Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (devītā palāta)

2015. gada 8. jūlijā*

Kopienas preču zīme — Spēkā neesamības atzīšanas process — Kopienas grafiska preču zīme "Rock & Rock" — Agrākas valsts vārdiskas preču zīmes "MASTERROCK", "FIXROCK", "FLEXIROCK", "COVERROCK" un "CEILROCK" — Relatīvs atteikuma pamats — Regulas (EK) Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts un 53. panta 1. punkta a) apakšpunkts

Lieta T-436/12

Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG , Gladbeka [*Gladbeck*] (Vācija), ko pārstāv *J. Krenzel*, advokāts,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv *L. Rampini*, pārstāvis,

atbildētājs,

ko atbalsta

Ceramicas del Foix, SA , Barselona (Spānija), ko pārstāv *M. Pérez Serres* un *R. Guerras Mazón*, advokāti,

par prasību, kas celta par ITSB Apelācijas otrās padomes 2012. gada 10. jūlija lēmumu (lieta R 495/2011-2) attiecībā uz spēkā neesamības atzīšanas procesu starp *Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG* un *Ceramicas del Foix, SA*.

VISPĀRĒJĀ TIESA (devītā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs G. Berardis [*G. Berardis*], tiesneši O. Cūcs [*O. Czúcz*] (referents) un A. Popesku [*A. Popescu*],

sekretārs I. Dragans [*I. Drăgan*], administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2012. gada 28. septembrī,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2013. gada 9. janvārī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2013. gada 4. janvārī,

* Tiesvedības valoda – angļu.

ņemot vērā replikas rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2013. gada 15. aprīlī,

pēc tiesas sēdes 2014. gada 6. novembrī

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Tiesvedības priekšvēsture

1 2003. gada 12. novembrī persona, kas iestājusies lietā, *Ceramicas del Foix, SA*, iesniedza Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu atbilstoši grozītajai Padomes 1993. gada 20. decembra Regulai (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) (aizstāta ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (OV L 78, 1. lpp.)).

2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir šāds grafisks apzīmējums:



3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst tostarp 2., 19. un 27. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām, un attiecībā uz katru no šīm klasēm atbilst šādam aprakstam:

— 2. klase: “Krāsas, pernicas, lakas; pretkorozijas līdzekļi un koksnes konservēšanas līdzekļi; krāsvielas; kodnes; neapstrādāti dabiskie sveķi; lokšņveida un pulverveida metāli mākslinieciskiem, dekoratīviem nolūkiem un iespieddarbiem”;

— 19. klase: “Nemetāliski būvmateriāli; nemetāliskas cietas caurules būvniecībai; asfalts, darva un bitums; pārvietojamas nemetāliskas būves; piemineklļi (izņemot no metāla). Visas iepriekš minētās preces, izņemot visa veida minerālvates produktus un būvniecībai paredzētos skaņas izolācijas materiālus”;

— 27. klase: “Paklāji, grīdsegas, mašas un pīteņi, linolejs un citi grīdu pārklājuma materiāli; sienu tapsējuma materiāli (netekstila)”.

4 2008. gada 10. janvārī attiecīgais apzīmējums tika reģistrēts kā Kopienas preču zīme (turpmāk tekstā – “apstrīdētā preču zīme”) attiecībā uz šī sprieduma 3. punktā minētajām precēm.

5 2008. gada 14. aprīlī prasītāja *Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG* iesniedza pieteikumu par apstrīdētās preču zīmes spēkā neesamības atzīšanu atbilstoši Regulas Nr. 40/94 52. panta 1. punkta a) apakšpunktam (tagad – Regulas Nr. 207/2009 53. panta 1. punkta a) apakšpunkts), lasot to kopā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu (tagad – Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts).

6 Pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu tostarp bija pamatots ar šādām preču zīmēm:

— agrāka vārdiska preču zīme “MASTERROCK”, kas 2002. gada 9. jūlijā reģistrēta Vācijā ar Nr. 30212141 attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 17., 19. un 37. klasē;

— agrāka vārdiska preču zīme "FIXROCK", kas 1999. gada 23. augustā reģistrēta Vācijā ar Nr. 39920622 attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 6., 17. un 19. klasē;

— agrāka vārdiska preču zīme "FLEXIROCK", kas 1994. gada 21. septembrī reģistrēta Vācijā ar Nr. 2078534 attiecībā uz precēm, kas ietilpst 19. klasē;

— agrāka vārdiska preču zīme "COVERROCK", kas 1997. gada 17. septembrī reģistrēta Vācijā ar Nr.°39732094 attiecībā uz precēm, kas ietilpst 17. un 19. klasē;

— agrāka vārdiska preču zīme "CEILROCK", kas 2003. gada 18. jūnijā reģistrēta Vācijā ar Nr. 30306452 attiecībā uz precēm, kas ietilpst 6., 17. un 19. klasē.

7 6., 17. un 19. klasē ietilpstošās preces, uz kurām attiecās agrākās preču zīmes, ir būvmateriāli, kas galvenokārt tiek izgatavoti no minerālvates. Turklāt preču zīme "MASTERROCK" attiecas arī uz 37. klasē ietvertajiem "inženiertehniskajiem" pakalpojumiem un "iekārtu uzstādīšanas pakalpojumiem".

8 Pieteikums par spēkā neesamības atzīšanu bija pamatots ar visām precēm un pakalpojumiem, kas ir aptverti ar agrākajām preču zīmēm, un bija vērsts pret visām precēm, kas bija aptvertas ar apstrīdēto preču zīmi.

9 Ar 2011. gada 7. februāra lēmumu Anulēšanas nodaļa noraidīja prasītājas iesniegto pieteikumu par spēkā neesamības atzīšanu. Tā atzina, ka starp atsevišķām ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptvertajām precēm pastāv vidējas pakāpes līdzība, kamēr citas bija atšķirīgas vai attāli līdzīgas. Turklāt tā secināja, ka konfliktējošajiem apzīmējumiem bija vāja vizuālās, fonētiskās un konceptuālās līdzības pakāpe, izņemot agrāko preču zīmi "CEILROCK", kas atšķirās no apstrīdētās preču zīmes. Ņemot vērā arī konkrētās sabiedrības daļas īpaši augsto uzmanības pakāpi, tā secināja, ka sajaukšanas iespēja nepastāv.

