme būtu radikāli jāsadala, lai nonāktu pie secinājuma, ka ir salīdzināmi vienīgi elementi "canal" un "canali" (Apstrīdētā lēmuma 21. punkts). Reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietilpst vairāki vienlaikus vārdiski un grafiski elementi, proti — "jean", "co.", "New York" un rūtiņu zīmējums, kas to atšķir no preču zīmes, uz kuru atsaucas iebildumos. Šie elementi palīdzēs patērētājam ar ne visai labu atmiņu izšķirt attiecīgās preču zīmes. Šādi patērētājs varēs atcerēties reģistrācijai pieteiktās preču zīmes preces kā Ņujorkas uzņēmuma preces vai kā tādas, uz kurām ir rūtiņu zīmējums.

49 Pirmās instances tiesa norāda — tas, ka agrākā preču zīme un reģistrācijai pieteiktā preču zīme ietver vārdus "canali" un "canal", kuriem ir zināma līdzība, minimāli iespaido attiecīgo apzīmējumu visaptverošo vērtējumu un ar to vien nepietiek, lai secinātu, ka minētie apzīmējumi ir vizuāli līdzīgi.

50 Tā kā reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietilpst arī citi vārdiski elementi, proti, vārdi "jean", "co." un "New York", katra apzīmējuma radītais kopējais iespaids ir atšķirīgs. Turklāt reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietilpst grafisks elements — rūtiņu zīmējums. Tāpēc Pirmās instances tiesa atgādina, ka saskaņā ar judikatūru (iepriekš minētais spriedums "GIORGIO BEVERLY HILLS", 33. punkts) vidusmēra patērētājs parasti uztver preču zīmi kā vienotu veselumu un neanalizē tās dažādās sastāvdaļas.

51 No tā izriet, ka Apelāciju padome pamatoti uzskatīja — ar atšķirībām starp attiecīgajiem apzīmējumiem pietiek, lai secinātu, ka apzīmējumi nav līdzīgi, vizuāli tos aplūkojot kopumā.

52 Otrkārt, kas attiecas uz fonētisko salīdzinājumu, Apelāciju padome lietā figurējošos apzīmējumus nav īpaši analizējusi. Tā tikai norādīja, ka elementi "jean", "co." un "New York" arī pastiprina konfliktējošo preču zīmju fonētiskās atšķirības (Apstrīdētā lēmuma 21. punkts).

53 Šajā sakarā ir jāmin, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme sastāv no sešām zilbēm, no kurām tikai viena, proti, zilbe "ca", ir tāda pati kā agrākajā preču zīmē, kas sastāv no trīs zilbēm. Pieci no sešiem burtiem vārdā "canali", kas ietilpst agrākajā preču zīmē, sakrīt ar pirmo reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vārdu, proti, "canal". Pirmās instances tiesa tāpēc uzskata — tā kā reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietilpst četri papildu vārdi, ir maz ticams, ka patērētāji tos neņemtu vērā, un tāpēc tie, nosaucot preču zīmi, atšķirs agrāko preču zīmi.

54 Pirmās instances tiesa uzskata, ka prasītāja šajā sakarā nepamatoti atsaucas uz Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedumiem lietā T-104/01 *Oberhauser*/ITSB — *Petit Liberto* ("Fifties") (*Recueil*, II-4359. lpp.) un lietā T-6/01 *Matratzen Concord*/ITSB — *Hukla Germany* ("MATRATZEN") (*Recueil*, II-4335. lpp.), kuros Pirmās instances tiesa konstatēja, ka visos apzīmējumos ietilpa dominējošais vārdiskais elements "fifties". Turpretim konkrētajā lietā reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ietilpst tikai agrākās preču zīmes pirmā vārda daļa.

55 Šajā sakarā — kā ITSB to pamatoti norādīja — abu preču zīmju fonētiskās līdzības pakāpei ir minimāla nozīme, runājot par precēm, kuru tirdzniecības veids parasti rosina mērķauditoriju, veicot pirkumu, vizuāli uztvert preču zīmi, kas apzīmē šīs preces. Tā tas noteikti ir apģērbu gadījumā (iepriekš minētā sprieduma "BASS" 55. punkts).

56 Tātad lietā figurējošiem apzīmējumiem ir mazāk kopīgu nekā atšķirīgu fonētisko elementu. Tāpēc attiecīgās preču zīmes fonētiski nav līdzīgas.

57 Visbeidzot, kas attiecas uz abu apzīmējumu salīdzinājumu no konceptuālā viedokļa, Apelāciju padome nav veikusi apzīmējumu vērtējumu, bet gan norādījusi, ka iepriekš minētie elementi pastiprina preču zīmju konceptuālās atšķirības.

58 Agrākā preču zīme "CANALI" drīzāk tiks uztverta kā daudzskaitļa forma itāļu valodas vārdam "canale", kas nozīmē "kanāls", vai personvārds, ar ko ļoti bieži nākas sastapties itāļu modes sektorā.

