РЕШЕНИЕ НА ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯ СЪД (пети състав)

22 януари 2009 година*

По дело T-316/07

Commercy AG, установено във Ваймар (Германия), представлявано първоначално от адв. F. Jaschke, впоследствие от адв. S. Grosse и адв. I. Müller, avocats,

жалбоподател,

срещу

Служба за хармонизация във вътрешния пазар (марки, дизайни и модели) (СХВП), за която се явява г-н S. Schäffner, в качеството на представител,

ответник,

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

* Език на производството: немски.

easyGroup IP Licensing Ltd, установено в Лондон (Обединеното кралство), за което се явяват адв. T. Koerl и адв. S. Möbus, avocats,

с предмет жалба, подадена срещу Решение на втори апелативен състав на СХВП от 19 юни 2007 г. (преписка R 1295/2006-2) относно процедура за обявяване на недействителност между Commercy AG и easyGroup IP Licensing Ltd,

ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯТ СЪД
НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ (пети състав),

състоящ се от: г-н M. Vilaras (докладчик), председател, г-н M. Prek и г-н V. Ciucă, съдии,

секретар: г-жа C. Kantza, администратор,

предвид жалбата, подадена в секретариата на Първоинстанционния съд на 20 август 2007 г.,

предвид писмения отговор на СХВП, подаден в секретариата на Първоинстанционния съд на 7 януари 2008 г.,

предвид писмения отговор на встъпилата страна, подаден в секретариата на Първоинстанционния съд на 21 декември 2007 г.,

предвид молбата за предоставяне на правна помощ, подадена от жалбоподателя на 18 септември 2008 г.,

след съдебното заседание от 18 септември 2008 г.,

предвид писмените становища относно молбата на жалбоподателя за предоставяне на правна помощ, подадени от СХВП и от встъпилата страна на 2 октомври 2008 г.,

предвид решението на председателя от 9 октомври 2008 г. за приключване на устната фаза на производството,

постанови настоящото

Решение

Обстоятелства, предхождащи спора

1 На 21 декември 2000 г. встъпилата страна easyGroup IP Licensing Ltd подава в Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки, дизайни и модели)

(СХВП) заявка за регистрация на марка на Общността на основание изменения Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността (ОВ L 11, 1994 г., стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 1, стр. 146).

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

3 Стоките и услугите, за които е поискана регистрацията на марката, спадат към класове 9, 16, 25, 32, 33, 35, 36, 38, 39, 41 и 42 по смисъла на Ницката спогодба относно международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 година, ревизирана и допълнена.

4 На 30 юни 2004 г. марката на Общността е регистрирана под номер 1 866 706 за всички стоки и услуги, посочени в заявката за регистрация.

5 На 11 февруари 2005 г. жалбоподателят Commercy AG подава искане за обявяване на недействителност на разглежданата марка по член 55 от Регламент № 40/94. Изложените основания са посочените в член 52, параграф 1, буква а) от този регламент във връзка с член 8, параграф 1 от същия.

6 Искането за обявяване на недействителност е основано на по-ранната национална словна марка „EASYHOTEL“, регистрирана в Германия за стоки

и услуги, спадащи по-конкретно към класове 9 и 42 и съответстващи за всеки от тези класове на следното описание:

— клас 9: „Информационен софтуер за създаване на онлайн магазини, напълно независими от платформи и авторски системи в Интернет, предназначени главно за резервация, поръчка и плащане за хотелски стаи“,

— клас 42: „Разработка и създаване на информационен софтуер главно за онлайн магазините и авторските системи в Интернет по-специално за резервация, поръчка и плащане за хотелски стаи“.

7 Искането за обявяване на недействителност е насочено срещу всички стоки и услуги, обхванати от спорната марка.

8 На 12 февруари 2005 г. по силата на член 49 от Регламент № 40/94 встъпилата страна се отказва от спорната марка за всички стоки и услуги по класове 9 и 38, както и за една част от услугите по клас 42, за които тя е регистрирана. Този отказ е вписан в регистъра от СХВП на 28 юни 2005 г.

9 Сред услугите по класове 39 и 42, обхванати от спорната марка след този отказ, са по-конкретно тези, които за класове 39 и 42 отговарят на следното описание:

— клас 39: „Информационни услуги относно всички транспортни услуги, включително информационни услуги, предоставяни онлайн въз основа на информационна база данни или на Интернет; услуги за резервация и за поръчка на пътувания, предоставяни в световната Интернет мрежа (World Wide Web)“,

— клас 42: „Услуги за информатизирани резервации на хотелски стаи“.

