SODBA SODIŠČA PRVE STOPNJE (prvi senat)

z dne 28. junija 2005*

V zadevi T-301/03,

Canali Ireland Ltd, s sedežem v Dublinu (Irska), ki jo zastopata C. Gielen in O. Schmutzer, odvetnika,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga zastopata A. Apostolakis in S. Laitinen, zastopnika,

tožena stranka,

* Jezik postopka: angleščina.

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe UUNT, intervenientka pred Sodiščem prve stopnje, je

Canal Jean Co. Inc., s sedežem v New Yorku (Združene države), ki jo zastopa M. Cover, solicitor,

zaradi tožbe zoper odločbo drugega senata za pritožbe UUNT z dne 17. junija 2003 (zadeva R 103/2002-2) v zvezi s postopkom z ugovorom št. 78859 med Canali SpA. in Canal Jean Co. Inc.,

SODIŠČE PRVE STOPNJE EVROPSKIH SKUPNOSTI (prvi senat),

v sestavi J. D. Cooke, predsednik, I. Labucka in V. Trstenjak, sodnici,

sodna tajnica: B. Pastor, namestnica sodnega tajnika,

na podlagi tožbe, vložene v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 29. avgusta 2003,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je UUNT vložil v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 17. decembra 2003,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je intervenientka vložila v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 15. decembra 2003,

na podlagi replike, vložene v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 2. februarja 2004,

na podlagi obravnave z dne 15. februarja 2005

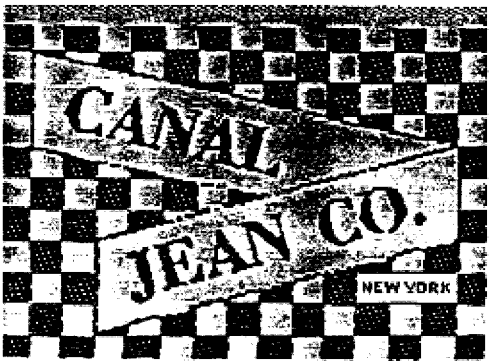
izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

1 Intervenientka je 22. novembra 1996 pri Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT) vložila zahtevo za registracijo znamke Skupnosti na podlagi Uredbe (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), kot je bila spremenjena.

2 Registracija se je zahtevala za spodaj prikazano figurativno znamko:



3 Označeni proizvodi in storitve, za katere se je zahtevala registracija, sodijo v razred 25 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev za klasifikacijo znamk z dne 15. junija 1957, kot je bil revidiran in spremenjen, ter naj bi ustrezali opisu: „Oblačila; obutev; pokrivala".

4 Zahteva za registracijo je bila objavljena v *Biltenu znamk Skupnosti* št. 42/98 z dne 8. junija 1998.

5 Canali SpA je 3. septembra 1998 vložila ugovor zoper zahtevano registracijo na podlagi člena 42(1)(b) Uredbe št. 40/94 zaradi obstoja verjetnosti zmede glede prijavljene znamke in prejšnje znamke v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

6 Prejšnja znamka, na katero se opira ugovor, je besedna znamka Canali in se nanaša na proizvode in storitve iz razredov 3, 6, 9, 14, 16, 18, 20, 25, 34 in 42.

7 Canali SpA je vložila ugovor zoper vse proizvode, označene v prijavi znamke Skupnosti.

8 Oddelek za ugovore je z odločbo z dne 27. novembra 2001 ugodil ugovoru in zavrnil registracijo prijavljene znamke z obrazložitvijo, da je glede na enakost proizvodov, označenih z vsako od znamk, in višji razlikovalni učinek prejšnje znamke prevladala visoka verjetnost povezave nad nizko stopnjo podobnosti med znaki in vodila do verjetnosti zmede.

9 Intervenientka je 25. januarja 2002 vložil pritožbo na podlagi členov 57, 58 in 59 Uredbe št. 40/94 ter Pravila 48 Uredbe Komisije (ES) št. 2868/95 z dne 13. decembra 1995 za izvedbo Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 o znamki Skupnosti (UL L 303, str. 1), s katero je zahteval razveljavitev odločbe zaradi kršitve člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

10 Z odločbo z dne 17 junija 2003 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) je drugi odbor za pritožbe UUNT ugodil pritožbi.