10 2011. gada 3. martā prasītāja iesniedza apelācijas sūdzību ITSB par Anulēšanas nodaļas lēmumu.

11 Ar 2012. gada 10. jūlija lēmumu (turpmāk tekstā – "apstrīdētais lēmums") Apelācijas otrā padome apstiprināja Anulēšanas nodaļas lēmumu. Tā secināja, ka konkrētās sabiedrības daļas uzmanības pakāpe bija īpaši augsta. Tā arī būtībā apstiprināja Anulēšanas nodaļas konstatējumus par attiecīgo preču un konfliktējošo apzīmējumu līdzību, uzsverot kopējā elementa "rock" aprakstošo raksturu. Tā turklāt atzina, ka preču zīmju saimei piešķirtā plašākā aizsardzība šajā lietā nav piemērojama. Līdz ar to tā konstatēja, ka sajaukšanas iespēja nepastāv.

Tiesvedība un prasījumi

12 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— atcelt apstrīdēto lēmumu;

— piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

13 ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— prasību noraidīt;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

14 Savas prasības atbalstam prasītāja ir izvirzījusi vienu vienīgu pamatu, kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta un 53. panta 1. punkta a) apakšpunkta pārkāpumu.

15 Saskaņā ar šīm tiesību normām Kopienas preču zīmi pēc agrākas preču zīmes īpašnieka pieteikuma atzīst par spēkā neesošu, ja tās identiskuma vai līdzības ar agrāko preču zīmi dēļ un preču vai pakalpojumu, ko aptver abas preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ sabiedrībai tajā teritorijā, kurā ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv sajaukšanas iespēja. Sajaukšanas iespēja ietver asociāciju iespēju ar agrāko preču zīmi. Turklāt saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) punktu par agrākām preču zīmēm uzskata dalībvalstī reģistrētas preču zīmes ar pieteikuma iesniegšanas datumu, kas ir pirms Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma.

16 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja ir iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver attiecīgos apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, un ņemot vērā visus faktorus, kam ir nozīme konkrētajā lietā, it īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un preču vai pakalpojumu, kurus šie apzīmējumi apzīmē, līdzību (spriedumi, 2003. gada 9. jūlijs, *Laboratorios RTB*/ITSB – *Giorgio Beverly Hills* (“GIORGIO BEVERLY HILLS”), T-162/01, *Recueil*, EU:T:2003:199, 30.–33. punkts, un 2013. gada 7. novembris, *Three-N-Products*/ITSB – *Munindra* (“AYUR”), T-63/13, EU:T:2013:583, 14. punkts).

17 Šajā lietā prasītāja piekrīt Apelācijas padomes apgalvojumam, saskaņā ar kuru daļa no precēm, kas ir aptvertas ar konfliktējošajiem apzīmējumiem, ir daļēji līdzīgas, bet pārējās ir attāli līdzīgas vai dažādas. Vispārējā tiesa uzskata šo vērtējumu par pareizu.

Par konkrēto sabiedrības daļu

18 Saskaņā ar judikatūru attiecībā uz konkrētās sabiedrības daļas uzmanības pakāpi sajaukšanas iespējas visaptveroša vērtējuma veikšanas mērķim tiek uzskatīts, ka attiecīgo preču un pakalpojumu vidusmēra patērētājs ir samērā informēts, uzmanīgs un saprātīgs. Tāpat ir jāņem vērā apstāklis, ka vidusmēra patērētāja uzmanības pakāpe var mainīties atkarībā no konkrēto preču vai pakalpojumu kategorijas (skat. spriedumu, 2007. gada 13. februāris, *Mundipharma*/ITSB – *Altana Pharma* (“RESPICUR”), T-256/04, Krājums, EU:T:2007:46, 42. punkts un tajā minētā judikatūra).

19 Šajā lietā Apelācijas padome atzina, ka par attiecīgo teritoriju ir uzskatāma Vācijas teritorija, kas ir agrāko preču zīmju reģistrācijas un aizsardzības valsts, un ka konkrēto sabiedrības daļu veido vidusmēra patērētāji Vācijā un būvdarbu nozares speciālisti. Tā secināja, ka sabiedrības uzmanības pakāpe pirkuma izdarīšanas brīdī ir īpaši augsta, ņemot vērā attiecīgo preču cenu, specializēto raksturu un paredzamo ilgstošo lietošanu.

20 Prasītāja šo vērtējumu nav apstrīdējusi.

21 Jāuzsver, ka attiecīgās preces, kas galvenokārt ir būvmateriāli, vidusmēra patērētāji neizmanto ikdienā. To specializētais raksturs paredz konkrētu un informētu izvēli, neatkarīgi no pārdodamo preču cenas un daudzuma. Turklāt tas vien, ka patērētājs kāda veida preci neiegādājas regulāri, liecina par to, ka patērētāja uzmanības pakāpe būs visai augsta. Jāpiebilst, ka, lai arī daļa no attiecīgajām precēm ir pieejamas plašai sabiedrībai, vienkāršie patērētāji šādas preces iegādājas samērā reti, jo tie parasti uztic šo uzdevumu speciālistam vai konsultējas ar citiem patērētājiem, kuru zināšanu līmenis attiecīgajā jomā ir augstāks par vidējo (šajā ziņā skat. spriedumu, 2009. gada 13. oktobris, *Deutsche Rockwool Mineralwoll*/ITSB – *Redrock Construction* (“REDROCK”), T-146/08, EU:T:2009:398, 45. un 46. punkts).

22 Jāpiebilst, ka zināšanas par būvniecības materiālu īpašībām, kvalitāti un komerciālo izcelsmi ir vēl jo svarīgākas konkrētajai sabiedrības daļai tādēļ, ka šīs preces – tiklīdz tās ir inkorporētas ēkā – var tikt aizstātas tikai ar augstām izmaksām. Turklāt to sliktā kvalitāte var nodarīt kaitējumu ēkai, kam var būt nepieciešama dārga iejaukšanās. Šo iemeslu dēļ ir saprātīgi paredzēt, ka pat vidusmēra patērētājs, kurš neuztic šo produktu izvēles uzdevumu speciālistam, veiks izpēti internetā par attiecīgajām precēm un to katrā ziņā interesēs šo preču izcelsme un to ražotāja identitāte.

