RETTENS DOM (Anden Afdeling)

23. november 2010 *

I sag T-35/08,

Codorniu Napa, Inc., Napa, Californien (USA), først ved advokaterne X. Fàbrega Sabaté og M. Curell Aguilà og derefter ved advokaterne Curell Aguilà og J. Güell Serra,

sagsøger,

mod

Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) ved O. Mondéjar Ortuño, som befuldmægtiget,

sagsøgt,

den anden part i sagen for appelkammeret ved Harmoniseringskontoret og intervenient ved Retten:

Bodegas Ontañón, SA, Quel, La Rioja (Spanien), ved advokaterne J. Grimau Muñoz og J. Villamor Muguerza,

intervenient

* Processprog: spansk.

angående en påstand om annullation af afgørelse truffet den 20. november 2007 af Fjerde Appelkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (sag R 747/2006-4), vedrørende en indsigelsessag mellem Bodegas Ontañón, SA et Codorniu Napa, Inc.,

har

RETTEN (Anden Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, I. Pelikánová, og dommerne K. Jürimäe og S. Soldevila Fragoso (refererende dommer),

justitssekretær: assisterende justitssekretær B. Pastor,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 24. januar 2008,

under henvisning til Harmoniseringskontorets svarskrift, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 20. maj 2008,

under henvisning til intervenientens svarskrift, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 5. maj 2008,

og efter retsmødet den 13. april 2010,

afsagt følgende

Dom

1 Den 13. marts 2003 indgav sagsøgeren, Cordorniu Napa Inc., i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1), som ændret (erstattet af Rådets forordning (EF) nr. 207/2009 af 26.2.2009 om EF-varemærker (EUT L 78, s. 1)), en ansøgning om registrering af et EF-varemærke til Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (herefter »Harmoniseringskontoret«).

2 Det varemærke, der søges registreret, er følgende figurtegn:



3 De varer, som varemærkeansøgningen vedrører, henhører under klasse 33 i Nicearrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, og svarer til følgende beskrivelse: »Vin, der er produceret og aftappet i Napa Valley (Californien, USA)«.

4 EF-varemærkeansøgningen blev offentliggjort i *EF-varemærketidende* nr. 83/2003 af 24. november 2003.

5 Den 23. februar 2004 rejste intervenienten, Bodegas Ontañón, SA, indsigelse i henhold til artikel 42 i forordning nr. 40/94 (nu artikel 41 i forordning nr. 207/2009) mod registreringen af det ansøgte varemærke for de ovenfor i præmis 3 nævnte varer.

6 Indsigelsen var støttet på to tegn. Det første tegn var det EF-figurmærke, der er gengivet nedenfor, og som er registreret under nr. 2 050 623



for varer i klasse 33 i Nicearrangementet, og som svarer til følgende beskrivelse: »Alkoholholdige drikke (dog ikke øl)«. Det andet tegn var det spanske ordmærke LA

ARTESA nr. 844194 for varer i klasse 33 i Nicearrangementet og svarer til følgende beskrivelse: »Vin, spirituosa og likør«.

7 Den registreringshindring, der blev påberåbt til støtte for indsigelsen, var den, der er omfattet af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 [nu artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009].

8 Den 31. marts 2006 tog Indsigelsesafdelingen indsigelsen til følge, idet den alene støttede sig på en sammenligning mellem det ældre EF-figurmærke ARTESO og det ansøgte varemærke. I sin afgørelse anførte Indsigelsesafdelingen, at det var overflødigt at undersøge, om beviserne for brug af det spanske ordmærke LA ARTESA var tilstrækkelige til at bevise, at der blev gjort faktisk brug af det nævnte varemærke.

9 Den 30. maj 2006 indgav sagsøgeren en klage til Harmoniseringskontoret i henhold til artikel 57-62 i forordning nr. 40/94 (nu artikel 58-64 i forordning nr. 207/2009) over indsigelsesafdelingens afgørelse.