Postopek in predlogi strank

11 Na podlagi poročila sodnika poročevalca je Sodišče prve stopnje (prvi senat) začelo ustno obravnavo in v okviru ukrepov procesnega vodstva zahtevalo od strank odgovore na določena vprašanja. Najprej je povabilo stranke, naj predložijo stališča o dopustnosti tožbe glede na to, da je bila intervenientka pred UUNT družba Canali SpA in ne tožeča stranka. Stranke so predstavile stališča v predpisanih rokih. Glede na dokumente, ki jih je tožeča stranka predložila med tem postopkom, je Sodišče prve stopnje tudi zaprosilo UUNT in intervenientko za potrditev, da je Canali Ireland Ltd dejansko vstopila v pravice Canali SpA. glede upravnih ukrepov pred UUNT. UNNT je to potrdil. Intervenientka temu ni ugovarjala.

12 Stranke so bile zaslišane in so odgovarjale na vprašanja, ki jim jih je zastavilo Sodišče prve stopnje na obravnavi 15. februarja 2005.

13 Tožeča stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

— razveljavi izpodbijano odločbo;

— ugodi ugovoru, vloženemu zoper zahtevo za registracijo, in zavrne zahtevo za registracijo znamke v celoti in/ali odredi ukrepe, za katere meni, da so primerni;

— naloži intervenientki plačilo stroškov.

14 UUNT Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

— zavrne tožbo;

— tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

15 Intervenientka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

— zavrne tožbo

— odloči v njegovo korist glede stroškov intervencije.

Dopustnost

Trditve strank

16 V pisnem postopku sta UUNT in intervenientka poudarila, da tožeča stranka ni bila stranka v postopku pred UUNT in da je trdila, da je nov imetnik prejšnje znamke CANALI. Menita, da tožeča stranka ni legitimirana za vložitev te tožbe in da se pogodba o prenosu, priložena tožbi, ne nanaša na prejšnjo znamko, na katero se opira postopek z ugovorom.

17 V repliki tožeča stranka razloži, da v pogodbi o prenosu sicer ni omenjena prvotna številka prijave prejšnje znamke CANALI, sta pa v vsakem primeru omenjena številka in datum potrdila o podaljšanju te znamke (št. 822 119 z dne 3. maja 1999). Iz podatkovne baze Ufficio marchi e breveti (italijanski urad za znamke in patente) naj bi bila sporočena zadnja številka podaljšanja, saj so v potrdilu o podaljšanju navedene prejšnje registracije, ki so bile podaljšane. Potrdilo o podaljšanju naj bi jasno prikazovalo, da se nanaša na podaljšanje italijanske znamke CANALI, prva številka prijave 513.948 z 2. oktobra 1989, ki je prejšnja znamka, na katero se opira ugovor.

Presoja Sodišča prve stopnje

18 Člen 63(4) Uredbe št. 40/94 določa, da lahko tožbo proti odločbi odbora za pritožbe „vloži vsaka stranka v postopku, prizadeta z odločitvijo odbora za pritožbe".

19 Sodišče prve stopnje meni, da lahko novi imetniki prejšnje znamke vložijo tožbo pred Sodiščem prve stopnje na podlagi člena 63(4) Uredbe št. 40/94 in da jih je treba sprejeti kot stranke v postopku, ko so dokazale, da so imetniki pravice, na katero se sklicujejo pred UUNT.

20 Sodišče prve stopnje meni, da ker je novi imetnik prejšnje italijanske znamke predložil dokaz o prenosu zadevne znamke nanj in ker je UUNT zabeležil prenos italijanske znamke CANALI Canali SpA na tožečo stranko po postopku pred odborom za pritožbe, je tožeča stranka stranka v postopku pred UUNT.

Temelj

21 Glede prvega predloga za razveljavitev izpodbijane odločbe tožeča stranka navaja en tožbeni razlog, to je kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

Trditve strank

22 Tožeča stranka trdi, da izpodbijana odločba ni utemeljena, saj je odbor za pritožbe napačno sklepal, da ni mogoča verjetnost zmede glede dveh znamk.

23 Glede podobnosti med znaki tožeča stranka meni, da je treba glede na podobnost zadevnih proizvodov in znamk verjetnost zmede ugotoviti z upoštevanjem upoštevne javnosti, v tem primeru povprečnih potrošnikov v Italiji.

24 Glede zadevnih znakov tožeča stranka navaja, da je beseda „canal" prevladujoč besedni element prijavljene znamke in je zelo podobna prejšnji znamki. Tožeča stranka meni, da so dodatni elementi prijavljene znamke preveč običajni, da bi imeli odločilno vlogo, da bi jih povprečni italijanski potrošnik zaznaval kot razlikovalne elemente.