23 Tas pats attiecas arī uz būvniecības pakalpojumiem, kurus aptver preču zīme "MASTERROCK" un kuru izvēle ir saistīta ar precīzu un informētu izvēli, kam ir nepieciešams augsts piesardzības līmenis no konkrētās sabiedrības puses.

24 Līdz ar to ir jāapstiprina Apelācijas padomes secinājums, saskaņā ar kuru konkrētās sabiedrības daļas uzmanības pakāpe ir īpaši augsta.

Par apzīmējumu salīdzinājumu

25 Prasītāja kritizē Apelācijas padomi par to, ka tā ir kļūdaini novērtējusi konfliktējošo apzīmējumu līdzību un elementa "rock" aprakstošo raksturu saistībā ar būvniecības nozares precēm.

26 Jāatgādina, ka konfliktējošo apzīmējumu vizuālās, fonētiskās vai konceptuālās līdzības sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz šo apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošos elementus. Minētās sajaukšanas iespējas visaptverošajā vērtējumā noteicošā loma ir preču zīmju uztverei, kāda piemīt attiecīgo preču vai pakalpojumu vidusmēra patērētājam. Šajā ziņā vidusmēra patērētājs parasti preču zīmi uztver kopumā un neanalizē tās atsevišķas sastāvdaļas (skat. spriedumu, 2007. gada 12. jūnijs, ITSB/*Shaker*, C-334/05 P, Krājums, EU:C:2007:333, 35. punkts un tajā minētā judikatūra).

27 Divu preču zīmju līdzības vērtējumā nevar aprobežoties tikai ar viena kombinētas preču zīmes elementa ņemšanu vērā un tā salīdzinājumu ar citu preču zīmi. Gluži pretēji, salīdzinājums, pārbaudot attiecīgās preču zīmes, ir jāveic, katru no tām apskatot kopumā, kas neizslēdz, ka noteiktos apstākļos konkrētās sabiedrības daļas atmiņā radīto kombinētas preču zīmes kopējo iespaidu nosaka viena vai vairākas tās sastāvdaļas (skat. spriedumu ITSB/*Shaker*, minēts 26. punktā, EU:C:2007:333, 41. punkts un tajā minētā judikatūra). Vienīgi tad, ja visi pārējie preču zīmes elementi ir nenozīmīgi, līdzības novērtējumu var veikt, pamatojoties tikai uz dominējošo elementu (spriedumi, ITSB/*Shaker*, minēts 26. punktā, EU:C:2007:333, 42. punkts, un 2007. gada 20. septembris, *Nestlé*/ITSB, C-193/06 P, EU:C:2007:539, 42. punkts). Tā tas varētu būt it īpaši tad, ja šis elements viens pats var dominēt šīs preču zīmes attēlā, kas paliek konkrētās sabiedrības daļas atmiņā, tā, ka visas pārējās preču zīmes sastāvdaļas tās radītajā kopiespaidā nav nozīmīgas (spriedums *Nestlé*/ITSB, minēts iepriekš, EU:C:2007:539, 43. punkts).

– Ievada apsvērumi

28 Saskaņā ar judikatūru, vērtējot preču zīmi veidojoša elementa atšķirtspēju, ir jāvērtē šī elementa izteiktākā vai mazāk izteiktā spēja identificēt preces vai pakalpojumus, attiecībā uz ko preču zīme reģistrēta, kā tādus, kas ir no noteikta uzņēmuma, un tādējādi nošķirt šīs preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm vai pakalpojumiem. Veicot šo novērtējumu, it īpaši ir jāņem vērā attiecīgā elementa raksturīgās iezīmes saistībā ar to, vai tas ir aprakstošs precēm vai pakalpojumiem, attiecībā uz ko ir tikusi reģistrēta preču zīme (spriedumi, 2006. gada 13. jūnijs, *Inex*/ITSB – *Wiseman* (Govs ādas attēlojums), T-153/03, Krājums, EU:T:2006:157, 35. punkts, un 2008. gada 27. februāris, *Citigroup* /ITSB – *Link Interchange Network* ("WORLDLINK"), T-325/04, EU:T:2008:51, 66. punkts.

29 Turklāt patērētājam saprotamo vārdisko elementu noteikšana ir būtiska konfliktējošo apzīmējumu fonētiskās, vizuālās un konceptuālās līdzības novērtēšanai (šajā ziņā skat. spriedumu, 2010. gada 25. jūnijs, *MIP Metro*/ITSB – *CBT Comunicación Multimedia* ("Metromeet"), T-407/08, Krājums, EU:T:2010:256, 37. un 38. punkts).

30 Pirmām kārtām, ir jāatgādina, ka Apelācijas padome ir apstiprinājusi Anulēšanas nodaļas vērtējumu, saskaņā ar kuru konkrētā sabiedrības daļa elementu "rock" identificēs kā saprotamu terminu, tāpat kā elementus "master", "fix", "flexi" un "cover", kas ietilpst angļu valodas pamata vārdu krājumā.

31 Šī pieeja, kurai piekrīt arī prasītāja, ir jāapstiprina.

32 Otrām kārtām, Apelācijas padome atzina, ka elements "rock", kas ir kopējs konfliktējošajos apzīmējumos, ir aprakstošs attiecībā uz precēm, kas ir aptvertas ar šiem apzīmējumiem. Būtībā Vācijas sabiedrības daļa, kuru interesē preces, kas ir aptvertas ar konfliktējošajiem apzīmējumiem, vārdu "rock" var saprast kā tādu, kurš tostarp attiecas uz akmeni, kas savukārt ietver atsauci uz būvmateriāliem.

33 Prasītāja apstrīd šo vērtējumu un uzskata, ka kopējais elements "rock" ir dominējošs agrākajās preču zīmēs.

34 Pirmkārt, tā norāda, ka *Deutsches Patent- und Markenamt* (Vācijas Patentu un preču zīmju birojs) ar numuru 30229274 ir reģistrējis Vācijas preču zīmi "Rock", kā arī lielu skaitu preču zīmju, kurās ir ietverts elements "rock", kā, piemēram, "MASTERROCK", "FIXROCK", "FLEXIROCK", "COVERROCK" un "CEILROCK". Tas esot pierādījums tam, ka Vācijas sabiedrība neuztver vārdu "rock" kā tādu, kas apzīmē būvniecības nozares preces, kā, piemēram, preces, kas ietilpst 19. klasē. Tāpat ITSB esot publicējis preču zīmes pieteikumu Nr. 6885594, kas attiecas tikai uz apzīmējumu "ROCK".