10 Ved afgørelse af 20. november 2007 (herefter »den anfægtede afgørelse«) afslog Fjerde Appelkammer ved Harmoniseringskontoret klagen. Appelkammeret fandt navnlig, at ordbestanddelene »arteso« og »artesa« havde en central placering og var dominerende i de omtvistede varemærker, at det ansøgte varemærkes grafiske bestanddel ikke havde noget særligt særpræg, og at udtrykket »napa valley« var beskrivende for varernes geografiske oprindelse og ikke kunne anses for at være en særpræget og dominerende bestanddel. Herefter anførte appelkammeret dels, at de nævnte varer var af samme art, dels, at de nævnte varemærker — uanset at der var åbenbare forskelle

mellem de omtvistede varemærkers grafiske bestanddele — havde deres mest særprægede og dominerende bestanddele til fælles, og at der således var en vis grad af lighed på det visuelle plan, og at de lignede hinanden på det fonetiske plan. På den baggrund konkluderede appelkammeret, at der var risiko for forveksling mellem de nævnte tegn. Med hensyn til beviserne for reel brug af det ældre spanske varemærke fandt appelkammeret det unødvendigt at undersøge disse, da det i det hele — på grundlag af en af de ældre rettigheder — havde taget indsigerens påstande til følge.

Parternes påstande

11 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

— Den anfægtede beslutning annulleres.

— Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale sagens omkostninger.

12 Harmoniseringskontoret og intervenienten har nedlagt følgende påstande:

— Harmoniseringskontoret frifindes.

— Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

Retlige bemærkninger

13 Sagsøgeren har til støtte for sit sagsanlæg gjort et enkelt anbringende gældende om en tilsidesættelse af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94.

Parternes argumenter

14 Sagsøgeren har anført, at de omhandlede tegn ikke ligner hinanden tilstrækkeligt til, at der består en risiko for forveksling.

15 Sagsøgeren har gjort gældende, at appelkammeret ved vurderingen af, om der foreligger en risiko for forveksling, ikke har fulgt det standpunkt, der er blevet fastholdt i Rettens praksis, idet det ikke har foretaget en samlet undersøgelse af de omhandlede tegn. Navnlig har appelkammeret begrænset sig til at isolere og sammenligne ordbestanddelene og lagt til grund, at de er dominerende, og det har udskilt tegnenes grafiske bestanddele og anset dem for at være underordnede. Disse grafiske bestanddele blev først undersøgt, efter at ordbestanddelene var blevet sammenlignet, for at fastslå, om de udgør en differentierende bestanddel, der er tilstrækkelig til at udelukke, at der foreligger en risiko for forveksling.

16 Sagsøgeren er af den opfattelse, at ordelementerne i de omtvistede varemærker ikke dominerer det indtryk, de nævnte varemærker giver, og at figurbestanddelene, i betragtning af det helhedsindtryk, de giver, ikke er ubetydelige. De har tværtimod en

betydning, der svarer til ordbestanddelenes, da de optager en plads, der mindst svarer til disse bestanddeles, de er meget større, og de tilfører tegnene en meget særlig og original form.

17 Sagsøgeren har anført, at de to omtvistede tegn ud fra en fonetisk synsvinkel klart er forskellige, da det ansøgte varemærke består af tre ord og af syv stavelser (»ar«, »te«, »sa«, »na«, »pa«, »va«, »lley«), mens det ældre varemærke omfatter et enkelt trestavelsesord (»ar«, »te«, »so«). På samme måde er det ansøgte varemærke ud fra en fonetisk synsvinkel længere end det ældre varemærke.

18 Sagsøgeren er af den opfattelse, at udtrykket »napa valley« — i modsætning til, hvad appelkammeret har anført — ikke kan udelukkes fra den fonetiske sammenligning af de omtvistede tegn, da udtrykket »artesa napa valley« anvendes i sin helhed af kundekredsen, når den køber varer, og det udgør således et yderligere differentierende element for varemærket, der ansøges registreret.

19 Sagsøgeren har anført, at ud fra en begrebsmæssig synsvinkel bidrager den omstændighed, at ordbestanddelen »artesa« i det ansøgte varemærke har en bestemt betydning på spansk, til at neutralisere de fonetiske ligheder med det ældre varemærke, hvis ordbestanddel »arteso«, som ikke har nogen betydning på spansk, kunne fremkalde forestillinger om en mytologisk person som den, der er placeret over den nævnte bestanddel.