25 Prvič, tožeča stranka navaja, da prijavljena znamka na vidni ravni zajema več elementov, ki se razlikujejo od prejšnje znamke.

26 Drugič, tožeča stranka meni, da so zadevni znaki podobni na glasovni ravni. Kadar se potrošniki pogovarjajo med seboj ali s trgovcem na drobno o proizvodu intervenientke, bodo skoraj zanesljivo uporabili poimenovanje „canal" ali „canal jean(s)". Element „canal" naj bi bil tako najočitnejši element prijavljene znamke.

27 Tretjič, tožeča stranka meni, da so znaki podobni na pojmovni ravni. Beseda „canali" naj bi pomenila „kanali" in veliko število potrošnikov naj bi povezalo besedo „canal", ki se pojavi v prijavljeni znamki, s pomenom kanala, pomen, ki ga ima ta beseda v določenih narečjih na severu Italije.

28 Četrtič, ob upoštevanju pojmovne in glasovne podobnosti zadevnih znakov, elementi, ki se razlikujejo na vidni ravni in so navedeni v prijavi, ne bi mogli izključiti verjetnosti zmede.

29 Tožeča stranka med drugim navaja, da je v tekstilnem sektorju običajna različna predstavitev istih znamk glede na vrsto proizvoda, na katerega se nanašajo, in uporaba podznamk istega proizvajalca oblačil.

30 Končno, tožeča stranka trdi, da je verjetnost zmede med zadevnimi znaki mogoča zaradi visokega razlikovalnega značaja prejšnje znamke in enakosti ali visoke stopnje podobnosti med zadevnimi proizvodi.

31 Nasprotno UUNT trdi, da med znamkama obstajajo pomembne razlike. Navaja, da tožeča stranka v celoti sklepa o podobnostih, tako da se osredotoča na besedni element „canal" prijavljene znamke ter da spregleda vsaj na glasovni in pojmovni ravni ostale elemente te znamke.

32 Meni, da je bila to bistvena trditev, ki jo je navedel odbor za pritožbe v izpodbijani odločbi, na podlagi katere naj bi bilo treba popolnoma razčleniti prijavljeno znamko, da bi se ugotovila podobnost med prijavljeno in prejšnjo znamko, kar potrošnik verjetno ne bi poskusil in še manj storil. Torej naj bi sledilo, nasprotno kot trdi tožeča stranka, da je treba pri primerjavi znakov upoštevati tudi dodatne elemente prijavljene znamke, glede na to, da so v določenem obsegu nekateri izmed njih razlikovalni.

33 S primerjavo zadevnih znakov UUNT poudarja, da prijavljena znamka na vidni ravni vsebuje nekatere elemente, ki se razlikujejo od prejšnje znamke. Ozadje šahovnice ter dodatne besede „jean co. New York" prijavljene znamke naj bi jasno uravnovesili podobnost med prejšnjo znamko CANALI in besedo „canal" prijavljene znamke.

34 Prijavljena znamka naj bi se na glasovni ravni izgovarjala „Canal Jean Co. New York", saj ni običajno, da bi se figurativni elementi opisovali ob izgovorjavi znaka. Gotovo obstajajo določene glasovne podobnosti med nasprotujočima si znakoma, glede na to, da se prejšnja znamka CANALI ujema v petih od šest črk z besedo „canal" prijavljene znamke. Ker pa ta znamka zajema štiri dodatne besede, jih bodo potrošniki upoštevali pri izgovorjavi znamke, tako da jo bodo na glasovni ravni ločili od prejšnje znamke.

35 Na pojmovni ravni bi se lahko prejšnja znamka dojemala kot rodbinsko ime ali množina italijanske besede „canale". Ob upoštevanju zlasti zadevnih proizvodov (oblačil) in zadevnega trga, namreč italijanskega modnega sektorja, v katerem se priimki uporabljajo v veliki meri, naj bi bilo verjetneje, da bo italijanski potrošnik zaznal to znamko kot ime in ne kot zgoraj omenjeni izraz. Po drugi strani, naj bi bila prijavljena znamka, obravnavana v celoti in brez upoštevanja prevladujočih elementov, zaznana, kot da se nanaša na družbo ali mesto.