35 Šajā ziņā pietiek atgādināt, ka tikai tas fakts vien, ka preču zīme ir tikusi reģistrēta kā valsts vai Kopienas preču zīme, neizslēdz iespēju, ka tā lielākoties ir aprakstoša jeb, citiem vārdiem sakot, ka tai piemīt tikai vāja raksturīgā atšķirtspēja attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ar to ir aptverti (skat. spriedumu "REDROCK", minēts 21. punktā, EU:T:2009:398, 51. punkts un minētā judikatūra).

36 Otrkārt, prasītāja apgalvo, ka konkrētās vāciski runājošās sabiedrības daļas uztverē vārdam "rock" ir konkrēta nozīme, kas atbilst vārdam "svārki" vācu valodā vai attiecas uz konkrētu mūzikas stilu, un tas netiek saprasts kā tāds, kura nozīme ir "akmens".

37 Jāatgādina, ka angļu valoda ir pasaulē plaši lietota valoda, kas tiek izmantota arī būvniecības nozarē. Pat ja Vācijas vidusmēra patērētājam nav padziļinātu angļu valodas zināšanu, termins "rock" ir angļu valodas pamatvārds un gan speciālisti, gan patērētāji asociēs šo terminu ar vārdu "akmens" (spriedums "REDROCK", minēts 21. punktā, EU:T:2009:398, 53. punkts).

38 Turklāt ir jānorāda, ka vismaz daļa no būvmateriāliem, kas ir aptverti ar apstrīdēto preču zīmi, un gandrīz visas preces, kas ir aptvertas ar agrākajām preču zīmēm, ir izgatavotas no izejvielām, kuru pamatā ir akmens, ko, it īpaši to dabiskajā stāvoklī, konkrētā sabiedrības daļa viegli var asociēt ar terminu "rock", pat saprotot ar to "klinšakmeni" vai "klinti", kā dēļ tas ir lielākoties aprakstošs (spriedums "REDROCK", minēts 21. punktā, EU:T:2009:398, 54. punkts).

39 Šo konstatējumu nevar apstrīdēt ar prasītājas argumentu, saskaņā ar kuru terminam "rock" vācu valodā ir citas nozīmes, proti, tas ir mūzikas stila un sieviešu apģērba gabala apzīmējums. Būtībā, lai novērtētu apzīmējuma atšķirtspējīgo vai aprakstošo raksturu, ir jāņem vērā minētā apzīmējuma nozīme, kas attiecas uz aptvertajām precēm vai apzīmē kādu no to īpašībām (spriedumi, 2003. gada 23. oktobris, ITSB/*Wrigley*, C-191/01 P, *Recueil*, EU:C:2003:579, 32. punkts, un "REDROCK", minēts 21. punktā, EU:T:2009:398, 55. punkts).

40 Turklāt šajā lietā terminam "rock" ir arī slavinoša nozīme attiecībā uz aptverto preču un pakalpojumu īpašībām, kas it īpaši attiecas uz būvmateriāliem un būvniecības darbību, jo to var saprast tādējādi, ka tas ietver atsauci uz klinšakmeņu vai citu akmens veidojumu izturīgumu un stabilitāti. Tomēr slavinošam vārdam, kas attiecas uz aptverto preču vai pakalpojumu īpašībām, nav paaugstinātas raksturīgās atšķirtspējas attiecībā uz šīm precēm vai pakalpojumiem (šajā ziņā skat. spriedumus, 2008. gada 16. janvāris, *Inter-Ikea*/ITSB – *Waibel* ("idea"), T-112/06, EU:T:2008:10, 51. punkts, un "REDROCK", minēts 21. punktā, EU:T:2009:398, 56. punkts).

41 No tā izriet, ka kopējais elements "rock" ir lielākoties aprakstošs un slavinošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, ko aptver konfliktējošie apzīmējumi, un tādējādi tam ir tikai vāja raksturīgā atšķirtspēja, kā to pamatoti ir atzinusi Apelācijas padome.

42 Trešām kārtām, Apelācijas padome ir arī atzinusi, ka pārējiem agrākajās preču zīmēs "MASTERROCK", "FIXROCK", "FLEXIROCK" un "COVERROCK" ietvertajiem elementiem ir vāja atšķirtspēja. Tāsprāt, minēto apzīmējumu sākumelementus konkrētā vāciski runājošā sabiedrības daļa mentāli asociē ar iespējamajām īpašībām, kas piemīt akmens vatei, proti, ar tās fleksibilitāti ("flexi"), iespēju to ātri piestiprināt uz sienām ("fix"), tās augstāko kvalitāti ("master") vai tās izmantošanu nosegšanai ("cover"). Termini, kas atbilst šiem vārdiskajiem elementiem, pieder angļu valodas pamatleksikai un turklāt ir analoģiski vācu valodas terminiem "fix", "flexibel" un "Meister". Tāpat termins "cover" ir anglicisms, kurš ir ienācis vācu valodā.

43 Prasītāja piekrīt šiem apsvērumiem.

44 Vispārējā tiesa uzskata, ka elementus "flexi", "fix", "master" un "cover" konkrētā sabiedrības daļa asociēs ar būvniecības materiālu fiziskajām īpašībām, un it īpaši ar minerālvates fiziskajām īpašībām, vai elementa "cover" gadījumā – ar to paredzēto izmantošanas veidu. Tā kā minētie elementi ir lielākoties aprakstoši un slavinoši, tiem ir tikai vāja raksturīgā atšķirtspēja, kā dēļ ir jāapstiprina Apelācijas padomes vērtējums.

– Par salīdzinājuma vizuālo aspektu

45 Šajā lietā Apelācijas padome atzina, ka, neraugoties uz salikteņa otrās daļas "rock" esamību visos attiecīgajos apzīmējumos, to līdzība ir samazināta divu iemeslu dēļ, ņemot vērā, pirmkārt, to dažādās salikteņu pirmās daļas, un, otrkārt, apstrīdētās preču zīmes grafisko elementu un tā nodalījumu ar "&" zīmi. Tādējādi to radītajā kopējā iespaidā līdzības pakāpe starp apzīmējumiem esot vāja.