10 С решение от 31 юли 2006 г. отделът по заличаването отхвърля искането за обявяване на недействителност, като счита, че не е изпълнено едно от необходимите условия за прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94, а именно идентичността или приликата на стоките и услугите, обхванати от конфликтните марки.

11 На 29 септември 2006 г. жалбоподателят подава жалба на основание членове 57—62 от Регламент № 40/94 срещу решението на отдела по заличаването в частта му, с която последният е отхвърлил искането за обявяване на недействителност на разглежданата марка за услугите от класове 39 и 42 на основание, че стоките и услугите от класове 9 и 42, обхванати от по-ранната марки и посочени в точка 6 по-горе, и услугите от класове 39 и 42, обхванати от разглежданата марка и посочени в точка 9 по-горе, били подобни.

12 С решение от 19 юни 2007 г. (наричано по-нататък „обжалваното решение“), съобщено на жалбоподателя на следващия ден, втори апелативен състав отхвърля неговата жалба и потвърждава решението на отдела по заличаването.

13 Апелативният състав приема по същество, че разглежданите стоки и услуги не са нито идентични, нито подобни и поради това член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 не се прилага.

Искания на страните

14 Жалбоподателят моли Първоинстанционния съд да заличи спорната марка.

15 СХВП и встъпилата страна молят Първоинстанционния съд:

— да отхвърли жалбата,

— да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

От правна страна

По молбата за предоставяне на правна помощ

16 Съгласно член 94, параграф 1, втора алинея от Процедурния правилник на Първоинстанционния съд правната помощ покрива изцяло или отчасти разходите, свързани с правното съдействие и с представителството в производство пред Първоинстанционния съд. Тези разходи се поемат от касата на Първоинстанционния съд. Параграф 2 добавя, че всяко физическо лице, което поради своето материално състояние не разполага със средства да заплати изцяло или отчасти разходите по параграф 1, има право да ползва правна помощ.

17 От тези разпоредби е видно, че юридическо лице, каквото е Commercy, не може да ползва правна помощ.

18 В хода на съдебното заседание обаче представителят на жалбоподателя поддържа, че за жалбоподател в настоящото дело трябвало да се счита адв. B., който подал жалбата в качеството си на синдик в производството по несъстоятелност, открито срещу имуществото на дружеството Commercy. Тъй като адв. B. е физическо лице, той имал право да ползва правна помощ.

19 Този довод не би могъл да се възприеме. Наистина от преписката по производството пред СХВП, изпратена на Първоинстанционният съд в съответствие с член 133, параграф 3 от Процедурния правилник произтича, че спорното искане за обявяване на недействителност е подадено от адв. B.

в горепосоченото му качество. СХВП обаче с пълно право разглежда това искане като подадено от името на дружество Commercy, притежател на по-ранната марка.

20 Всъщност подадено от адв. В. искане за обявяване на недействителност от негово име би било обявено за недопустимо от СХВП. От член 55, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/90 във връзка с член 42, параграф 1 и член 52, параграф 1 от него произтича, че искане за обявяване на недействителност, основано на член 8, параграф 1 от същия този регламент, може да бъде направено само от притежателите на по-ранните марки, посочени в подкрепа на това искане или от упълномощените от тях лицензополучатели. Впрочем качеството на синдик в производството по несъстоятелност на търговско дружество не съответства на нито една от тези две категории.

21 Както жалбата пред апелативния състав, така и жалбата пред Първоинстанционния съд трябва да се считат за подадени от Commercy. Всъщност след като искането за обявяване на недействителност се счита за подадено от Commercy, тълкуването на посочените жалби в смисъл, че те са подадени от адв. В., трябвало задължително да доведе до тяхното отхвърляне на основание, че противно на предвиденото съответно в член 58 и член 63, параграф 4 от Регламент № 40/94, те са подадени от лице, което не е оправомощено да предприема правни действия срещу решенията, посочени в тези жалби, а именно съответно решението на отдела по заличаването и това на апелативния състав.

22 Жалбоподателят обаче изтъква, че германските процесуални правила предвиждат, че синдикът в производството по несъстоятелност може да участва в производството от свое име в качеството на „Partei kraft Amtes“, а не от името на физическото или юридическо лице, засегнато от въпросното производство по несъстоятелност.

