Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА ОБЩИЯ СЪД (осми състав)

10 юни 2015 година*

„Марка на Общността — Производство по възражение — Заявка за словна марка на Общността „AGRI.CAPITAL“ — По-ранни словни марки на Общността „AgriCapital“ и „AGRICAPITAL“ — Относително основание за отказ — Липса на сходство на услугите — Член 8, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕО) № 207/2009“

По дело T-514/13

AgriCapital Corp., установено в Ню Йорк (Съединени американски щати), представлявано от P. Meyer и M. Gramsch, адвокати,

жалбоподател,

срещу

Служба за хармонизация във вътрешния пазар (марки, дизайни и модели) (СХВП), за която се явява P. Geroulakos, в качеството на представител,

ответник,

другата страна в производството пред апелативния състав на СХВП, встъпила в производството пред Общия съд, е

agri.capital GmbH, установено в Мюнстер (Германия), представлявано от A. Nordemann-Schiffel, адвокат,

с предмет жалба срещу решението на втори апелативен състав на СХВП от 10 юли 2013 г. (преписка R 2236/2012-2), постановено в производство по възражение със страни AgriCapital Corp. и agri.capital GmbH,

ОБЩИЯТ СЪД (осми състав),

състоящ се от: D. Gratsias, председател, M. Кънчева (докладчик) и C. Wetter, съдии,

секретар: J. Weychert, администратор,

предвид жалбата, подадена в секретариата на Общия съд на 23 септември 2013 г.,

предвид писмения отговор на СХВП, подаден в секретариата на Общия съд на 17 декември 2013 г.,

* Език на производството: английски.

предвид писмения отговор на встъпилата страна, подаден в секретариата на Общия съд на 6 януари 2014 г.,

предвид писмената реплика, подадена в секретариата на Общия съд на 24 април 2014 г.,

след съдебното заседание от 10 декември 2014 г.,

постанови настоящото

Решение

Обстоятелства, предхождащи спора

1 На 4 юни 2009 г. встъпилата страна, agri.capital GmbH, подава до Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки, дизайни и модели) (СХВП) заявка за регистрация на марка на Общността въз основа на Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Общността (ОВ L 78, стр. 1).

2 Марката, чиято регистрация се иска, е словният знак „AGRI.CAPITAL“.

3 След извършеното в хода на производството пред СХВП ограничаване услугите, за които се иска регистрацията, спадат по-специално към клас 36 по смисъла на ревизираната и изменена Ницска спогодба относно Международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 година и отговарят на следното описание:

„Строителнопредприемачески услуги, по-специално във връзка със съоръжения за производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия от възобновяеми енергийни източници; разработване на концепции за ползване (сключване на договори за управление на инфраструктури); управление на сгради; управление на земи; управление на недвижими имоти и посредничество, наем и аренда на недвижими имоти (управление на инфраструктури); сделки с недвижими имоти; наем на земеделски стопанства; горепосочените услуги, които не са свързани с издателските услуги и/или издателските продукти“.

4 Заявката за марка на Общността е публикувана в *Бюлетин на марките на Общността* № 59/2009 от 14 декември 2009 г.

5 На 12 март 2010 г. на основание член 41 от Регламент № 207/2009 жалбоподателят AgriCapital Corp подава възражение срещу регистрацията на заявената марка за всички услуги, спадащи към клас 36.

6 Възражението се основава на следните по-ранни марки на Общността:

— словна марка на Общността „AgriCapital“, регистрирана на 24 август 2007 г. под № 6192322,

— словна марка на Общността „AGRICAPITAL“, регистрирана на 7 юли 2006 г. под № 4589339.

7 Услугите, за които е била регистрирана по-ранната словна марка на Общността „AgriCapital“, спадат към клас 36 и отговарят на следното описание: „Услуги по финансиране; съвети в областта на финансирането“.

8 Услугите, за които е била регистрирана по-ранната словна марка на Общността „AGRICAPITAL“, също спадат към клас 36 и отговарят на следното описание: „Консултантски и инвестиционни услуги по банкови въпроси за предприятия от селскостопанския сектор“.

9 В подкрепа на възражението е посочено основанието по член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009.

10 С решение от 2 октомври 2012 г. отделът по споровете на СХВП отхвърля възражението с довода, че обхванатите от заявената марка услуги и обхванатите от по-ранните марки услуги, спадащи към клас 36, са различни, поради което едно от условията за прилагане на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009, а именно идентичността или сходството на услугите, не е изпълнено.