46 Prasītāja apstrīd šo apgalvojumu.

47 Pirmkārt, tā uzskata, ka elementi "master", "fix", "flexi" un "cover" apraksta attiecīgās preces un pakalpojumus un ka apstrīdētajā preču zīmē ietvertie grafiskie elementi ir maznozīmīgi. Līdz ar to elements "rock" esot dominējošs gan agrākajās preču zīmēs "MASTERROCK", "FIXROCK", "FLEXIROCK" un "COVERROCK", gan apstrīdētajā preču zīmē "Rock & Rock". Tā kā dominējošie elementi ir identiski, konfliktējošajiem apzīmējumiem esot augsta līdzības pakāpe no vizuālā viedokļa.

48 Attiecībā uz kombinētās preču zīmes viena vai vairāku elementu dominējošā rakstura novērtējumu it īpaši ir jāņem vērā katra šī elementa raksturīgās iezīmes salīdzinājumā ar citu elementu raksturīgajām iezīmēm. Turklāt un papildus var ņemt vērā dažādo sastāvdaļu nozīmi kombinētās preču zīmes konfigurācijā (spriedums, 2002. gada 23. oktobris, *Matratzen Concord*/ITSB – *Hukla Germany* ("MATRATZEN"), T-6/01, *Recueil*, EU:T:2002:261, 35. punkts).

49 Jāatgādina, ka gan vārdiskais elements "rock", gan vārdiskie elementi "master", "fix", "flexi" un "cover" ir lielākoties aprakstoši un slavinoši, ciktāl ir runa par attiecīgajām precēm un pakalpojumiem (skat. šī sprieduma 41. un 44. punktu).

50 Turklāt saskaņā ar judikatūru patērētājs parasti piešķir lielāku nozīmi vārdu sākuma daļai (spriedums, 2004. gada 17. marts, *El Corte Inglès*/ITSB – *González Cabello* un *Iberia Líneas Aéreas de España* (“MUNDICOR”), T-183/02 un T-184/02, *Recueil*, EU:T:2004:79, 81. punkts).

51 Šajā lietā agrāko preču zīmju “MASTERROCK”, “FIXROCK”, “FLEXIROCK” un “COVERROCK” sākuma daļu veido vārdiskie elementi “master”, “fix”, “flexi” un “cover”.

52 Līdz ar to ir jānoraida prasītājas apgalvojums, saskaņā ar kuru minētajās agrākajās preču zīmēs dominē vārdiskais elements “rock”.

53 Attiecībā uz agrāko preču zīmi “CEILROCK” elementam “ceil” – atšķirībā no elementa “rock” – nav tādas nozīmes, kas ietvertu atsauci uz attiecīgajām precēm. Turklāt elements “ceil” atrodas preču zīmes sākumā. Līdz ar to konkrētā sabiedrības daļa, kas uztver apzīmējumus vizuāli, daudz lielāku uzmanību piešķir šim elementam, nevis kopējam elementam “rock”.

54 No tā izriet, ka prasītājas arguments par elementa “rock” dominējošo raksturu agrākajās preču zīmēs ir jānoraida.

55 Otrkārt, ir jāuzsver, ka, ņemot vērā dominējošos elementu neesamību, Apelācijas padome veica attiecīgo preču zīmju salīdzinājumu, izvērtējot katru no šīm preču zīmēm kopumā.

56 Šī pieeja, ņemot vērā šī sprieduma 27. punktā minēto judikatūru, ir jāapstiprina.

57 Jākonstatē, ka konfliktējošie apzīmējumi ir identiski saistībā ar to otro vārdisko elementu “rock”, bet atšķirīgi saistībā ar to vārdiskajiem sākuma elementiem, jo apstrīdētā preču zīme arī sākas ar elementu “rock”, bet agrāko preču zīmju sākuma elementi ir “master”, “fix”, “flexi”, “cover” un “ceil”.

58 Tāpat, lai arī preču zīmes “Rock & Rock” grafiskais attēlojums nav īpaši kreatīvs, tas tomēr nošķir šīs preču zīmes radīto vizuālo iespaidu no agrāko preču zīmju radītā vizuālā iespaida, kā pamatoti ir atzinusi Apelācijas padome. Tas pats attiecas arī uz “&” zīmi, kas atdala abus apstrīdētās preču zīmes elementus.

59 Turklāt, lai arī ir tiesa, ka apstrīdētās preču zīmes pirmais elements ir “rock”, kas ir ietverts arī agrāko preču zīmju beigās, ir jānorāda, ka elementa “rock” dublēšana ir neierasts attēlojums, kas vēl vairāk atšķir minētās preču zīmes radīto vizuālo iespaidu no agrāko preču zīmju radītā vizuālā iespaida. Tādējādi minētā dublēšana neitralizē to, ka apstrīdētās preču zīmes salikteņa pirmā daļa atbilst agrāko preču zīmju salikteņa otrajai daļai.

60 Ņemot vērā šos apsvērumus, apstrīdētais lēmums ir jāapstiprina, secinot, ka vizuālā līdzība starp konfliktējošajiem apzīmējumiem ir vāja.

– Par salīdzinājuma fonētisko aspektu

61 Attiecībā uz salīdzinājuma fonētisko aspektu Apelācijas padome atzina, ka asonansi starp apzīmējumu salikteņu otrajām daļām samazināja to dažādās pirmās daļas. Turklāt tā uzskatīja, ka attiecīgo apzīmējumu salikteņu pirmās daļas satur dažādus patskaņus, ar vienīgo izņēmumu saistībā ar “o” burtu elementā “cover”. Līdz ar to tā secināja, ka pastāv vāja fonētiskās līdzības pakāpe.

62 Prasītāja apstrīd šo vērtējumu un norāda, ka attiecīgajiem apzīmējumiem ir augsta līdzības pakāpe no fonētiskā viedokļa.

63 Kā piemēru tā min agrāko preču zīmi "COVERROCK". Tāsprāt, patskaņu secība un skaņu daudzums "COVERROCK" un "Rock & Rock" gadījumā ir identisks. Elementa "koverrok" izruna tādējādi esot ļoti līdzīga elementa "rokentrok" izrunai, un konkrētajai sabiedrības daļai būšot ļoti grūti nošķirt šīs preču zīmes, it īpaši aktīvajā rūpniecības vai būvniecības vidē vai izrunājot preču zīmes pa telefonu.

