SODBA SODIŠČA PRVE STOPNJE (šesti senat)

z dne 18. decembra 2008 *

V zadevi T-287/06,

Miguel Torres, SA, s sedežem v Vilafranci del Penedés (Španija), ki jo zastopajo E. Armijo Chávarri, M. Baz de San Ceferino in A. Castán Pérez-Gómez, odvetniki,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga zastopata O. Mondéjar Ortuño in J. García Murillo, zastopnika,

tožena stranka,

* Jezik postopka: španščina.

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe Urada za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli), intervenientka pred Sodiščem prve stopnje, je

Bodegas Peñalba Lopez SL, s sedežem v Arandi de Duero (Španija), ki jo zastopajo Calderón Chavero, T. Villate Consonni in M. Yañez Manglano, odvetniki,

zaradi tožbe zoper odločbo drugega odbora za pritožbe Urada za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) z dne 27. julija 2006 (zadeva R 597/2004-2) glede postopka z ugovorom med Miguel Torres SA in Bodegas Peñalba Lopez SL,

SODIŠČE PRVE STOPNJE
EVROPSKIH SKUPNOSTI (šesti senat),

v sestavi A. W. H. Meij (poročevalec), predsednik, D. Šváby in V. Vadapalas, sodnika,

sodna tajnica: K. Andová, administratorka,

na podlagi tožbe, vložene v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 11. oktobra 2006,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je Urad vložil v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 30. januarja 2007,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je intervenientka vložila v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 22. januarja 2007,

ob upoštevanju spremembe sestave senatov Sodišča prve stopnje,

na podlagi določitve drugega sodnika za dopolnitev senata, ker eden od njegovih članov ni mogel opravljati sodniške funkcije,

na podlagi obravnave z dne 10. januarja 2008

izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

1 Maria del Pilar Pérez Albéniz Iglesias je 1. junija 1999 pri Uradu za usklajevanju na notranjem trgu (znamke in modeli) (v nadaljevanju: Urad) na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), kot je bila spremenjena, vložila zahtevo za registracijo znamke Skupnosti.

2 Znamka, za katero je bila zahtevana registracija, je naslednji figurativni znak:



3 Proizvodi in storitve, za katere je bila zahtevana registracija znamke, sodijo v razrede 32, 33 in 39 v smislu Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji proizvodov in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, kot je bil revidiran in spremenjen, in ustrezajo naslednjim opisom:

– razred 32: „pivo; mineralne vode in druge brezalkoholne pijače; sirupi in drugi pripravki za proizvodnjo pijač“;

– razred 33: „vina“;

– razred 39: „začasno skladiščenje, distribucija, prevozništvo, skladiščenje, pakiranje in paketiranje različnega blaga“.

4 Med postopkom na Uradu je bila prijava znamke prenesena na intervenientko, družbo Bodegas Peñalba López SL. Ta jo je omejila na proizvode iz razreda 33 in storitve iz razreda 39.

5 Prijava je bila objavljena v *Biltenu znamk Skupnosti* št. 72/00 z dne 11. septembra 2000.

6 Tožeča stranka, družba Miguel Torres, SA, je 11. decembra 2000 na podlagi člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 vložila ugovor zoper prijavo znamke Skupnosti.

7 Ugovor je temeljil na naslednjih prejšnjih registracijah:

– registracija figurativne znamke št. 2783, prikazane spodaj, na ravni Skupnosti z dne 1. februarja 1999 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva)):



– registracija figurativne znamke št. 376681, prikazane spodaj, na ravni Skupnosti z dne 27. septembra 1999 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva)):



– registracija figurativne znamke št. 376947, prikazane spodaj, na ravni Skupnosti z dne 14. septembra 1999 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva)):



– registracija besedne znamke VIÑA LAS TORRES št. 462267 na ravni Skupnosti z dne 3. februarja 1999 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva));

– registracija besedne znamke GRAN TORRES št. 466839 na ravni Skupnosti z dne 1. februarja 1999 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva));