11 На 3 декември 2012 г. на основание членове 58—64 от Регламент № 207/2009 жалбоподателят подава до СХВП жалба срещу решението на отдела по споровете.

12 С решение от 10 юли 2013 (наричано по-нататък „обжалваното решение“) втори апелативен състав на СХВП отхвърля жалбата и осъжда жалбоподателя да заплати сумата от 850 EUR, представляваща направените от заявителя разноски пред СХВП в производствата по възражение и по обжалване. Апелативният състав по-специално приема, че съответните потребители съответстват на средния потребител във всички държави — членки на Европейския съюз. Същевременно той счита, че този потребител е склонен да проявява висока степен на внимание предвид значителните суми, с които са свързани финансовите сделки или тези с недвижими имоти. След това апелативният състав сравнява обхванатите от заявената марка услуги, включени в клас 36, с услугите, за които са били регистрирани по-ранните марки. В резултат на извършеното сравнение апелативният състав стига до извода, че обхванатите от заявената марка услуги, спадащи към клас 36, и обхванатите от по-ранните марки услуги се различават. Съответно апелативният състав приема, че тъй като един от критериите за прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 не е налице, не може да съществува вероятност от объркване между заявената марка и по-ранните марки по смисъла на тази разпоредба.

Искания на страните

13 Жалбоподателят иска от Общия съд:

— да отмени обжалваното решение,

— да осъди СХВП да заплати съдебните разноски.

14 СХВП и встъпилата страна искат от Общия съд:

— да отхвърли жалбата,

— да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

От правна страна

По допустимостта на представените от жалбоподателя документи в съдебното заседание

15 В съдебното заседание жалбоподателят иска от Общия съд да допусне представянето на електронно съобщение от 21 октомври 2014 г., изпратено му от организатор на конференции, с цел да докаже, че точката, която е разположена между думите „agri“ и „capital“ в заявената марка, не е достатъчна, за да се изключи вероятността от объркване между заявената марка и по-ранната марка на жалбоподателя „AgriCapital“.

16 СХВП твърди, че представянето на документа е недопустимо, тъй като се прави със закъснение и съответно нито СХВП, нито Общият съд са могли да се запознаят с него.

17 Общият съд се запозна с документа в хода на съдебното заседание, без да се произнася по допустимостта му.

18 В това отношение следва да се приеме, че въпросното представено за първи път пред Общия съд доказателство не може да бъде взето предвид. Всъщност целта на жалбата пред Общия съд е да се осъществи контрол за законосъобразност върху решенията на апелативните състави на СХВП по смисъла на член 65 от Регламент № 207/2009, поради което задачата на Общия съд не е да преразгледа фактическите обстоятелства в светлината на представени за пръв път пред него документи. Ето защо горепосоченият документ не следва да се вземат предвид, без да е необходимо да се разглежда доказателствената му сила (в този смисъл вж. решение от 24 ноември 2005 г., Sadas/СХВП — LTJ Diffusion (ARTHUR ET FELICIE), T-346/04, Rec, EU:T:2005:420, т. 19 и цитираната съдебна практика).

По съществото на спора

19 В подкрепа на своята жалба жалбоподателят сочи едно-единствено основание, а именно нарушение на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009.

20 Жалбоподателят по същество упреква апелативния състав на СХВП за извода му, че не е налице сходство между услугите, спадащи към клас 36 и обхванати от заявената марка, и услугите, обхванати от по-ранните марки. Жалбоподателят по-конкретно твърди, че съгласно съдебната практика, за да се прецени сходството между услугите, трябва да се вземе предвид по-специално техният конкурентен или допълващ характер, както и каналите им за разпространение. В разглеждания случай обаче апелативният състав, от една страна, пренебрегнал взаимното допълване между обхванатите от заявената марка „предприемачески услуги“, „[услуги по] управление и посредничество в областта на недвижимите имоти“ и „[услуги по] разработване на концепции за ползване“ и обхванатите от по-ранните марки „финансови услуги“ и „консултантски и инвестиционни услуги в банковия сектор за предприятията в селскостопанския сектор“ и от друга страна, погрешно изключил възможността тези услуги да се предлагат посредством едни и същи канали за разпространение. Жалбоподателят твърди, че в резултат на това — предвид отличителния характер на по-ранните марки, а също и визуалното сходство и фонетичната идентичност на конфликтните марки — апелативният състав на СХВП е нарушил член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009, заключавайки, че няма вероятност от объркване между посочените марки по смисъла на тази разпоредба.