64 Jānorāda, ka apzīmējumi "COVERROCK" un "Rock & Rock" satur trīs zilbes un ka patskaņu "o", "e" un "o" secība ir tāda pati, ja tiek ievēroti vācu valodas izrunas noteikumi.

65 Tomēr attiecīgās agrākās preču zīmes pirmā daļa ("cover") ietver tādu līdzskaņu "k", "v" un "r" secību, kas pilnībā atšķiras no apstrīdētās preču zīmes līdzskaņu "r", "kk", "n" un "d" secības. Jāpiebilst, ka saskaņā ar šī sprieduma 50. punktā minēto judikatūru patērētājs parasti piešķir lielāku nozīmi apzīmējumu sākuma daļai.

66 Tādējādi apzīmējumiem "COVERROCK" un "Rock & Rock" ir tikai vāja līdzība no fonētiskā viedokļa.

67 Jāpiebilst, ka pārējām agrākajām preču zīmēm "MASTERROCK", "FIXROCK", "FLEXIROCK" un "CEILROCK" ir vēl mazāka līdzība ar "Rock & Rock", jo tajās ietverto skaņu secība ir vēl attālāka no apstrīdētās preču zīmes skaņu secības.

68 Turklāt prasītāja nevar lietderīgi atsaukties uz vidi. Būtībā būvmateriālu izvēle ir atsevišķs, ar fiziskajiem būvdarbiem nesaistīts posms, un nekas neļauj secināt, ka attiecīgo preču un pakalpojumu izvēle tiek izdarīta būvlaukumā vai tikai pamatojoties uz mutiski saņemto informāciju. Tāpat saziņa pa telefonu nekādi netraucē konkrētajai sabiedrības daļai pamanīt būtiskās atšķirības konfliktējošo apzīmējumu izrunā.

69 Ņemot vērā šos apsvērumus, ir jāapstiprina Apelācijas padomes secinājums, saskaņā ar kuru starp konfliktējošajiem apzīmējumiem pastāvošā fonētiskā līdzība ir vāja.

– Par salīdzinājumu konceptuālo aspektu

70 Apstrīdētajā lēmumā Apelācijas padome ir vērsusi uzmanību uz konfliktējošo apzīmējumu sastāvdaļu aprakstošo raksturu, izņemot elementu "ceil". Tā konstatēja, ka kopējais elements "rock" agrāko preču zīmju gadījumā attiecās uz minerālvati (angļu valodā – *rockwool*), kas ir agrāko preču zīmju aptverto preču izejmateriāls. Elementi "master", "flexi", "fix" un "cover" ietvēra atsauci uz akmens vates īpašībām vai izmantošanas veidiem. Savukārt apstrīdētās preču zīmes gadījumā elements "rock" drīzāk ietvēra atsauci uz mūzikas stilu, jo konkrētā sabiedrības daļa asociēšot "Rock & Rock" ar izteicienu "rock and roll" un uztveršot apstrīdēto preču zīmi kā vārdu spēli. Līdz ar to līdzības pakāpe no konceptuālā viedokļa esot vāja.

71 Prasītāja apstrīd šo vērtējumu. Tā norāda, ka elements "rock" ir dominējošs konfliktējošajos apzīmējumos un tas ietver atsauci uz to pašu ideju, proti, nozīmi "akmens" vai "pamatiezis". Tādēļ starp šiem apzīmējumiem pastāvot vidējas pakāpes līdzība no konceptuālā viedokļa.

72 Jāatgādina, ka prasītājas argumenti ar mērķi pierādīt elementa "rock" dominējošo raksturu jau ir tikuši noraidīti, ņemot vērā šī termina vājo atšķirtspēju attiecībā uz konkrētajām precēm un pakalpojumiem (skat. šī sprieduma 37.–41. punktu).

73 Turklāt ir jākonstatē, ka salikteņu pirmās daļas "master", "fix", "flexi" un "cover" apvienojumā ar salikteņu otro daļu "rock" konkrētā sabiedrības daļa asociē ar "akmens" vai "klintsakmeņa" fiziskajām īpašībām vai arī ar minerālvates īpašībām vai tās paredzēto izmantošanas veidu, kamēr preču zīme "Rock & Rock" drīzāk tiek uztverta kā vārdu spēle, ņemot vērā izteicienu "rock & roll", kas ir mūzikas stils.

74 Attiecībā uz agrāko preču zīmi “CEILROCK” tikai elementu “rock” konkrētā sabiedrības daļa uztvers tā sākotnējā nozīmē kā “akmeni” vai “klintsakmeni”. Šī nozīme ir ļoti tālu no šī sprieduma 73. punktā aprakstītās “rock & rock” konceptuālās vērtības.

75 Līdz ar to Apelācijas padome pamatoti ir atzinusi, ka konceptuālā līdzība starp konfliktējošajiem apzīmējumiem ir vāja.

76 Rezumējot ir jāsecina, ka Apelācijas padome ir pareizi atzinusi, ka starp konfliktējošajiem apzīmējumiem pastāv tikai vāja līdzības pakāpe no vizuālā, fonētiskā un konceptuālā viedokļa.

Par argumentu, kas attiecas uz preču zīmju “sērijas” vai “saimes” jēdzienu

77 Apstrīdētajā lēmumā Apelācijas padome secināja, ka prasītāja nevar atsaukties uz preču zīmju saimei piešķirto plašāko aizsardzību.

78 Prasītāja apgalvo, ka tai pieder Vācijas un Kopienas preču zīmju sērija, kurās ir ietverts sērijveida elements “rock”, kas ļauj atpazīt šīs preču zīmes. Tādēļ tā uzskata, ka konkrētā sabiedrības daļa asociēs terminu “rock” ar tās agrākajām preču zīmēm, kas radīs sajaukšanas iespēju asociācijas starp attiecīgajiem apzīmējumiem veidā, ciktāl tā ir uzņēmums, kas pieder pasaules vadošajam minerālvates izstrādājumu ražotājam. Tā apgalvo, ka apstrīdētās preču zīmes otrais elements “rock” neatrodas citā pozīcijā, nekā tas atrodas agrāko preču zīmju saimē, kas palielina sajaukšanas iespēju.