23 Този довод не може да бъде възприет. Освен обстоятелството, че германските процесуални правила не са релевантни в конкретния случай, тъй като производството пред Първоинстанционния съд е уредено от Процедурния правилник, е достатъчно да се посочи, че настоящият довод, който се позовава единствено на съдебните производства, не поставя под въпрос заключението, според което за да бъде допустимо искането за обявяване на недействителност пред СХВП, то е трябвало да бъде подадено от името на дружеството Commercy. Впрочем както беше посочено по-горе, ако последното дружество е подало искането за обявяване на недействителност, то същото това дружество, при необходимост представлявано от синдика, има право да предприема правни действия срещу решенията на отдела по заличаването и на апелативния състав.

24 От гореизложените съображения произтича, че след като жалбоподателят в настоящото дело е дружеството Commercy, а именно юридическо лице, не може да му бъде предоставена правна помощ.

25 При всички случаи дори и ако трябваше за жалбоподател в настоящото дело да се счита адв. B., молбата за предоставяне на правна помощ също нямаше да бъде уважена.

26 Всъщност в молбата за предоставяне на правна помощ жалбоподателят поддържа, че за да се прецени основателността на тази молба, трябва да се вземе предвид материалното състояние на дружеството Commercy, а не личното материално състояние на неговия синдик. Както е изтъкнала СХВП в своето писмено становище по посочената молба, тази теза на жалбоподателя се основава на § 116, точка 1 от Zivilprozessordnung (германски гражданско-процесуален кодекс), който предвижда, че правната помощ може да бъде предоставена на една „Partei kraft Amtes“, когато управляваната от нея имуществена маса не е достатъчна за да покрие разноските по дадено съдебно производство.

27 Впрочем в това отношение е достатъчно да се посочи, че Процедурният правилник не съдържа никаква разпоредба, аналогична на § 116, точка 1 от Zivilprozessordnung, и предвижда изрично, че правната помощ се предоставя единствено на физически лица, като се отчита тяхното лично материално състояние.

28 Освен това следва да се посочи, че в хода на съдебното заседание представителят на жалбоподателя е заявил в отговор на въпрос на Първоинстанционния съд, че ако жалбата бъде отхвърлена и той бъде осъден да заплати съдебните разноски, те ще бъдат поети от имуществото на дружество Commercy, а не от личното имущество на адв. В. Тази декларация е отбелязана в протокола от съдебното заседание.

29 При тези условия, да се уважи молбата за предоставяне на правна помощ в конкретния случай всъщност би означавало същата да се предостави на юридическо лице в нарушение на член 94, параграф 2 от Процедурния правилник.

30 С оглед на изложените дотук съображения молбата за предоставяне на правна помощ трябва да бъде отхвърлена.

По жалбата

31 Жалбоподателят иска отмяната на разглежданата марка. В подкрепа на това искане в своята жалба той посочва единствено правно основание, изведено от нарушението на член 52, параграф 1, буква а) от Регламент № 40/94 във връзка с член 8, параграф 1, буква а) от същия регламент. Той изтъква, че с оглед на

идентичността на конфликтните марки съществува вероятност от объркване, като се има предвид, че противно на приетото от апелативния състав в обжалваното решение, между разглежданите стоки и услуги има поне малка прилика.

32 При все това в хода на съдебното заседание представителят на жалбоподателя уточнява, че поради техническа грешка разпоредбата, посочена в единственото изтъкнато в жалбата правно основание, е тази на член 8, параграф 1, буква а) от Регламент № 40/94, а не на параграф 1, буква б) от същия член, която е релевантната разпоредба в конкретния случай. Другите страни заявяват, че нямат възражения относно това пояснение. Тези декларации са отразени в протокола от съдебното заседание.

33 СХВП и встъпилата страна се основават главно на недопустимостта на единственото искане на жалбоподателя с мотива, че по силата на член 63, параграф 3 от Регламент № 40/94 Първоинстанционният съд не бил компетентен да обявява отмяната на спорната марка или да отправя разпореждане на СХВП в този смисъл.

34 При условията на евентуалност СХВП и встъпилата страна изтъкват, че апелативният състав с пълно право е стигнал до заключението, че разглежданите стоки и услуги не са нито идентични, нито подобни и че поради това член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 не се прилага в конкретния случай.