21 Най-напред трябва да се припомни, че съгласно член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 при възражение на притежателя на по-ранна марка се отказва регистрация на заявената марка, когато поради своята идентичност или сходство с по-ранната марка и поради идентичността или сходството на стоките или услугите, които двете марки обозначават,

съществува вероятност от объркване в съзнанието на потребителите на територията, на която е защитена по-ранната марка. Вероятността от объркване включва възможност за свързване с по-ранната марка.

22 Съгласно постоянната съдебна практика вероятността потребителите да повярват, че разглежданите стоки или услуги произхождат от едно и също предприятие или евентуално от икономически свързани предприятия, представлява вероятност от объркване. Съгласно същата съдебна практика вероятността от объркване следва да се преценява цялостно, според възприятието, което съответните потребители имат за разглежданите знаци и стоки или услуги, и като се отчитат всички релевантни фактори в конкретния случай, по-специално взаимозависимостта между сходството на знаците и сходството на обозначените стоки или услуги (вж. решение от 9 юли 2003 г., Laboratorios RTB/СХВП — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Rec, EU:T:2003:199, т. 30—33 и цитираната съдебна практика).

23 Тази цялостна преценка предполага известна взаимозависимост на взетите предвид фактори, и по-специално на сходството на марките и на обозначените стоки или услуги. Поради това ниска степен на сходство между обозначените стоки или услуги може да се компенсира с висока степен на сходство между марките и обратно (решения от 13 септември 2007 г., Il Ponte Finanziaria/СХВП, C-234/06 P, Сб., EU:C:2007:514, т. 48 и GIORGIO BEVERLY HILLS, точка 22 по-горе, EU:T:2003:199, т. 32).

24 За целите на прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 вероятността от объркване предполага едновременно идентичност или сходство между конфликтните марки, както и идентичност или сходство между обозначените с тях стоки или услуги. В този случай става въпрос за кумулативни предпоставки (вж. решение от 22 януари 2009 г., Commercy/СХВП — easyGroup IP Licensing (easyHotel), T-316/07, Сб., EU:T:2009:14, т. 42 и цитираната съдебна практика].

25 Именно с оглед на тези съображения трябва да се провери дали апелативният състав на СХВП основателно приема, че не съществува вероятност от объркване между конфликтните марки.

Относно съответните потребители

26 Според съдебната практика при цялостната преценка на вероятността от объркване следва да се вземе предвид средният потребител на съответната категория стоки, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен. Трябва да се отчете и фактът, че степента на внимание на средния потребител може да се променя в зависимост от категорията разглеждани стоки или услуги (вж. решение от 13 февруари 2007 г., Mundipharma/СХВП — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, Сб., EU:T:2007:46, т. 42 и цитираната съдебна практика).

27 В точка 16 от обжалваното решение апелативният състав на СХВП приема, че обозначените с конфликтните марки услуги са предназначени за средния потребител във всички държави — членки на Съюза, но счита, че този потребител е склонен да проявява висока степен на внимание предвид значителните суми, с които са свързани финансовите сделки или тези с недвижими имоти.

28 Страните не оспорват определението за съответните потребители, дадено от апелативния състав на СХВП в обжалваното решение. Освен това, предвид изложените в него съображения, това определение не следва да се разглежда отново в настоящото дело. По-специално, що се отнася до банковите и финансовите услуги, а също и до услугите в областта на недвижимите имоти, които обикновено са свързани със значителни парични суми, трябва да се приеме, че

съответният потребител ще има висока степен на внимание (в този смисъл вж. решение от 9 септември 2011 г., BVR/СХВП — Austria Leasing (Austria Leasing Gesellschaft m.b.H. Mitglied der Raiffeisen-Bankengruppe Österreich), T-197/10, EU:T:2011:455, т. 20.)

Относно сравнението на разглежданите услуги

29 Трябва да се припомни, че за да се прецени сходството между услугите, следва да се вземат предвид всички релевантни фактори, които характеризират връзката между тези услуги, като посочените фактори включват по-специално тяхното естество, предназначение и употреба, както и техния конкурентен или допълващ характер (решение от 29 септември 1998 г., Canon, C-39/97, Rec, EU:C:1998:442, т. 23). Други фактори също могат да се вземат предвид, като например каналите за разпространение на съответните услуги (в този смисъл вж. решение от 21 април 2005 г., Ampafrance/СХВП — Johnson & Johnson (monBeBé), T-164/03, Rec, EU:T:2005:140, т. 53).