20 Sagsøgeren har tilføjet, at de to varemærker fremkalder forskellige begrebsmæssige forestillinger, da udtrykket »napa valley« i det ansøgte varemærke giver forbrugerne utvetydige begrebsmæssige oplysninger, og dets grafiske bestanddel udtrykker en idé om noget moderne. Ord- og figurbestanddelene i det ældre varemærke forbinder derimod tegnet med den klassiske mytologi.

21 Sagsøgeren har præciseret, at vin og alkoholholdige drikke generelt markedsføres i supermarkeder, i fødevarebutikker og på restauranter, hvilket gør det muligt for forbrugeren at undersøge flaskernes etiketter. Forbrugerne vil derfor snarere opfatte de omhandlede varemærker visuelt end fonetisk.

22 Sagsøgeren har understreget, at udtrykket »napa valley«, der indgår i det ansøgte varemærke, angiver en geografisk oprindelse, der er forskellig fra oprindelsen for de varer, der er omfattet af det ældre varemærke. Denne omstændighed bidrager til at adskille det ansøgte varemærke fra det ældre varemærke, da alkoholholdige drikkes geografiske oprindelse normalt anses for noget særligt, som gennemsnitsforbrugeren tillægger stor opmærksomhed.

23 Sagsøgeren har konkluderet, at eftersom tegnene grafisk set er meget forskellige, og tegnenes visuelle aspekt i den omhandlede varesektor er vigtigere end det fonetiske aspekt, kan de omtvistede figurmærker »sameksistere fredeligt« på markedet.

24 Harmoniseringskontoret og intervenienten har bestridt samtlige de af sagsøgeren fremførte argumenter.

Rettens bemærkninger

25 I henhold til artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 er det varemærke, der søges registreret, hvis indehaveren af et ældre varemærke rejser indsigelse, 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. I henhold til artikel 8, stk. 2, litra a), nr. i), i forordning nr. 40/94 [nu artikel 8, stk. 2, litra a), nr. i), i forordning nr. 207/2009] skal der ved ældre varemærker forstås varemærker, som er registreret i Det Europæiske Fællesskab, og hvis ansøgningsdato ligger før datoen for EF-varemærkeansøgningen.

26 Risikoen for forveksling er ifølge fast retspraksis risikoen for, at det i kundekredsen kan antages, at de pågældende varer eller tjenesteydelser hidrører fra den samme virksomhed eller fra økonomisk forbundne virksomheder. Ifølge samme retspraksis skal der foretages en helhedsvurdering af risikoen for forveksling på grundlag af den opfattelse, som den relevante kundekreds har af de pågældende tegn og de omhandlede varer eller tjenesteydelser, idet der herved skal tages hensyn til alle relevante faktorer i sagen, navnlig at ligheden mellem tegnene og ligheden mellem de pågældende varer eller tjenesteydelser står i et indbyrdes afhængighedsforhold (Rettens dom af 9.7.2003, sag T-162/01, Laboratorios RTB mod KHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), Sml. II, s. 2821, præmis 30-33, og af 16.12.2008, sag T-259/06, Torres mod KHIM — Navisa Industrial Vinícola Española (MANSO DE VELASCO), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 23 og 24).

27 Ved anvendelsen af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 kræves, for at der kan foreligge en risiko for forveksling, både at de omtvistede varemærker er identiske eller ligner hinanden, og at de varer eller tjenesteydelser, som varemærkerne betegner, er af samme eller lignende art. Der er i den henseende tale om kumulative betingelser (Rettens dom af 22.1.2009, sag T-316/07, Commercy mod KHIM — easyGroup IP Licensing (easyHotel), Sml. II, s. 43, præmis 42, og af 23.9.2009, sag T-291/07, Viñedos y Bodegas Príncipe Alfonso de Hohenlohe mod KHIM — Byass (ALFONSO), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 25).