35 Първоинстанционният съд счита за уместно да се произнесе най-напред по съществото на спора, а именно по законосъобразността на обжалваното решение в светлината на доводите, изтъкнати от жалбоподателя в рамките на неговото единствено правно основание, преди да разгледа, ако това е необходимо, допустимостта на жалбата, оспорвана от СХВП и от встъпилата страна в рамките на главното искане.

36 Член 52, параграф 1, буква а) от Регламент № 40/94 предвижда, че марката на Общността се обявява за недействителна на основание на подадено до СХВП искане, когато съществува по-ранна марка, както е посочено в член 8, параграф 2, и условията, установени в параграф 1 или в параграф 5 от посочения член, са изпълнени.

37 За своето прилагане член 8, параграф 1, буква б) от същия регламент предполага в съзнанието на потребителите на територията, в която по-ранната марка е защитена, да съществува вероятност от объркване поради идентичност или прилика на посочената марка с разглежданата марка и поради идентичността или приликата на стоките или услугите, които двете марки обозначават.

38 Съгласно член 8, параграф 2, буква а), подточка ii) от същия регламент по-ранни марки означават марките, регистрирани в една държава членка, чиято дата на подаване на заявката е по-ранна от тази на подаване на заявката за регистрация на марка на Общността.

39 В конкретния случай както отделът по заличаването, така и апелативният състав приемат идентичността на конфликтните марки. При все това те считат, че разглежданите стоки и услуги не са нито идентични, нито подобни и че като последица от това член 8, параграф 1 от Регламент № 40/94 допуска регистрацията на спорната марка.

40 В подкрепа на своето единствено правно основание жалбоподателят оспорва този извод, като изтъква, че с него се дава твърде стеснително тълкуване на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94. Жалбоподателят посочва, че според съдебната практика тази разпоредба трябва да бъде тълкувана в смисъл, че когато, както е в конкретния случай, конфликтните марки са идентични, разликата между разглежданите стоки или услуги трябва да бъде много голяма, за да се изключи напълно вероятността от объркване.

41 Според съдебната практика съществуването в съзнанието на потребителите на вероятност от объркване по смисъла на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 трябва да се преценява цялостно, като се отчитат всички релевантни в конкретния случай фактори. Тази обща преценка на вероятността от объркване предполага известна взаимозависимост между взетите предвид фактори, и по-специално приликата на марките и на обозначените стоки или услуги. Поради това ниска степен на прилика между обозначените стоки или услуги може да се компенсира с висока степен на прилика между марките и обратно (вж. Решение на Съда от 17 април 2008 г. по дело Ferrero Deutschland/СХВП и Cornu, C-108/07 P, непубликувано в Сборника, точки 44 и 45 и цитираната съдебна практика).

42 Съдът е постановил също, че за целите на прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 вероятността от объркване предполага едновременно идентичност или прилика между конфликтните марки, както и идентичност или прилика между обозначените стоки или услуги. Става въпрос за кумулативни предпоставки (вж. в този смисъл Решение на Съда от 12 октомври 2004 г. по дело Vedial/СХВП, C-106/03 P, Recueil, стр. I-9573, точка 51 и Решение от 13 септември 2007 г. по дело Il Ponte Finanziaria/СХВП, C-234/06 P, Сборник, стр. I-7333, точка 48).

43 Като последица от това за целите на прилагането на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 остава необходимостта, дори в случай че съществува идентичност между конфликтните марки, да се докаже наличието на прилика между обозначените стоки или услуги (вж. в този смисъл Определение на Съда от 9 март 2007 г. по дело Alecansan/СХВП, C-196/06 P, непубликувано в Сборника, точка 24 и Решение на Първоинстанционния съд от 11 юли 2007 г. по дело Mülhens/СХВП — Minoronzoni (TOSCA BLU), T-150/04, Сборник, стр. II-2353, точка 27).

44 С оглед на тези съображения и при пълната липса на оспорване на идентичността на конфликтните марки, за да се отговори на единственото правно основание на жалбоподателя, следва да се провери правилността на заключението на апелативния състав в обжалваното решение, според което разглежданите стоки

и услуги не са подобни, и в този контекст да се разгледат доводите на жалбоподателя, изведени по същество от това, че между посочените стоки и услуги съществува поне малка прилика.