59 Vērā ņemamais patērētāju loks vārdu "canal" uztvers kā angļu valodas vārdu, kas nozīmē "kanāls". Vārdu "jean" var saprast kā tādu, kas piemin vienu no precēm, uz kurām attiecas reģistrācijai pieteiktā preču zīme. Attiecīgā sabiedrības daļa elementā "co." atpazīs angļu valodas vārda "company" saīsinājumu. Vārdi "New York" savukārt ir attiecīgās preces neaprakstoša ģeogrāfiska norāde, un tai ir semantiska nozīme, ko apvienojumā ar vārdiem "canal jean co." Itālijas sabiedrība uztvers kā norādi uz Ņujorkā dibinātu apģērbu uzņēmumu. Kas attiecas uz grafisko elementu, kas atspoguļo dambretes rūtis, nav atzīstams personas, kas iestājusies lietā, arguments, saskaņā ar kuru sabiedrība to asociēs ar taksometriem vai ar *Canal Street* kvartālu Ņujorkā. Katrā ziņā, apskatīta kopumā, reģistrācijai pieteiktā preču zīme no konceptuālā viedokļa rada iespaidu, kas atšķiras no agrākās preču zīmes.

60 Tāpēc Apelāciju padome pamatoti secināja, ka nepastāv attiecīgo apzīmējumu konceptuālā līdzība.

61 Kas attiecas uz prasītājas argumentu, saskaņā ar kuru apģērbu nozarē bieži nākas sastapties ar to, ka viena un tā pati preču zīme tiek dažādi atspoguļota, vadoties pēc preces veida, kas ar to ir marķēta, un ka viens un tas pats apģērbu ražotājs vienam un tam pašam apģērbam izmanto pakārtotas preču zīmes, Pirmās instances tiesa uzskata, ka attiecīgo preču zīmju līdzības pakāpe nav pietiekami augsta, lai secinātu, ka sabiedrība var domāt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, ekonomiski saistītiem uzņēmumiem (šajā sakarā skat. Tiesas 1998. gada 29. septembra spriedumu lietā C-39/97 *Canon, Recueil*, I-5507. lpp., 29. punkts, un 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 17. punkts; iepriekš minētā sprieduma "Fifties" 25. punktu).

62 Runājot par agrākās preču zīmes izteikto atšķirtspēju, tā kā konfliktējošos apzīmējumus nevarēja uzskatīt par līdzīgiem no vizuālā, fonētiskā un konceptuāla viedokļa, šis aspekts nevar ietekmēt sajaukšanas iespējas visaptverošo vērtējumu (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 22. oktobra spriedumu lietā T-311/01 *Éditions Albert René*/ITSB — *Trucco* ("Starix"), *Recueil*, II-4625. lpp., 61. punkts).

63 Visu šo iemeslu dēļ Pirmās instances tiesa uzskata, ka Apelāciju padome Apstrīdētā lēmuma 21. punktā pamatoti secināja — vērā ņemamās sabiedrības daļas uztverē nepastāv reģistrācijai pieteiktās preču zīmes un agrākās preču zīmes sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta nozīmē.

64 Ņemot vērā atšķirības starp attiecīgajām preču zīmēm, šo secinājumu nevar atspēkot fakts, ka preces, uz kurām attiecas reģistrācijai pieteiktā preču zīme, ir identiskas agrākās preču zīmes precēm.

65 Tātad prasītājas pamats — apgalvojums par Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu — nav pamatots.

66 No tā izriet, ka pirmais prasījums atcelt Apstrīdēto lēmumu ir jānoraida.

67 Kas attiecas uz otro prasījumu Pirmās instances tiesai — apmierināt iebildumus, kas celti pret pieteikumu, un noraidīt reģistrācijas pieteikumu kopumā, — no dažādo prasītājas lūgumu konteksta izriet, ka šis prasījums iepriekš paredz, ka vismaz daļēji tiek apmierināta prasība atcelt lēmumu un ka tas tātad tiek izvirzīts tikai gadījumā, ja tiek apmierināts pirmais prasības prasījums.

68 Kā izriet no iepriekš 65. punktā minētā, nav neviena iemesla atcelt Apstrīdēto lēmumu. Tāpēc nav jālemj par otrā prasījuma pieņemamību vai pamatotību.

Par tiesāšanās izdevumiem

69 Atbilstoši Pirmās instances tiesas Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums nav labvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājai spriedums nav labvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt ITSB un personas, kas iestājusies lietā, tiesāšanās izdevumus saskaņā ar to prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA
(pirmā palāta)

nospriež:

1) prasību noraidīt;

2) prasītāja atlīdzina tiesāšanās izdevumus.

Cooke Labucka Trstenjak

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2005. gada 28. jūnijā.

Sekretārs

H. Jung

Priekšsēdētājs

J. D. Cooke