28 Ifølge retspraksis skal der endvidere i forbindelse med helhedsvurderingen af risikoen for forveksling tages hensyn til gennemsnitsforbrugeren af de pågældende varer,

som er almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet. Der må også tages hensyn til, at gennemsnitsforbrugerens opmærksomhedsniveau kan variere, alt efter hvilken kategori af varer eller tjenesteydelser der er tale om (Rettens dom af 13.2.2007, sag T-256/04, Mundipharma mod KHIM — Altana Pharma (RESPICUR), Sml. II, s. 449, præmis 42, og ALFONSO-dommen, præmis 27).

29 I det foreliggende tilfælde har appelkammeret vurderet risikoen for forveksling mellem de to EF-varemærker, det ældre varemærke, som betegner »alkoholholdige drikke (dog ikke øl)«, og det ansøgte varemærke for »vin, der er produceret og aftappet i Napa Valley (Californien, USA)«. Appelkammeret har i punkt 20 i den anfægtede afgørelse anført, at de varer, der er omfattet af det ældre varemærke, er af samme art som de varer, der er omfattet af det ansøgte varemærke, hvilket sagsøgeren ikke direkte har bestridt.

30 På samme måde har appelkammeret i punkt 16 i den anfægtede afgørelse anført, at i betragtning af de omhandlede varers art og den omstændighed, at det ældre varemærke er et EF-varemærke, er den relevante kundekreds sammensat af europæiske gennemsnitsforbrugere, hvilket heller ikke er blevet bestridt af sagsøgeren.

Om sammenligningen af de omtvistede tegn

31 Helhedsvurderingen af risikoen for forveksling for så vidt angår den visuelle, fonetiske og begrebsmæssige lighed af de omtvistede tegn skal være støttet på det helhedsindtryk, disse giver, idet der navnlig skal tages hensyn til deres særprægede og dominerende bestanddele. Gennemsnitsforbrugerens opfattelse af de pågældende

varer og tjenesteydelser spiller en afgørende rolle i helhedsvurderingen af den nævnte risiko. I den forbindelse opfatter gennemsnitsforbrugeren normalt et varemærke som en helhed og undersøger ikke de forskellige detaljer (jf. Domstolens dom af 12.6.2007, sag C-334/05 P, KHIM mod Shaker, Sml. I, s. 4529, præmis 35 og den deri nævnte retspraksis).

32 Vurderingen af ligheden mellem to varemærker kan ikke begrænses til, at der alene tages hensyn til én bestanddel i et sammensat varemærke, og til at sammenligne denne bestanddel med et andet varemærke. Sammenligningen skal tværtimod foretages ved at undersøge de pågældende varemærker, hvorved hvert varemærke betragtes i sin helhed, hvilket ikke udelukker, at det helhedsindtryk, som et sammensat varemærke fremkalder i erindringen hos den relevante kundekreds, under visse omstændigheder kan være domineret af en eller flere af varemærkets bestanddele (jf. dommen i sagen KHIM mod Shaker, præmis 41 og den deri nævnte retspraksis). Det er kun, når alle andre varemærkebestanddele er uden betydning, at bedømmelsen af ligheden alene kan afhænge af den dominerende bestanddel (Domstolens dom i sagen KHIM mod Shaker, præmis 42, og dom af 20.9.2007, sag C-193/06 P, Nestlé mod KHIM, ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 43). Dette kan bl.a. være tilfældet, når denne bestanddel i sig selv kan præge det billede af dette varemærke, som den relevante kundekreds har i erindringen, således at alle varemærkets andre bestanddele er uden betydning i helhedsindtrykket af mærket (jf. dommen i sagen Nestlé mod KHIM, præmis 43).

33 I det foreliggende tilfælde fandt appelkammeret, at de omhandlede varemærker havde de mest karakteristiske og dominerende bestanddele til fælles, og at de således havde en vis grad af lighed på det visuelle plan og lignede hinanden på det fonetiske plan.

34 I den forbindelse har sagsøgeren anført, at den grafiske bestanddel ikke er ubetydelig i det helhedsindtryk, hvert af tegnene giver, og har kritiseret det forhold, at appelkammeret ved vurderingen af risikoen for forveksling alene tog hensyn til ordbestanddelene.