45 Според постоянната съдебна практика, за да се прецени приликата между стоките и услугите, следва да се вземат предвид всички релевантни фактори, които характеризират връзката между тези стоки или услуги. Посочените фактори включват по-специално тяхното естество, предназначение и употреба, както и техния конкурентен или допълващ характер (Решение на Съда от 11 май 2006 г. по дело Sunrider/СХВП, C-416/04 P, Recueil, стр. I-4237, точка 85 и Определение по дело Alecansan/СХВП, точка 43 по-горе, точка 28).

46 В конкретния случай в точки 18—21 от обжалваното решение апелативният състав прави сравнение между съответните стоки и услуги. Той отбелязва, че разглежданите стоки и услуги, които по-ранната марка обхваща, представляват съставни елементи на уебсайт или в рамките на подобен сайт служат за създаване на система за резервация, поръчка и плащане за хотелски стаи, както и позволяват на предприятие да инсталира подобна функция в Интернет. Според апелативния състав те се различават от разглежданите услуги, обхванати от спорната марка, които са главно услуги за информация, резервация и поръчка на пътувания и на хотелски стаи, чиято цел е да бъде дадена възможност на широк кръг потребители да резервира хотелска стая или пътуване с професионални, развлекателни и всякакви други цели.

47 Апелативният състав е също наблегнал на обстоятелството, че обхванатите от по-ранната марка стоки и услуги спадат към специализиран сектор, а именно този на стоките и услугите, свързани с изработването и функционирането на информационни системи, и са насочени към ограничен кръг потребители, доколкото единственото им предназначение е да позволят на предприятие от сектора на хотелиерството или на пътуванията да инсталира система за онлайн резервация, достъпна чрез Интернет. Ограниченият кръг потребители, съставен от тези предприятия, се разграничавал ясно от широкия кръг потребители, към който са насочени разглежданите услуги, обхванати от спорната марка.

48 Като се има предвид това, че разглежданите стоки и услуги са продавани на различни потребители, апелативният състав стига до извода, че и те не се намират в конкурентно отношение.

49 Освен това апелативният състав разглежда евентуалния допълващ характер на разглежданите стоки и услуги. Според него в конкретния случай подобен характер трябва да се изключи, тъй като широкият кръг потребители, за който са предназначени услугите, обхванати от спорната марка, не си набавя разглежданите стоки и услуги, обхванати от по-ранната марка, които са изключително предназначени за предприятия, които след това предоставят услуги на този широк кръг потребители.

50 Накрая апелативният състав отбелязва в същия този контекст, че ползвателите на Интернет, които купуват онлайн услуги, свързани с пътувания, вероятно не знаят кой е предоставил софтуера, посредством който функционира даден онлайн магазин, и при всички случаи могат да направят разлика между едно предприятие, което предоставя сложна технология, и друго, което продава по Интернет услуги, свързани с пътувания.

51 Тези съображения трябва да се приемат. Те доказват в достатъчна степен от правна гледна точка, че съответните стоки и услуги се различават по своето естество, предназначение и употреба и нямат конкурентен или допълващ характер. Всъщност най-напред следва да се установи, че разглежданите стоки и услуги, които по-ранната марка обозначава, са от информационно естество, докато услугите за информация, поръчка и резервация, които разглежданата марка обозначава, са от различно естество и използват информатиката само като носител за предаване на информация или за резервиране на хотелски стаи или на пътувания.

52 Следва също да се посочи, че разглежданите стоки и услуги, които по-ранната марка обхваща, са специално предназначени за предприятията от хотелиерския сектор и сектора на пътуванията и че услугите за информация, поръчка и резервация, обозначени с разглежданата марка, са предназначени за широк кръг потребители.

53 Освен това трябва да се отбележи, че разглежданите стоки и услуги, които по-ранната марка обхваща, се използват за дейността на информационна система, и по-специално на онлайн магазин, докато услугите за информация, поръчка и резервация, обозначени с разглежданата марка, се използват за резервиране на хотелска стая или пътуване.

54 Единствено обстоятелството, че обозначените с разглежданата марка услуги за информация, поръчка и резервация се предоставят изключително по Интернет и следователно се нуждаят от информационен носител, какъвто е предоставеният от стоките и услугите, обозначени с по-ранната марка, не е достатъчно, за да се отстранят съществуващите съществени различия между съответните стоки и услуги, що се отнася до тяхното естество, предназначение и употреба.