30 В това отношение най-напред трябва да се отбележи, че за да сравни обхванатите от по-ранните марки услуги с обхванатите от заявената марка услуги, апелативният състав на СХВП разделя последните на три групи, а именно, първо — „строителнопредприемачески услуги, по-специално във връзка със съоръжения за производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия от възобновяеми енергийни източници; горепосочените услуги, които не са свързани с издателските услуги и/или издателските продукти“, второ — услугите по „управление на недвижими имоти и посредничество, наем и аренда на недвижими имоти (управление на инфраструктури); сделки с недвижими имоти; наем на земеделски стопанства; горепосочените услуги, които не са свързани с издателските услуги и/или издателските продукти“, трето — услугите по „разработване на концепции за ползване (сключване на договори за управление на инфраструктури); управление на сгради; управление на земи; горепосочените услуги, които не са свързани с издателските услуги и/или издателските продукти“.

31 Впрочем трябва да се отбележи, че това разделение отразява наличието на разлика в естеството, предназначението и употребата между обхванатите от заявената марка услуги и че разделението не е оспорено от жалбоподателя. Поради това трябва да се провери единствено дали апелативният състав на СХВП с основание е заключил, че няма сходство между обхванатите от заявената марка услуги — по начина, по който ги е разделил — и обхванатите от по-ранните марки услуги.

– Относно липсата на сходство между „услугите по управление и посредничество в областта на недвижимите имоти“ и „финансовите услуги“

32 В точки 23—28 от обжалваното решение апелативният състав на СХВП най-напред определя „сделките с недвижими имоти“ като включващи управлението на недвижими имоти, дейността като агенция за недвижими имоти и оценяването на недвижими имоти, както и свързаното с това предоставяне на съвети и информация. Според апелативния състав на СХВП тези услуги се изразяват главно в намиране на недвижим имот, представянето му на потенциалните купувачи и изпълнение на посредническа роля, например като се окаже съдействие не само при покупката, продажбата или наемането на имот, но и при воденето на преговори по договорите между продавач и купувач на сграда или на земя. Според апелативния състав на СХВП това включва и отдаването под наем на земеделски стопанства като спадащо към по-широка категория, тъй като наемът е договор, с който една вещ се предава на дадено лице за определен период, обикновено чрез договор за наем. Апелативният състав също така уточнява, че „сделките с недвижими имоти“ могат да обхванат и покупката на недвижим имот и препродажбата му на печалба.

33 След това апелативният състав на СХВП посочва, че „финансовите услуги“, на които преди това е дадено определение, се предоставят от банки и кредитни институции, докато сделките с недвижими имоти са дейности, които по принцип се извършват от брокери на недвижими имоти или от строителни предприемачи. Апелативният състав посочва също, че тези услуги са силно регулирани и в много случаи трябва да се извършват от отделни субекти. От това апелативният състав прави извода, че потребителят възприема брокерите на недвижими имоти като лица, които са ясно разграничени от банките, финансовите институции и застрахователните компании, предлагащи различни продукти и услуги, които не са взаимозаменяеми.

34 Накрая апелативният състав на СХВП приема, че макар за „сделките с недвижими имоти“ да е необходимо финансиране, това не е достатъчно, за да се докаже наличието на тясна връзка между тях и „финансовите услуги“, и че in fine те имат само далечна и непряка връзка. В това отношение според направеното от апелативния състав уточнение, „макар да е вярно, че за редица видове покупки (например покупката на определена вещ или създаването на предприятие) могат да са необходими финансови съвети и че е възможно предпазливите купувачите да търсят информация с цел да си осигурят покупката или създаването на предприятието, това не означава, че едното е нужно за другото или че потребителите мислят, че един и същ доставчик носи отговорност за съответните услуги“.

35 От това апелативният състав прави извода, че обхванатите от заявената марка услуги по „управление на недвижими имоти и посредничество, наем и аренда на недвижими имоти (управление на инфраструктури); сделки с недвижими имоти; наем на земеделски стопанства; горепосочените услуги, които не са свързани с издателските услуги и/или издателските продукти“ са различни от „финансовите услуги“, обхванати от по-ранните марки на жалбоподателя.