— Om den visuelle lighed

35 I henhold til retspraksis skal der ved vurderingen af, hvorvidt en eller flere bestemte bestanddele i et sammensat varemærke har dominerende karakter, navnlig tages hensyn til hver af disse bestanddeles egenskaber i sig selv, sammenlignet med de andre bestanddeles egenskaber. Endvidere — og sekundært — kan der tages hensyn til de forskellige bestanddeles indbyrdes placering i det sammensatte varemærkes opbygning (Rettens dom af 23.10.2002, sag T-6/01, Matratzen Concord mod KHIM — Hukla Germany (MATRATZEN), Sml. II, s. 4335, præmis 35, og af 13.12.2007, sag T-242/06, Cabrera Sánchez mod KHIM — Industrias Cárnicas Valle (el charcutero artesano), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 47).

36 Det skal således undersøges, om ordbestanddelen udgør den dominerende bestanddel i det helhedsindtryk, hvert af de omtvistede varemærker giver.

37 Indledningsvis skal det præciseres, at når et tegn på en gang består af figurative bestanddele og ordbestanddele, følger det ikke automatisk heraf, at det altid er ordbestanddelen, der skal anses for at være dominerende (jf. i denne retning Rettens dom af 24.11.2005, sag T-3/04, Simonds Farsons Cisk mod KHIM — Spa Monopole (KINJI by SPA), Sml. II, s. 4837, præmis 45). Når der er tale om et sammensat varemærke, kan den figurative bestanddel nemlig indtage en tilsvarende plads i forhold til ordbestanddelens plads (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 53, og dommen i sagen el charcutero artesano, præmis 55).

38 Som det er anført ovenfor i præmis 32, er det for det andet kun, når alle andre varemærkebestanddele er uden betydning, at bedømmelsen af ligheden alene kan foretages på grundlag af den dominerende bestanddel.

39 I modsætning til, hvad appelkammeret har anført, udgør ordbestanddelen i de to omtvistede varemærker i det foreliggende tilfælde ikke den dominerende bestanddel, dels i betragtning af de forskellige figurative bestanddele, som de nævnte varemærker er sammensat af, dels i betragtning af de omhandlede bestanddeles placering i tegnene. Disse figurelementer, der er placeret oven over ordbestanddelene, bidrager navnlig ved deres form, deres størrelse og deres farve klart til at fastlægge det billede af hvert af de omhandlede varemærker, som den relevante kundekreds bevarer i erindringen, hvilket betyder, at de ikke kan overses, når mærkerne opfattes.

40 Billedet af det ældre varemærke, der bevares i erindringen af forbrugerne, forestiller således i sort-hvid en kentaur, hvorpå der sidder en rytter. De to personer holder en stav, der i begge ender bærer en tohanket krukke. Under denne tegning står ordet »arteso« skrevet med store bogstaver. Hvad derimod angår det ansøgte varemærke er det billede, der bevares i erindringen hos forbrugeren, et vertikalt rektangel, der i den øverste del på grå baggrund indeholder dels en trekant med et bugtet element, hvorunder ordet »artesa« er skrevet med store guldbogstaver på sort baggrund, dels udtrykket »napa valley«, ligeledes skrevet med store guldbogstaver på en sort baggrund, i den nederste del.

41 Som sagsøgeren med rette har gjort gældende, skal den visuelle sammenligning af de omtvistede tegn derfor foretages på grundlag af alle deres forskellige figur- og ordbestanddele.

42 Herefter skal ligheden mellem de omtvistede tegn undersøges ud fra det helhedsindtryk, alle de forskellige elementer giver, og det skal efterprøves, om den konklusion, appelkammeret kom frem til efter sin undersøgelse, er blevet påvirket af den fejl, det har begået.

43 I henhold til retspraksis giver den omstændighed, at to omtvistede varemærker indeholder lignende ordbestanddele, ikke i sig selv grundlag for at antage, at de omtvistede tegn har visuel lighed. Tilstedeværelsen af figurative bestanddele med en særlig udformning i tegnene kan indebære, at helhedsindtrykket af det enkelte tegn er forskelligt (jf. i denne retning Rettens dom af 9.7.2003, sag T-156/01, Laboratorios RTB mod KHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO AIRE), Sml. II, s. 2789, præmis 73 og 74, og KINJI by SPA-dommen, præmis 48).