36 V obravnavani zadevi UUNT trdi, da so proizvodi, označeni v prijavi, oblačila, čevlji in pokrivala, se pravi proizvodi, ki se jih običajno ne naroči ali ustno omeni, ampak jih potrošniki izberejo na podlagi njihovega videza, kakovosti, barve in velikosti. Običajno se te proizvode izbere in poskusi, v vsakem primeru se jih skrbno pregleda pred nakupom. Očitno je, da je glasovni in pojmovni element znamke manj pomemben. Torej so vidne razlike med zadevnimi znaki še posebej pomembne.

37 UUNT torej sklepa, da je odločitev odbora za pritožbe, da si nasprotujoča si znaka, gledana v celoti, nista podobna, pravilna.

38 UUNT glede verjetnosti, da bi javnost lahko menila, da zadevni proizvodi izhajajo iz istega podjetja, najprej navaja, da prijavljena znamka ne posnema prejšnje znamke. Podznamka bi morala *per definitionem* vsebovati samo prvotno znamko. UUNT nato navaja, da prijavljena znamka jasno zajema preveč dodatnih elementov, da bi lahko potrošniki menili, da gre za podznamko znamke tožeče stranke. Da bi potrošniki povezali glavno znamko s podznamko, bi le-ta morala vsebovati oznako vrste oblačila, ki se trži pod to podznamko.

39 Končno, glede razlikovalnega učinka, pridobljenega z uporabo prejšnje znamke, UUNT meni, da odbor za pritožbe v izpodbijani odločbi ni preveril, ali je bila presoja oddelka za ugovore pravilna, ampak je zaradi „ekonomičnosti postopka" sklepal, da je imela prejšnja znamka izrazit razlikovalni učinek. Ker tožeča stranka tega ni izpodbijala, to vprašanje ni predmet tega postopka.

40 Iz vsega zgoraj navedenega izhaja, da je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da ni verjetnosti zmede v javnosti na področju, na katerem je varovana prejšnja znamka, ker si znaki niso podobni, kljub enakosti oziroma podobnosti med zadevnimi proizvodi in kljub izrazitemu razlikovalnemu učinku, ki ga je pridobila prejšnja znamka.

41 Intervenientka meni, da verjetnost zmede glede zadevnih znamk ne obstaja in se strinja s trditvami UUNT. Intervenientka dodaja, da vsak od elementov prijavljene znamke napotuje na podjetje z oblačili, ki je povezano z modno četrtjo Canal Street v New Yorku. Vsi elementi naj bi se povezovali tako, da naj bi vzpostavili edinstven celotni vtis, ki se jasno loči od prejšnje znamke.

Presoja Sodišča prve stopnje

42 Člen 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 določa, da se ob ugovoru imetnika prejšnje znamke znamka, za katero je vložena prijava, ne registrira, „če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo znamko in enakosti ali podobnosti blaga ali storitev, ki jih označujejo znamke, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem je varovana prejšnja znamka"; kjer je „verjetnost zmede" zajeta z „verjetnost[jo] povezovanja s

prejšnjo znamko". Poleg tega so „prejšn[je] znamk[e]" na podlagi člena 8(2)(a)(ii) Uredbe št. 40/94 znamke, registrirane v državi članici, ki so naslednje vrste z datumom zahtev za registracijo, ki so pred datumom zahteve za registracijo znamke Skupnosti.

43 V skladu z ustaljeno sodno prakso pomeni verjetnost zmede verjetnost, da bi javnost lahko menila, da zadevni proizvodi ali storitve izvirajo iz istega podjetja ali v določenih primerih iz gospodarsko povezanih podjetij.

44 V skladu s to sodno prakso je treba verjetnost zmede presojati celovito, v skladu s tem, kako upoštevna javnost zaznava zadevne znake in proizvode ali storitve, ter upoštevati vse upoštevne dejavnike v zadevi, med drugim soodvisnost med podobnostjo znakov in podobnostjo označenih proizvodov ali storitev (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 9. julija 2003 v zadevi Laboratorios RTB proti UUNT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, str. II-2821, točke od 31 do 33 in navedena sodna praksa).

45 V obravnavani zadevi glede na to, da je prejšnja znamka registrirana v Italiji in da so proizvodi blago tekoče potrošnje, namreč oblačila, so upoštevna javnost za presojo verjetnosti zmede povprečni potrošniki v Italiji.

46 Gotovo je, da so si proizvodi, označeni s prijavljeno znamko, in proizvodi, označeni s prejšnjo znamko, vsaj podobni. Torej je treba v obravnavani zadevi primerjati znake na vidni, glasovni in pojmovni ravni.