36 Жалбоподателят упреква апелативния състав на СХВП за това, че се е концентрирал върху липсата на взаимозаменяемост между услугите по управление и посредничество в областта на недвижимите имоти и финансовите услуги, без да разглежда взаимната им допълняемост. В това отношение жалбоподателят твърди, че апелативният състав на СХВП е дал твърди тясно определение на финансовите услуги. Жалбоподателят по-специално твърди, че е нормална практика банки и финансови институции да предлагат недвижими имоти за продажба — било те самите, или посредством дъщерно дружество. Това било видно от общата реклама, която се правела за тези два вида услуги. От това следвало, че противно на виждането на апелативния състав на СХВП, „услугите по управление на недвижими имоти и посредничество“ са тясно свързани с „финансовите услуги“ и съответно са взаимодопълняеми.

37 СХВП оспорва доводите на жалбоподателя.

38 В това отношение, първо, що се отнася до естеството, предназначението и употребата на разглежданите услуги, вече е прието, че финансовите услуги нямат същото естество, същото предназначение или същата употреба като услугите в областта на недвижимите имоти. Всъщност, докато финансовите услуги се предоставят от финансови институции с цел управление на финансовите средства на техните клиенти и се изразяват по-специално в съхраняване на депозираните средства, в прехвърляне на средства, в предоставяне на заеми или в извършване на различни операции от финансово естеството, то услугите в областта на недвижимите имоти се изразяват в извършване на услуги, свързани с недвижим имот, а именно наем, покупка, продажба или управление на определен имот (решение от 11 юли 2013 г., Metropolis Inmobiliarias y Restauraciones/СХВП — MIP Metro (METRO), T-197/12, EU:T:2013:375, т. 42).

39 Следователно, противно на твърденията на жалбоподателя, апелативният състав на СХВП не е дал прекалено тясно определение на „финансовите услуги“, обхванати от по-ранните марки.

40 Второ, трябва да се отбележи, че както бе посочено в точка 34 по-горе, апелативният състав на СХВП не се е ограничил до разглеждането на взаимозаменяемостта на „сделките с недвижими имоти“ и „финансовите услуги“, а действително е анализирал тяхната взаимна допълняемост.

41 Освен това следва да се отбележи, че в подкрепа на твърденията относно взаимната допълняемост на въпросните услуги жалбоподателят изтъква единствено, че продажбата на недвижими имоти е услуга, която често се предлага от финансови институции.

42 Всъщност вече е установено също така, че що се отнася до възможността съответните услуги да се окажат в същите канали за разпространение, трябва да се приеме, че услугите в областта на недвижимите имоти по принцип не се предоставят на същите места като финансовите услуги (решение METRO, точка 38 по-горе, EU:T:2013:375, т. 43).

43 Представените от жалбоподателя документи в рамките на административното производство (приложение A5 към жалбата) не позволяват тази констатация да бъде оспорена, тъй като извършваните от финансовите институции услуги в областта на недвижимите имоти се предоставят в отделни клонове, така че финансовите дейности са отделени от евентуалните дейности в областта на недвижимите имоти (решение METRO, точка 38 по-горе, EU:T:2013:375, т. 45).

44 Следователно апелативният състав на СХВП не е допуснал грешка, като е приел, че обхванатите от заявената марка услуги по „управление на недвижими имоти и посредничество, наем и аренда на недвижими имоти (управление на инфраструктури); сделки с недвижими имоти; наем на земеделски стопанства; горепосочените услуги, които не са свързани с издателските услуги и/или издателските продукти“ са различни от „финансовите услуги“, обхванати от по-ранните марки на жалбоподателя.

– Относно липсата на сходство между „строителнопредприемаческите услуги“ и „финансовите услуги“

45 В точки 19—21 от обжалваното решение апелативният състав на СХВП приема, че строителнопредприемаческите услуги са многостранни стопански дейности, включващи операции, които варират от обновяването на съществуващи сгради до покупката на необлагородени земи и до продажбата на облагородени земи или поземлени имоти на трети лица. Апелативният състав също така счита, че от текста на спецификацията към заявката за марка на Общността ясно следва, че тези услуги се отнасят конкретно до съоръжения за производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия от възобновяеми енергийни източници.

46 От друга страна, апелативният състав на СХВП приема, че финансовите услуги, обхванати от по-ранните марки, се изразяват в предоставянето на всякакви услуги с цел спестяване или с търговски цели, свързани с приемане, предоставяне в заем, обмен, инвестиране и съхраняване на парични средства, издаване на полици и изпълнение на други финансови операции. Апелативният състав на СХВП също така уточнява, че макар доставчиците на обхванати от по-ранните марки услуги да могат да предоставят услуги, свързани с финансиране и строителни проекти, и множество проекти в селскостопанската промишленост да зависят от наличието на инвестиции или финансова помощ, много малка е вероятността тези доставчици да предоставят специфичните предприемачески услуги, тъй за това се изискват специфични технически умения или специални познания. От това апелативният състав прави извода, че разглежданите услугите са различни по своето естеството и предназначение.