79 Jāatgādina, ka asociācijas iespēja ir īpašs sajaukšanas iespējas gadījums, ko raksturo fakts, ka attiecīgās preču zīmes, kuras nav tādas, ko mērķsabiedrība varētu tieši sajaukt, varētu tikt uztvertas kā viena un tā paša īpašnieka divas preču zīmes (skat. spriedumu, 2003. gada 9. aprīlis, *Durferrit*/ITSB – *Kolene* (“NU-TRIDE”), T-224/01, *Recueil*, EU:T:2003:107, 60. punkts un tajā minētā judikatūra). Lai šis kritērijs tiktu izpildīts, pieteikumam par spēkā neesamības atzīšanu ir jābūt pamatotam ar vairāku tādu preču zīmju pastāvēšanu, kurām ir kopējas iezīmes, kas tās ļauj uzskatīt par tās pašas preču zīmju saimes vai sērijas daļu (spriedums, 2008. gada 18. decembris, *Les Éditions Albert René*/ITSB, C-16/06 P, Krājums, EU:C:2008:739, 101. punkts). Tomēr preču zīmju sērijas vai saimes faktoram ir nozīme tikai tad, ja kopējais elements ir atšķirtspējīgs. Ja šis elements ir aprakstošs, tas nevar radīt sajaukšanas iespēju (šajā ziņā skat. spriedumu, 2004. gada 6. jūlijs, *Grupo El Prado Cervera*/ITSB – *Héritiers Debuschewitz* (“CHUFAFIT”), T-117/02, Krājums, EU:T:2004:208, 59. punkts).

80 Pirmkārt, ir jāatgādina, ka Vispārējā tiesa jau ir nospriedusi, ka uz preču zīmju saimei piešķirto plašāko aizsardzību nevar lietderīgi atsaukties, ja agrāko preču zīmju kopējais elements ir lielākoties aprakstošs attiecībā uz aptvertajām precēm un pakalpojumiem. Termins, kurš ietver atsauci uz minēto preču un pakalpojumu veidu, nevar veidot atšķirtspējīgu preču zīmju saimes pamatkoncepciju (šajā ziņā skat. spriedumu, 2012. gada 13. jūlijs, *Caixa Geral de Depósitos*/ITSB – *Caixa d’Estalvis i Pensions de Barcelona* (“la Caixa”), T-255/09, EU:T:2012:383, 82. punkts).

81 Jāatgādina, ka elements “rock” ir lielākoties aprakstošs un slavinošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir aptverti ar agrākajām preču zīmēm. Līdz ar to, piemērojot šī sprieduma 79. un 80. punktā minēto judikatūru, tas nevar būt preču zīmes saimes kopējais elements.

82 Otrkārt, šo konstatējumu apstiprina 2014. gada 30. janvāra rīkojums *Industrias Alen*/*The Clorox Company* (C-422/12 P, Krājums, EU:C:2014:57, 45. punkts), kurā Tiesa nosprieda, ka konstatējums par sajaukšanas iespējas esamību starp preču zīmēm “CLOROX” un “CLORALEX” nenozīmē, ka agrākās preču zīmes īpašniekam ir jāatzīst monopoltiesības uz elementu “clor”, kas ir lielākoties aprakstošs attiecībā uz konkrētajām precēm, jo sajaukšanas iespējas esamība nosaka vienīgi aizsardzību attiecībā uz konkrētu elementu kombināciju, tomēr neaizsargājot šajā kombinācijā ietverto aprakstošo elementu kā tādu.

83 Tādas preču zīmju saimes atzīšana, kurā ir ietverts sērijveida elements “rock”, tieši radītu elementa “rock” monopolizēšanu, kurš ir lielākoties aprakstošs un slavinošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir aptvertas ar agrākajām preču zīmēm. Aizsardzība, kas ir palielināta ar preču zīmju saimes pastāvēšanas atzīšanu, nozīmētu, ka praksē neviens cits saimnieciskās darbības subjekts nevarētu reģistrēt preču zīmi, kas ietver elementu “rock”, un tam attiecīgā gadījumā pat varētu tikt aizliegts izmantot šo elementu tā reklāmas saukļos un materiālos. Šāds brīvas konkurences ierobežojums, kas izrietētu no angļu valodas pamatterminā rezervēšanas vienam vienīgam saimnieciskās darbības subjektam, nevar tikt pamatots ar vēlmi kompensēt agrāko preču zīmju īpašnieka radošos centienus vai centienus reklāmas jomā. Ja runa nav par izmantošanas rezultātā iegūtu atšķirtspēju, komercvērtība, kas ir šai iepriekš minētajai rezervēšanai, nav šādu īpašnieka centienu rezultāts, bet tikai tā vārda nozīmes rezultāts, kas atbilst attiecīgajai valodai, kurā ir ietverta atsauce uz attiecīgajām precēm un pakalpojumiem.

84 Treškārt, prasītāja nevar lietderīgi atsaukties uz 2010. gada 27. aprīļa spriedumu *UniCredito Italiano* /ITSB – *Union Investment Privatfonds* (“UNIWEB”) (T-303/06 un T-337/06, EU:T:2010:160). Šajā spriedumā Vispārējā tiesa būtībā uzsvēra sērijveida elementa “uni” atšķirtspēju attiecībā uz aptvertajiem pakalpojumiem un atzina, ka šai atšķirtspējai bija tāda pakāpe, ka attiecīgais elements pats par sevi varēja radīt konkrētajai sabiedrības daļai tiešu asociāciju ar attiecīgo sēriju (spriedums “UNIWEB”, minēts iepriekš, EU:T:2010:160, 35., 38. un 39. punkts). Tomēr šajā lietā šādas atšķirtspējas pakāpes nav.

85 Elementam “uni” nenoliedzami ir nozīme no Vācijas vidusmēra patērētāja viedokļa, bet to nevar tieši salīdzināt ar finanšu pakalpojumiem, it īpaši ar ieguldījumu fondiem, kurus lietā, kurā tika taisīts spriedums “UNIWEB”, minēts 84. punktā (EU:T:2010:160), aptvēra agrākās preču zīmes. Savukārt šajā lietā norādītais elements “rock” ietver atsauci uz agrāko preču zīmju aptverto būvniecības materiālu un pakalpojumu īpašībām. Līdz ar to, tā kā faktiskais konteksts šajā izšķirošajā aspektā ir atšķirīgs, iepriekš minētajā spriedumā īstenotais risinājums nevar tikt transponēts šajā lietā.