47 Celovita presoja verjetnosti zmede glede vidne, glasovne ali pojmovne podobnosti zadevnih znamk mora temeljiti na celotnem vtisu, ki ga te ustvarjajo, ob upoštevanju predvsem njihovih razlikovalnih in prevladujočih elementov (sodba Sodišča prve stopnje z dne 14. oktobra 2003 v zadevi Phillips-Van Heusen proti UUNT – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Recueil, str. II-4335, točka 47).

48 Prvič, glede vidne primerjave je odbor za pritožbe odločil, da naj bi bilo treba popolnoma razčleniti prijavljeno znamko, da bi se lahko zaključilo, da sta predmet primerjave samo besedi „canal" in „canali" (točka 21 izpodbijane odločbe). Prijavljena znamka vsebuje določeno število elementov, besedne in figurativne, na podlagi katerih se razlikuje od znamke, navedene v podporo ugovoru, kot so „JEAN", „CO.", „NEW YORK", in ozadje šahovnice. Ti elementi bodo pomagali potrošniku s slabim spominom, da bo ločil zadevni znamki. Ta potrošnik se bo lahko prav tako spomnil proizvodov prijavljene znamke, kot da so proizvodi podjetja v New Yorku ali proizvodi, ki imajo ozadje šahovnice.

49 Sodišče prve stopnje meni, da ima to, da prejšnja in prijavljena znamka vsebujeta besedi „canali" in „canal", ki sta si v določeni meri podobni, manjšo posledico v celoviti primerjavi zadevnih znakov in ne zadošča za utemeljitev zaključka, da sta si omenjena znaka vidno podobna.

50 Prijavljena znamka pravzaprav zajema druge besedne elemente, namreč besede „jean", „co." in „New York", katerih celovit vtis je za vsak znak drugačen. Poleg tega prijavljena znamka vključuje figurativni element, in sicer ozadje šahovnice. Sodišče prve stopnje poudarja, da v skladu s sodno prakso (zgoraj navedena sodba GIORGIO BEVERLY HILLS, točka 33) povprečni potrošnik običajno zaznava znamko kot celoto, ne da bi preverjal njene različne podrobnosti.

51 Iz tega sledi, da je Sodišče prve stopnje pravilno ugotovilo, da razlike med zadevnimi znaki zadostujejo za zaključek, da si znaki v njihovi celoti niso vidno podobni.

52 Dalje, glede glasovne primerjave odbor za pritožbe ni posebej preveril zadevnih znakov. Navedel je samo, da elementi „JEAN", „CO." in „NEW YORK" poudarjajo tudi glasovne razlike med nasprotujočima si znamkama (točka 21 izpodbijane odločbe).

53 V tem pogledu je treba poudariti, da je prijavljena znamka sestavljena iz šestih zlogov, od katerih je eden, in sicer zlog „ca", enak zlogu prejšnje znamke, sestavljene iz treh zlogov. Beseda „canali" v prejšnji znamki se ujema v petih črkah od šestih s prvo besedo prijavljene znamke, in sicer „canal". Sodišče prve stopnje zato meni, da bodo potrošniki, ker prijavljena znamka vsebuje štiri dodatne besede, te besede verjetno upoštevali, tako da bodo razlikovali prejšnjo znamko pri njihovi izgovorjavi znamke.

54 Sodišče prve stopnje meni, da se tožeča stranka v tem pogledu napačno sklicuje na sodbi Sodišča prve stopnje z dne 23. oktobra 2002 v zadevi Oberhauser proti UUNT – Petit Liberto (Fifties) (T-104/01, Recueil, str. II-4359) in Matratzen Concord proti UUNT – Hukla Germany (MATRATZEN) (T-6/01, Recueil, str. II-4335), v katerih je Sodišče prve stopnje ugotovilo, da je prevladujoči besedni element prisoten v vsakem znaku. Ampak v obravnavani zadevi je v prijavljeni znamki samo en del prve besede prejšnje znamke.

55 V tem pogledu, kakor je tudi UUNT pravilno navedel, je glasovna podobnost med znamkama manjšega pomena, saj se proizvodi tržijo tako, da upoštevna javnost med nakupom običajno vidno zazna znamko, ki označuje te proizvode. To gotovo velja za oblačila (zgoraj navedena sodba BASS, točka 55).

56 Zadevni znaki imajo torej manj skupnih glasovnih elementov kot različnih. Tako si zadevne znamke na glasovni ravni niso podobne.