47 Апелативният състав на СХВП приема също, че разглежданите услуги спадат към два различни сектора, а именно сектора на недвижимите имоти, от една страна, и финансовия сектор, от друга, и съответно не се предоставят от едно и също предприятие или от свързани предприятия и не използват едни и същи канали за разпространение.

48 Жалбоподателя по същество твърди, че е налице сходство между обхванатите от заявената марка строителнопредприемачески услуги и финансовите услуги, обхванати от по-ранните марки на жалбоподателя.

49 Всъщност според него обхванатите от заявената марка строителнопредприемачески услуги включват маркетингова дейност, при която има припокриване с определени финансови услуги, каквито са обхванатите от по-ранните марки на жалбоподателя. Това произтичало от практиката на строителните предприемачи, чиято дейност включвала търсене на финансиране, като те често съветвали клиентите си по повод финансирането на проекти, свързани с недвижими имоти.

50 Във всички случаи обхванатите от конфликтните марки услуги най-малкото имали тясна връзка на взаимна допълняемост, което било видно както от обстоятелството, че предоставящи финансови услуги предприятия извършват — те самите или посредством дъщерни дружества — посредническа дейност в областта на недвижимите имоти, така и от самия текст на обяснителната бележка за клас 36.

51 Освен това, противно на твърденията на СХВП, строителнопредприемаческите услуги като обхванатите от заявената марка не се ограничавали единствено до сферата на „съоръженията за производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия от възобновяеми енергийни източници“. Жалбоподателят добавя, че при всички положения такова ограничение нямало значение за това дали е налице сходство между обозначените със заявената марка услуги и обхванатите такива от по-ранната марка „AGRICAPITAL“, тъй като посочените услуги по аналогичен начин давали възможност да се предоставят недвижими имоти, върху които да се изграждат и експлоатират съоръжения за производство на енергия от възобновяеми енергийни източници.

52 СХВП и встъпилата страна оспорват доводите на жалбоподателя.

53 В това отношение, както апелативният състав на СХВП правилно посочва, трябва да се отбележи, че строителнопредприемаческите услуги включват многостранни операции, които варират от обновяването на съществуващи сгради до покупката на необлагородени земи и до продажбата на облагородени земи или поземлени имоти на трети лица.

54 Както посочва жалбоподателят, тази дейност включва търсенето на финансиране от строителния предприемач с цел придобиване на сгради или земи. Същевременно търсенето на това финансиране не може да се счете за финансова услуга, която се предоставя пряко от строителния предприемач на неговите клиенти и която съответства на посредническа дейност. Всъщност с търсеното финансиране строителният предприемач цели единствено да може първоначално да поеме разходите по покупката на сградите, които трябва да се обновят, или на земите, които трябва да се облагородят, преди впоследствие да успее да си възстанови тези разходи от клиентите, на които ще продаде довършения недвижимия имот съгласно проект за изграждане или обновяване.

55 Макар, както твърди жалбоподателят, да е обичайна практика в рамките на маркетинга по проектите, свързани с недвижими имоти, строителните предприемачи да предлагат на клиентите си съвети по повод финансирането на тяхната покупка, тези съвети също не могат да се разглеждат като финансови съвети, каквито са обхванатите от по-ранните марки на жалбоподателя. Тези съвети всъщност могат да се приравнят на съветите, които всеки

продавач на стока с определена стойност — например плавателен съд, търговско предприятие или произведение на изкуството — може да даде на своите клиенти предвид финансовия интерес, който те могат да имат от придобиването на въпросната стока. Същевременно продавачът, който дава такива съвети, не предоставя финансова услуга.

56 В допълнение трябва да се констатира, че доказателствата, представени от жалбоподателя в рамките на административното производство в подкрепа на посоченото твърдение, представляват разпечатки от интернет страници на инвестиционно дружество, специализирано в областта на недвижимите имоти, на ипотечен брокер и на дружество за ипотечни кредити без каквато и да било връзка със строителнопредприемаческите услуги (приложение A4 към жалбата).

57 Твърдението на жалбоподателя относно наличието на тясна връзка на взаимна допълняемост между услугите, обхванати от конфликтните марки, също трябва да се отхвърли.