55 Всъщност информационните стоки и услуги се използват почти във всички сектори. Често същите стоки или услуги, например определен тип софтуер или операционна система, могат да бъдат използвани за твърде различни цели, без това да води до превръщането им в различни и отделни стоки или услуги. Обратно, услугите на агенция за пътувания не променят естеството, предназначението и употребата си единствено поради обстоятелството, че са предоставени по Интернет, и това е така, още повече че в днешно време използването на информационни приложения за доставката на подобни услуги е почти задължително дори и когато тези услуги не се предоставят от онлайн магазин.

56 Впрочем съответните стоки и услуги не са заменими, тъй като са насочени към различни потребители. Следователно напълно правилно апелативният състав стига до извода, че посочените стоки и услуги нямат конкурентен характер.

57 Накрая същите тези стоки и услуги нямат и допълващ характер. В това отношение следва да се напомни, че 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 (Решение на Първоинстанционния съд от 1 март 2005 г. по дело Sergio Rossi/СХВП — Sissi Rossi (SISSI ROSSI), T-169/03, Recueil, стр. II-685, точка 60, Решение на Първоинстанционния съд от 15 март 2006 г. по дело Eurodrive Services and Distribution/СХВП — Gómez Frías (euroMASTER), T-31/04, непубликувано в Recueil, точка 35 и Решение на Първоинстанционния съд от 17 юни 2008 г. по дело El Corte Inglés/СХВП — Abril Sánchez et Ricote Saugar (Boomerang TV), T-420/03, Сборник, стр. II-837, точка 98).

58 Според това определение от съдебната практика допълващите се стоки или услуги следва да могат да бъдат използвани заедно, което предполага, че те са насочени към същите потребители. От това следва, че не може да съществува връзка на допълняемост между стоките и услугите, които са необходими за дейността на едно търговско предприятие, от една страна, и стоките и услугите, които това предприятие изработва или предоставя, от друга страна. Тези две категории стоки или услуги не се използват заедно, тъй като тези от първата категория се ползват от самото разглеждано предприятие, докато тези от втората категория се използват от неговите клиенти.

59 Като се съгласява, че крайните адресати на съответните стоки и услуги са различни, едновременно с това жалбоподателят поддържа, че в конкретния случай не може да се изключи наличието на вероятност от объркване, тъй като

единствената цел на разглежданите стоки и услуги, които по-ранната марка обхваща, е да позволи предоставянето на услугите за информация, поръчка и резервация, обозначени с разглежданата марка. По начало потребителите, заинтересовани от последните услуги, не знаели кой е изработил необходимия софтуер и също не биха могли да разграничат сред намиращата се на уебсайта на встъпилата страна информация тази, която произтича от самата встъпила страна, и тази, която произхожда от софтуер или от услугите, предоставени от специализирано в областта на информатиката предприятие, каквото е жалбоподателя. В крайна сметка на уебсайта на встъпилата страна съществувало объркване между обхванатите от спорната марка услуги и разглежданите стоки и услуги, които по-ранната марка обхваща.

60 Тези доводи не могат да се възприемат. В това отношение следва да се посочи, че търговският произход на софтуера и на информационните услуги, които позволяват функционирането на уебсайта на встъпилата страна, като цяло не представляват почти никакъв интерес за потребителите, към които са насочени обхванатите от разглежданата марка услуги, които се предоставят посредством този уебсайт. За тези потребители уебсайтът на встъпилата страна е само средство за онлайн резервиране на пътувания и на хотелски стаи. Важно е той да работи добре, а не кой е доставил софтуера и информационните услуги, позволяващи неговото функциониране.

61 Ако обаче някои клиенти на встъпилата страна искат да узнаят търговския произход на софтуера и на услугите за тяхната разработка и създаване, които са необходими за функционирането на уебсайта на същата, както правилно апелативният състав посочва, те могат да направят разлика между специализирано предприятие, което предоставя тези стоки и услуги, и встъпилата страна, която предоставя в Интернет услуги, свързани със сектора на туризма и на пътуванията. Всъщност след като услугите, обхванати от разглежданата марка са по дефиниция предоставяни изключително по Интернет, трябва да се презюмира, че клиентите на встъпилата страна имат поне някакви основни познания в областта на информатиката. По този начин те съзнават, че пускането в действие на система за онлайн резервации не може да бъде направено от всеки ползвател на компютър и че за това са необходими софтуер и услуги за разработване и за създаване на този софтуер, които се предоставят от специализирано предприятие.