44 Ganske vist er de omtvistede tegn, som det er understreget i præmis 39 ovenfor, meget forskellige med hensyn til formen og størrelsen af og farven på de grafiske bestanddele, som i det ældre varemærke i sort-hvid gengiver en kentaur, hvorpå der sidder en rytter, og i det ansøgte varemærke består i gengivelsen af en trekant med et bugtet element i forskellige farver, der er placeret i et rektangel. Ikke desto mindre er der — trods disse forskelle — ved sammenligningen af de nævnte tegn en betydelig lighed mellem ordbestanddelene »arteso« og »artesa«, der er skrevet med de samme store bogstaver, placeret på samme måde under de grafiske elementer, og hvis eneste forskelle er farven og den sidste vokal. Hvad angår ordbestanddelen »napa valley« er denne — i betragtning af sin placering, størrelsen af bogstaverne, som er mindre end dem, der bruges i bestanddelen »artesa«, og den lille afstand mellem de bogstaver, den er sammensat af — kun lidt løsrevet fra hele det ansøgte varemærke og fremstår som en sekundær bestanddel af det nævnte varemærke, der ikke kan spille en afgørende rolle i differentieringen på det visuelle plan af de omtvistede tegn. I modsætning til, hvad sagsøgeren har gjort gældende, fører tilstedeværelsen i de to tegn af den fælles orddel »artes« til, at det kan konstateres, at der er en svag grad af lighed mellem disse varemærker på det visuelle plan.

45 På den baggrund finder Retten, at de omtvistede tegn har en svag grad af visuel lighed.

— Om den fonetiske lighed

46 Ud fra et fonetisk synspunkt kan det ikke anfægtes, at ordbestanddelene »arteso« og »artesa«, der fremgår af de to omhandlede varemærker, har store ligheder. Som det allerede er blevet anført ovenfor i præmis 44, adskiller disse ord sig nemlig kun ved deres sidste vokal.

47 Imidlertid er sagsøgeren af den opfattelse, at appelkammeret har begået en fejl ved ikke — ved den fonetiske sammenligning af de omtvistede tegn — at tage hensyn til ordbestanddelen »napa valley« i det ansøgte varemærke, der forstærker forskellene mellem tegnene.

48 I den forbindelse bemærkes, at udtrykket »artesa napa valley« i det ansøgte varemærke a priori fremkalder et andet fonetisk indtryk end ordet »arteso«.

49 Ikke desto mindre indtager udtrykket »napa valley« en sekundær plads i forhold til ordet »artesa«, og det bliver som sekundær bestanddel i det ansøgte varemærke udeladt af den relevante kundekreds, når varemærket nævnes. Som appelkammeret desuden har anført i præmis 32 i den anfægtede afgørelse, vil den relevante engelsktalende kundekreds snarere opfatte denne bestanddel som en geografisk oprindelsesangivelse for de omhandlede varer, og ikke som et særpræg ved det ansøgte varemærke. Det

forekommer derfor meget sandsynligt, at forbrugerne, når de henviser til det ansøgte varemærke, vil begrænse sig til at nævne ordet »artesa« (Rettens dom af 14.11.2007, sag T-101/06, Castell del Remei mod KHIM — Bodegas Roda (CASTELL DEL REMEI ODA), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 66). I modsætning til, hvad sagsøgeren har anført, er ordbestanddelen »napa valley« således ikke tilstrækkelig til at fjerne enhver fonetisk lighed mellem de omtvistede tegn.

50 I betragtning af det ovenfor anførte kan det konkluderes, at der er en stærk grad af fonetisk lighed mellem de omtvistede tegn.