58 В това отношение трябва да се припомни, че съгласно постоянната съдебната практика допълващи се стоки или услуги са тези стоки или услуги, между които съществува тясна връзка, в смисъл че едната е необходима или важна за използването на другата дотолкова, че потребителите може да помислят, че отговорността за производството на тези стоки или предоставянето на тези услуги се носи от едно и също предприятие (вж. решение от 9 април 2014 г., Comsa/СХВП — COMSA (COMSA), T-144/12, EU:T:2014:197, т. 44 и цитираната съдебна практика).

59 Това означава, че допълващите се услуги следва да могат да бъдат използвани заедно, което предполага, че те са насочени към едни и същи потребители (в този смисъл вж. решение от 12 юли 2012 г., Hand Held Products/СХВП — Orange Brand Services (DOLPHIN), T-361/11, EU:T:2012:377, т. 48 и цитираната съдебна практика).

60 В разглеждания случай обхванатите от заявената марка строителнопредприемачески услуги и финансовите услуги, обхванати от по-ранните марки на жалбоподателя, са насочени към средния потребител на територията на Съюза и могат да бъдат използвани заедно от този потребител.

61 Освен това няма никакво съмнение, че предвид значителния размер на сумите, с които по принцип са свързани сделките с недвижими имоти, финансовите услуги са важни за средния потребител с оглед използването на услугите на строителен предприемач. Същевременно трябва да се отбележи, че в пазарната икономика голяма част от дейностите се нуждаят от финансиране или от инвестиции, поради което финансовите услуги по естеството си могат да бъдат асоциирани с по-голямата част от тези дейности, а не само със строителнопредприемаческите дейности (в този смисъл вж. решение METRO, точка 38 по-горе, EU:T:2013:375, т. 47—49).

62 Следователно трябва да се приеме, че връзката между строителнопредприемаческите услуги и финансовите услуги сама по себе си не е достатъчно тясна, за да накара съответните потребители — а именно, в разглеждания случай, среден потребител, който може да прояви изключително висока степен на внимание — да мислят, че тези услуги се предоставят от едно и също предприятие (в този смисъл вж. решение METRO, точка 38 по-горе, EU:T:2013:375, т. 50).

63 Този извод не може да се оспори с твърдението на жалбоподателя, че строителнопредприемаческите услуги се предоставят посредством едни и същи канали за разпространение като финансовите услуги, обхванати от по-ранните марки. Всъщност трябва да се приеме, че предоставяните от строителен предприемач услуги по принцип не се предоставят на същите места като финансовите услуги. Освен това трябва да се отбележи, че документите,

представени от жалбоподателя в рамките на административното производство в подкрепа на това твърдение, не се отнасят до строителнопредприемаческата дейност (приложение A5 към жалбата).

64 Този извод не може да се оспори и с твърдението на жалбоподателя, че тясната връзка на взаимна допълняемост между услугите като предприемач в областта на недвижимите имоти и финансовите услуги произтича от обяснителната бележка за клас 36. Всъщност при обикновен прочит на обяснителната бележка за клас 36 може да се констатира, че макар услугите по „лизинг на недвижими имоти“ и „услугите по управление на недвижими имоти, т.е. услугите по отдаване под наем, оценяване на недвижими имоти или финансиране“, наистина да спадат към клас 36, те са отделни подпозиции от тази на „услугите във връзка с финансови и парични сделки“ — която по-специално обхваща „услугите на всички банкови институции или свързаните с тях учреждения“, „услугите на кредитни институции, различни от банките“ и „услугите на посредниците на ценни книжа и стоки“ — поради което с обяснителната бележка за клас 36 не може да се докаже наличието на тясна връзка между финансовите услуги, обхванати от по-ранните марки, и обхванатите от заявената марка строителнопредприемачески услуги.

65 В допълнение трябва да се припомни, че съгласно правило 2, параграф 4 от Регламент (ЕО) № 2868/95 на Комисията от 13 декември 1995 година за прилагане на Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета относно марката на Общността (ОВ L 303, стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 1, стр. 189) „[к]ласификацията на стоките и услугите се извършва изключително за административни цели“, поради което „определени стоки и услуги не следва да се разглеждат като подобни поради факта, че попадат в един и същи клас на Класификацията от Ница и не могат да се считат за различаващи се една от друга въз основа на това, че попадат в различни класове на тази класификация“.