62 Твърдението на жалбоподателя, според което клиентите на встъпилата страна не могат да различат информацията, произтичаща от самата встъпила страна, от тази, която произхожда от софтуера и информационните услуги от вида на посочени от по-ранната марка, също не е вярно. Информацията, от която могат да се интересуват клиентите на встъпилата страна, е свързана с условията на пътуване, със свободните хотелски стаи, както и с тяхната цена. Предоставянето на тази информация представлява по-конкретно услугите, обхванати от разглежданата марка. Стоките и услугите, посочени в по-ранната марка, служат единствено за пренасяне на тази информация, без самите те да предават друга отделна информация на заинтересованите лица.

63 Накрая жалбоподателят оспорва направеното в обжалваното решение позоваване на Решение от 12 май 2006 г. на Oberlandesgericht Dresden (върховен областен съд на Дрезден), което е посочено от встъпилата страна пред апелативния състав. В това решение Oberlandesgericht Dresden, който се произнася в производство по обжалване по повод нарушение на правото на марките между жалбоподателя и встъпилата страна, стига до извода, че софтуерът и услугите за разработване и създаване на софтуер не са подобни на услугите, за които този софтуер се използва, тъй като потребителите знаят, че услугите в множество сектори се предоставят посредством електронен носител. В точка 22 от обжалваното решение апелативният състав споделя напълно мотивите и заключенията на въпросното съдебно решение.

64 При все това жалбоподателят изтъква, че това позоваване потвърждава погрешния характер на заключението на апелативния състав, според което разглежданите стоки и услуги не са подобни. Според жалбоподателя решението на Bundesgerichtshof (Германски федерален съд) от 13 ноември 2003 г. (I ZR 103/01, GRUR 2004 г., стр. 241), което е цитирано в мотивите на горепосоченото решение на Oberlandesgericht Dresden, се отнася за дело, в което начинът за предаване на определена информация и на поръчки, а именно тяхното предаване посредством информационна система или с други средства, каквато е обикновената поща, се е счел за ирелевантен при решаването на съдебния спор. Настоящото дело било различно, тъй като разглежданите услуги, които разглежданата марка обхваща, се предоставят изключително по Интернет.

65 Впрочем както беше посочено по-горе, единствено обстоятелството, че разглежданите услуги на встъпилата страна, посочени от спорната марка, се предоставят само по Интернет, не е достатъчно, за да се направи извод за наличието на прилика между тези услуги и обхванатите от по-ранната марка стоки и услуги. Следователно противно на изтъкнатото от жалбоподателя позоваването в обжалваното решение на горепосоченото решение на Oberlandesgericht Dresden не доказва по никакъв начин погрешния характер на заключението относно липсата на прилика между стоките и услугите, обхванати от едната или другата конфликтни марки, при това без да е необходимо да се провери дали в това последно решение е приложена правилно съдебната практика на Bundesgerichtshof, тъй като този въпрос излиза извън пределите на компетентност на Първоинстанционния съд и при всички случаи е ирелевантен за настоящия спор.

66 От всичко изложено дотук следва, че единственото правно основание на жалбоподателя трябва да се отхвърли като неоснователно.

67 Тъй като единственото правно основание, изтъкнато от жалбоподателя в подкрепа на неговата жалба, е отхвърлено, при всички случаи тази жалба трябва да бъде обявена за неоснователна, без да е необходимо произнасяне по възражението за липса на процесуални предпоставки, повдигнато от СХВП и от встъпилата страна в техните писмени отговори (вж. в този смисъл Решение на Съда от 26 февруари 2002 г. по дело Съвет/Boehringer, C-23/00 P, Recueil, стр. I-1873, точка 52 и Решение на Съда от 23 март 2004 г. по дело Франция/Комисия, C-233/02, Recueil, стр. I-2759, точка 26).

По съдебните разноски

68 По смисъла на член 87, параграф 2 от Процедурния правилник загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено такова искане. Тъй като жалбоподателят е загубил делото, той трябва да бъде осъден да заплати разноските, направени от СХВП и от встъпилата страна, в съответствие с техните искания.

По изложените съображения

ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯТ СЪД (пети състав)

реши:

1) Отхвърля молбата за предоставяне на правна помощ.

2) Отхвърля жалбата.

3) Осъжда Commercy AG да заплати съдебните разноски.

Vilaras Prek Ciucă

Постановено в открито съдебно заседание в Люксембург на 22 януари 2009 година.

Подписи