— Om den begrebsmæssige lighed

51 Ifølge retspraksis kan de begrebsmæssige forskelle opveje de visuelle og fonetiske ligheder, hvis mindst et af de omhandlede varemærker for den relevante kundekreds har en klar og bestemt betydning, som denne kundekreds uden videre kan forstå (Rettens dom af 14.10.2003, sag T-292/01, Phillips-Van Heusen mod KHIM — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), Sml. II, s. 4335, præmis 54).

52 Som appelkammeret har anført i punkt 34 i den anfægtede afgørelse, og som Harmoniseringskontoret har gjort gældende, har ordet »arteso« intet semantisk indhold, og ordet »artesa« — som betegner en beholder, der har en særlig form til at ælte brød — er meget sjældent brugt på spansk, idet brugen af ordet er begrænset til en specialiseret kundekreds. Desuden har ordet artesa, der er et spansk ord, ingen betydning for resten af den relevante europæiske ikke-spansktalende kundekreds. Den relevante

kundekreds, som den er defineret ovenfor i præmis 30, vil derfor ikke tillægge de nævnte ordbestanddele et begrebsmæssigt indhold.

53 I modsætning til, hvad sagsøgeren har gjort gældende, bemærkes, at udtrykket »napa valley« ikke er tilstrækkeligt til at undgå, at det i kundekredsen kunne antages, at de omhandlede varer hidrører fra samme virksomhed eller fra økonomisk forbundne virksomheder. Som det er anført ovenfor i præmis 49, vil det omhandlede udtryk ganske vist af en betydelig del af den relevante kundekreds blive opfattet som en angivelse af varernes handelsmæssige oprindelse, men uden at denne kundekreds vil tillægge tegnet et særligt begrebsmæssigt indhold.

54 Sagsøgerens argument, hvorefter de omtvistede tegns figurative bestanddele vækker forestillinger om forskellige begrebsmæssige indhold, kan ikke afkræfte denne konklusion. For det første hentyder gengivelsen af en kentaur, hvorpå der sidder en rytter, som transporterer en stav med tohankede krukker, til vinens mytologiske oprindelse og henviser således til vinen og til dennes produktion. I betragtning af den relevante kundekreds vækker tegnet derfor forestillinger om vinen, men uden at denne forestilling får en klar og bestemt betydning for den relevante kundekreds, der kunne tilvejebringe en begrebsmæssig forskel mellem de to tegn.

55 Med hensyn til det ansøgte varemærke vanskeliggør den stiliserede gengivelse af den grafiske bestanddel for det andet formidlingen af et begrebsmæssigt indhold og navnlig, at gennemsnitsforbrugeren kan opfatte dette klart. Det er derfor ikke muligt at konkludere, at det ansøgte varemærke med det helhedsindtryk, det giver, hentyder til en idé om noget moderne, der straks vil blive opfattet af den berørte kundekreds.

56 I betragtning af det ovenstående må det fastslås, at der hos forbrugerne i betragtning af de omhandlede tegn på det begrebsmæssige plan ikke vil blive vækket nogen forestilling om en særlig semantisk konnotation, der gør det muligt for dem at fastslå en forskel eller en lighed mellem de to tegn.

Om helhedsvurderingen af risikoen for forveksling

57 Helhedsvurderingen af risikoen for forveksling 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 (jf. analogt Domstolens dom af 29.9.1998, sag C-39/97, Canon, Sml. I, s. 5507, præmis 17, og Rettens dom af 14.12.2006, forenede sager T-81/03, T-82/03 og T-103/03, Mast-Jägermeister mod KHIM — Licorera Zacapaneca (VENADO med ramme), Sml. II, s. 5409, præmis 74).

58 I den foreliggende sag fandt appelkammeret, at de sammenlignede tegn havde en vis grad af lighed på det visuelle plan, og at de fonetisk set lignede hinanden, og konkluderede således, at der i betragtning af, at varerne var af samme art, var en risiko for forveksling mellem de to varemærker.

59 Sagsøgeren er derimod af den opfattelse, at tegnene har betydelige grafiske forskelle, og at de omtvistede varemærker — i betragtning af den betydning, der skal tillægges tegnenes visuelle aspekt i den omhandlede varesektor — kan »sameksistere fredeligt« på markedet.