66 Следователно апелативният състав на СХВП не е допуснал грешка, приемайки, че обхванатите от заявената марка строителнопредприемачески услуги по естеството си са различни от финансовите услуги, обхванати от по-ранните марки на жалбоподателя.

67 Предвид тази констатация не следва да се разглежда оплакването на жалбоподателя за неправилно ограничаване на предназначението на обхванатите от заявената марка услуги.

– Относно липсата на сходство между услугите по „разработване на концепции за ползване“ и „финансовите услуги“

68 Жалбоподателят твърди, че услугите по „разработване на концепции за ползване“ са също толкова близки с „финансовите услуги“, колкото са и „строителнопредприемаческите услуги“, тъй като според жалбоподателя разработването и управлението на недвижими имоти са двете страни на една и съща дейност, като и при едната, и при другата са необходими финансови съвети и решения, свързани с финансиране. Съответно жалбоподателят само препраща към изложените от него доводи относно сходството между строителнопредприемаческите услуги и „финансовите услуги“.

69 Тъй като обаче тези доводи вече бяха отхвърлени в точки 45—67 по-горе, а конкретни доводи относно услугите по „разработване на концепции за ползване“ липсват, Общият съд може единствено да констатира, че жалбоподателят не е доказал, че апелативният състав на СХВП е допуснал грешка, като е приел, че няма сходство между тези услуги и „финансовите услуги“, обхванати от по-ранните марки на жалбоподателя.

70 Предвид гореизложените съображения трябва да се констатира, че апелативният състав на СХВП не е допуснал грешка, като е приел, че обхванатите от по-ранните марки на жалбоподателя услуги не са сходни с услугите, за които се иска регистрацията на марката „AGRI.CAPITAL“.

Относно отличителния характер на по-ранните марки на жалбоподателя и сходството между конфликтните знаци

71 В обжалваното решение апелативният състав на СХВП заключава, че един от критериите за прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009, а именно сходството между услугите, не е изпълнен и поради това не може да съществува вероятност от объркване, при това без да разглежда нито отличителния характер на по-ранните марки, нито сходството между конфликтните знаци.

72 Жалбоподателят твърди, че при цялостна преценка всяка разлика между обхванатите от заявената марка услуги и по-ранните марки може да бъде компенсирана от твърде високата степен на визуално сходство и фонетичната идентичност между тези марки, поради което, противно на становището на апелативният състав на СХВП, съществувала вероятност от объркване между конфликтните марки по смисъла на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009.

73 СХВП и встъпилата страна оспорват доводите на жалбоподателя.

74 В това отношение е достатъчно да се отбележи, както бе припомнено в точка 24 по-горе, че съгласно член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 наличието на вероятност от объркване в съзнанието на потребителите на територията, на която е защитена по-ранната марка, трябва да се прецени предвид определени кумулативни обстоятелства, а именно сходството или идентичността на конфликтните марки, от една страна, и сходството или идентичността на стоките или услугите, които съответно са обхванати от въпросните марки, от друга.

75 Следователно, противно на твърденията на жалбоподателя, установената в точка 70 по-горе липса на сходство между услугите, обхванати от по-ранните му марки, и услугите, за които се иска регистрацията на марката „AGRI.CAPITAL“, не може за целите на преценката на вероятността от объркване да се компенсира със сходството между конфликтните марки, дори степента му да е висока (в този смисъл вж. определение от 9 март 2007 г., Alecansan/СХВП, C-196/06 P, EU:C:2007:159, т. 24—26).

76 С оглед на всички гореизложени съображения апелативният състав на СХВП не е допуснал грешка, като е приел, че предвид липсата на сходство между услугите, обозначени с конфликтните марки, единият от критериите за прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009 не е изпълнен и поради това не може да съществува вероятност от объркване между посочените марки.

77 Следователно единственото изтъкнато от жалбоподателя основание трябва да се отхвърли по същество и съответно жалбата трябва да бъде отхвърлена.

По съдебните разноски

78 Съгласно член 87, параграф 2 от Процедурния правилник на Общия съд загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено искане за това. Тъй като жалбоподателят е загубил делото, той следва да понесе собствените си съдебни разноски, както и съдебните разноските на СХВП и на встъпилата страна в съответствие с техните искания.

По изложените съображения

ОБЩИЯТ СЪД (осми състав)

реши:

1) Отхвърля жалбата.

2) Осъжда AgriCapital Corp. да заплати съдебните разноски.

Gratsias Кънчева Wetter

Постановено в открито съдебно заседание в Люксембург на 10 юни 2015 година.

Подписи