86 No tā izriet, ka, tā kā šajā lietā elements “rock” ir lielākoties aprakstošs un slavinošs attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, kas ir aptverti ar agrākajām preču zīmēm, tas nevar veidot preču zīmju saimes kopējo pamatkoncepciju.

87 Pilnības labad ir jāatgādina, ka saskaņā ar judikatūru pat preču zīmju saimes pastāvēšanas gadījumā paplašinātā aizsardzība, kuras mērķis ir novērst asociācijas iespēju, tiek piešķirta tikai gadījumā, ja jaunākajai preču zīmei ir tādas īpašības, kas var to saistīt ar attiecīgo sēriju. Tā tas nevarētu būt, piemēram, tad, ja agrāko sērijveida preču zīmju kopējais elements reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē tiek izmantots ar semantiski atšķirīgu saturu (šajā ziņā skat. spriedumus, 2006. gada 23. februāris, *Il Ponte Finanziaria*/ITSB – *Marine Enterprise Projects* (“BAINBRIDGE”), T-194/03, Krājums, EU:T:2006:65, 126. un 127. punkts, un “UNIWEB”, minēts 84. punktā, EU:T:2010:160, 34. punkts).

88 Tomēr šajā lietā elementam “rock” apstrīdētajā preču zīmē “Rock &Rock” un agrākajās preču zīmēs ir semantiski atšķirīgs saturs, jo tajā apstrīdētās preču zīmes gadījumā vārdu spēles ietvaros ir ietverta atsauce uz mūzikas stilu, kamēr agrāko preču zīmju gadījumā tajā ir ietverta atsauce uz “akmeni”, “klintsakmeni” vai arī minerālvati, elementiem “fix”, “flexi” un “cover” precizējot to fiziskās īpašības vai paredzēto izmantošanas veidu (skat. šī sprieduma 44. un 73. punktu).

89 Līdz ar to prasītājas argumenti par preču zīmju sērijai vai saimei piešķirto plašāko aizsardzību ir jānoraida.

Par agrāko preču zīmju atšķirtspēju

90 Apstrīdētajā lēmumā Apelācijas padome apstiprināja Anulēšanas nodaļas secinājumus, saskaņā ar kuriem agrāko preču zīmju "FLEXIROCK", "FIXROCK", "MASTERROCK" un "COVERROCK" atšķirtspēja ir vāja, ņemot vērā to elementu lielākoties aprakstošo raksturu, kamēr preču zīme "CEILROCK" esot izdomājums.

91 Prasītāja šajā ziņā nav paudusi nekādu konkrētu argumentāciju.

92 Jāatgādina, ka visās agrākajās preču zīmēs elements "rock" ietvēra atsauci uz "akmeni", "klintsakmeni" vai arī minerālvati, to elementiem "fix", "flexi" un "cover" precizējot to fiziskās īpašības vai paredzēto izmantošanas veidu (skat. šī sprieduma 44. un 73. punktu). Turklāt elementam "master" ir slavinoša nozīme, ko konkrētā sabiedrības daļa pielīdzinās šajā punktā minētajai termina "rock" nozīmei. Līdz ar to ir jāapstiprina Apelācijas padomes konstatējums, saskaņā ar kuru agrākajām preču zīmēm "FLEXIROCK", "FIXROCK", "MASTERROCK" un "COVERROCK" ir tikai vāja atšķirtspēja.

93 Turklāt, tā kā konkrētā sabiedrības daļa nepiešķir nekādu konkrētu nozīmi elementam "ceil", vārdiskā kombinācija "CEILROCK" ir izdomājums, kā dēļ tai ir vidēja atšķirtspēja.

Par sajaukšanas iespēju

94 Apstrīdētajā lēmumā Apelācijas padome atzina, ka, ņemot vērā agrāko preču zīmju vājo atšķirtspēju, izņemot preču zīmi "CEILROCK", kas ir izdomājums, vājo līdzību starp konfliktējošajiem apzīmējumiem un konkrētās sabiedrības daļas īpaši augsto uzmanības pakāpi, starp konfliktējošajiem apzīmējumiem nepastāv nekāda sajaukšanas iespēja.

95 Prasītāja apstrīd šo vērtējumu, apgalvojot, ka sajaukšanas iespēja pastāv.

96 No iepriekš veiktā vērtējuma izriet, ka preces, kas ir aptvertas ar konfliktējošajiem apzīmējumiem, daļēji ir līdzīgas un pārējā daļā – nedaudz līdzīgas vai dažādas. Turklāt konkrētās sabiedrības daļas uzmanības pakāpe ir īpaši augsta un starp konfliktējošajiem apzīmējumiem pastāv tikai vāja līdzības pakāpe, kas turklāt izriet no elementa, kurš ir lielākoties aprakstošs un slavinošs attiecībā uz konkrētajām precēm un slavinošs attiecībā uz aptvertajiem pakalpojumiem. Visbeidzot ir jāatgādina, ka agrāko preču zīmju atšķirtspēja ir vāja, izņemot preču zīmi "CEILROCK", kuras atšķirtspēja ir vidēja.

97 Saistībā ar konfliktējošo apzīmējumu vispārīgo novērtējumu, ievērojot to, ka konkrētās sabiedrības daļas uzmanības pakāpe ir īpaši augsta, iegādājoties attiecīgās preces, konfliktējošos apzīmējumus nodalošās vizuālās, fonētiskās un konceptuālās atšķirības ir pietiekamas, lai, neraugoties uz atsevišķu aptverto preču līdzību, novērstu to, ka no kopējā elementa "rock" esamības izrietošās līdzības varētu radīt sajaukšanas iespēju Vācijas vidusmēra patērētājam un būvniecības nozares speciālistiem (šajā ziņā skat. spriedumu "REDROCK", minēts 21. punktā, EU:T:2009:398, 86. punkts).

98 Līdz ar to vienīgais prasītājas izvirzītais pamats ir jānoraida, un tādējādi ir jānoraida arī prasība kopumā.

Par tiesāšanās izdevumiem

99 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Tā kā prasītājai spriedums nav labvēlīgs, tai jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (devītā palāta)

nospriež:

1) prasību noraidīt;

2) *Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG* sedz tiesāšanās izdevumus.

Berardis Czúcz Popescu

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2015. gada 8. jūlijā.

[Paraksti]