60 I den henseende bemærkes, at i forbindelse med helhedsvurderingen af forvekslingsrisikoen har de omtvistede tegns visuelle, fonetiske eller begrebsmæssige bestanddele ikke altid samme vægt, og det er således nødvendigt at undersøge de objektive betingelser, hvorunder varemærkerne kan præsenteres på markedet (Rettens dom af 6.10.2004, forenede sager T-117/03 — T-119/03 og T-171/03, New Look mod KHIM — Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE og NLCollection), Sml. II, s. 3471, præmis 49).

61 Betydningen af de omtvistede tegns ligheds- eller forskelsbestanddele kan nemlig bl.a. afhænge af deres væsentlige kendetegn eller markedsføringsbetingelserne for de varer eller tjenesteydelser, som disse betegner. Hvis de varer, som de omhandlede varemærker omhandler, normalt sælges i selvbetjeningsbutikker, hvor forbrugeren selv vælger varen og således hovedsageligt må forlade sig på billedet af det varemærke, der anvendes på denne vare, får en visuel lighed mellem tegnene generelt større betydning (dommen i sagen NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE og NLCollection, præmis 49, og i sagen el charcutero artesano, præmis 80). Hvis varen derimod overalt sælges mundtligt, vil en fonetisk lighed mellem tegnene normalt blive tillagt mere vægt (Rettens dom af 8.2.2007, sag T-88/05, Quelle mod KHIM — Naras Cosmetics (NARS), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 68).

62 I vinsektoren — til forskel fra de ikke-alkoholholdige drikke, der var omhandlet i dommen i sagen KINJA by SPA (præmis 57 og 58) — er forbrugerne af varerne vant til at betegne dem og genkende dem ud fra den ordbestanddel, der tjener til at identificere dem, navnlig på barer og restauranter, hvor vinene bestilles mundtligt, efter at deres navne er blevet fundet på kortet (Rettens dom af 13.7.2005, sag T-40/03, Murúa Entrena mod KHIM — Bodegas Murúa (Julián Murúa Entrena), Sml. II, s. 2831, præmis 56, og af 12.3.2008, sag T-332/04, Sebirán mod KHIM — El Coto De Rioja (Coto D'Arcis), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 38). I den foreliggende sag skal den fonetiske lighed mellem de omhandlede tegn derfor tillægges særlig betydning.

63 I den foreliggende sag er det blevet fastslået, at de omhandlede varer, der er omfattet af de to varemærker, nemlig vine, er af samme art, og at tegnene har en stærk grad af fonetisk lighed samt en svag visuel lighed. Under disse omstændigheder finder Retten, at der — i betragtning af den måde, hvorpå forbrugerne betegner de omhandlede varer, og følgelig den betydning, der skal tillægges den fonetiske lighed — er en risiko for forveksling mellem de to tegn i henhold til artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94.

64 Den omstændighed, at de varer, der er omfattet af det ansøgte varemærke, som det er angivet på det nævnte varemærke, er produceret i Napa-dalen (Napa Valley), er ikke til hinder for, at der er risiko for forveksling. I henhold til retspraksis kan der foreligge en risiko for forveksling, selv om det i kundekredsen antages, at de pågældende varer har forskellige produktionssteder (Canon-dommen, præmis 29 og 30, og Rettens dom af 8.12.2005, sag T-29/04, Castellblanch mod KHIM — Champagne Roederer (CRISTAL CASTELLBLANCH), Sml. II, s. 5309, præmis 52).

65 Følgelig må anbringendet forkastes, og Harmoniseringskontoret bør derfor frifindes i det hele.

Sagens omkostninger

66 I henhold til artikel 87, stk. 2, i Rettens procesreglement pålægges det den tabende part at betale sagens omkostninger, hvis der er nedlagt påstand herom. Sagsøgeren har tabt sagen og bør derfor pålægges at betale sagens omkostninger i overensstemmelse med Harmoniseringskontorets og intervenientens påstande herom.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Anden Afdeling):

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

2) **Codorniu Napa, Inc., betaler sagens omkostninger.**

Pelikánová Jürimäe Soldevila Fragoso

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 23. november 2010.

Underskrifter