57 Končno, glede primerjave dveh znakov na pojmovni ravni odbor za pritožbe ni presojal znakov, ampak je navedel, da omenjeni elementi poudarjajo pojmovne razlike med znamkama.

58 Prejšnjo znamko „CANALI" se bo prej zaznalo kot množino italijanske besede „canale", ki pomeni „kanal", ali kot priimek, ki je zelo razširjen v italijanskem modnem sektorju.

59 Upoštevni potrošnik bo zaznal besedo „canal" kot angleško besedo „canal". Beseda „jean" se lahko razume kot, da se nanaša na del proizvodov prijavljene znamke. Element „co." bo zadevna javnost prepoznala kot okrajšavo angleške besede „company". Beseda „New York" ni opisna geografska označitev zadevnih proizvodov in ima pomen, ki ga bo v povezavi z besedami „canal jean co." italijanska javnost zaznala, kot da se nanaša na tekstilno podjetje s sedežem v New Yorku. Glede figurativnega elementa, ki predstavlja šahovnico, trditve intervenientke, v skladu s katero bo javnost šahovnico povezala s taksiji ali z ulico Canal Street v New Yorku, ni mogoče sprejeti. V vsakem primeru ima prijavljena znamka kot celota na pojmovni ravni različen učinek od prejšnje znamke.

60 Posledično je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da med zadevnimi znaki na pojmovni ravni ni podobnosti.

61 Sodišče prve stopnje glede argumenta tožeče stranke, v skladu s katerim je v tekstilnem sektorju običajno, da se isto znamko predstavi na različne načine in da isti proizvajalec uporablja podznamke za enaka oblačila, meni, da stopnja podobnosti med zadevnimi znamkami ni dovolj visoka, da bi se lahko sklepalo, da bi javnost lahko menila, da zadevni proizvodi ali storitve izhajajo iz istega podjetja ali v določenih primerih iz gospodarsko povezanih podjetij (glej v tem smislu sodbi Sodišča z dne 29. septembra 1998 v zadevi Canon, C-39/97, Recueil, str. I-5507, točka 29, in z dne 22. junija 1999 v zadevi Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, str. I-3819, točka 17, ter zgoraj navedeno sodbo Fifties, točka 25).

62 Glede poudarjenega razlikovalnega učinka prejšnje znamke, ker so nasprotujoči si znaki vidno, glasovno in pojmovno različni, to ne more spremeniti celovite presoje verjetnosti zmede (glej v tem smislu sodbo Sodišča prve stopnje z dne 22. oktobra 2003 v zadevi Éditions Albert René proti UUNT – Trucco (Starix), T-311/01, Recueil, str. II-4625, točka 61).

63 Zaradi vseh teh razlogov Sodišče prve stopnje meni, da je odbor za pritožbe pravilno odločil v točki 21 izpodbijane odločbe, da ni bilo verjetnosti zmede v mislih upoštevne javnosti glede prijavljene znamke in prejšnje znamke v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

64 Upoštevajoč razlike med zadevnima znamkama, tega zaključka ni mogoče ovreči s tem, da so proizvodi, ki jih zajema prijavljena znamka, enaki proizvodom prejšnje znamke.

65 Tožbeni razlog kršitve člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 torej ni utemeljen.

66 Iz tega sledi, da je treba prvi predlog za razveljavitev izpodbijane odločbe zavrniti.

67 Glede drugega predloga, da naj Sodišče prve stopnje ugodi ugovoru zoper zahtevo in v celoti zavrne zahtevo za registracijo znamke, iz konteksta različnih predlogov tožeče stranke izhaja, da ta predlog predvideva ugoditev zahtevi za razveljavitev, vsaj delni, torej je predlagan samo, če se ugodi prvemu predlogu.

68 Kakor izhaja iz zgoraj navedene točke 65, ni nobenega razloga za razveljavitev izpodbijane odločbe. Tako ni treba odločiti o dopustnosti ali utemeljenosti drugega predloga.

Stroški

69 V skladu s členom 87(2) Poslovnika Sodišča prve stopnje se neuspeli stranki naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni. Tožeča stranka ni uspela, zato se ji v skladu s predlogi UUNT in intervenientke naloži plačilo stroškov.

Iz teh razlogov je

SODIŠČE PRVE STOPNJE (prvi senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Tožeči stranki se naloži plačilo stroškov.

Cooke Labucka Trstenjak

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 28. junija 2005.

Sodni tajnik

H. Jung

Predsednik

J. D. Cooke