– registracija besedne znamke TORRES 10 št. 466896 na ravni Skupnosti z dne 12. februarja 1997 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva));

– registracija besedne znamke 5 TORRES št. 466912 na ravni Skupnosti z dne 1. februarja 1999 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva));

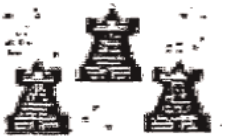
– španska registracija figurativne znamke št. 2234398, prikazane spodaj, z dne 20. septembra 1999 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva)):



– španska registracija figurativne znamke št. 18132, prikazane spodaj, z dne 7. januarja 1911 za proizvode iz razreda 33 (vina):



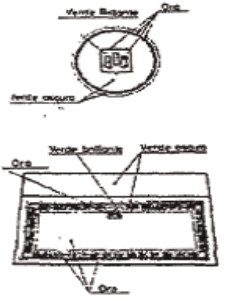
– španska registracija figurativne znamke št. 35802, prikazane spodaj, z dne 8. aprila 1920 za proizvode iz razreda 33 (brandy, žganje in likerji (razen vin)):



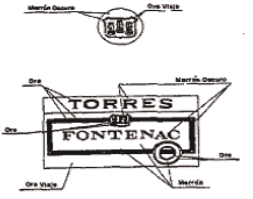
– španska registracija figurativne znamke št. 149441, prikazane spodaj, z dne 13. oktobra 1947 za proizvode iz razredov 30, 32 in 33 (vina, enologija, mošt, piva in kisi):



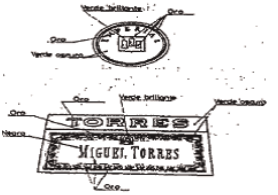
– španska registracija figurativne znamke št. 1677345, prikazane spodaj, z dne 5. oktobra 1992 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva) in zlasti brandy):



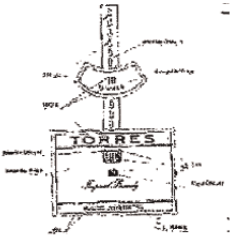
– španska registracija figurativne znamke št. 1751690, prikazane spodaj, z dne 20. julija 1993 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva) in zlasti brandy):



– španska registracija figurativne znamke št. 1677346, prikazane spodaj, z dne 3. marca 1995 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva) in zlasti brandy):



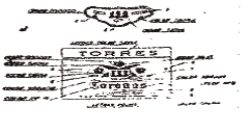
– španska registracija figurativne znamke št. 1718386, prikazane spodaj, z dne 5. aprila 1994 za proizvode iz razreda 33 (brandy):



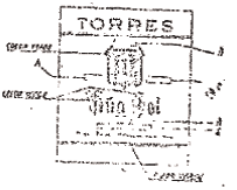
– španska registracija figurativne znamke št. 1787982, prikazane spodaj, z dne 3. aprila 1996 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva)):



– španska registracija figurativne znamke št. 397808, prikazane spodaj, z dne 11. maja 1963 za proizvode iz razreda 1, 30, 32 in 33 (peneča vina, enologija, vina, mošt, piva, kisi in vinski kamen za obdelavo vin):



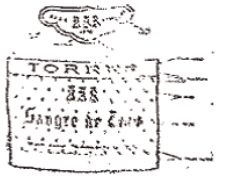
– španska registracija figurativne znamke št. 400056, prikazane spodaj, z dne 17. januarja 1963 za proizvode iz razreda 33 (vse vrste vin, razen ekstra suhih namiznih vin s podobnimi lastnostmi kot renska vina):



– španska registracija figurativne znamke št. 529931, prikazane spodaj, z dne 2. septembra 1968:



– španska registracija figurativne znamke št. 592542, prikazane spodaj, z dne 21. septembra 1971 za proizvode iz razreda 33 (vina):



– španska registracija figurativne znamke št. 592543, prikazane spodaj, z dne 8. januarja 1972 za proizvode iz razreda 33 (vina):



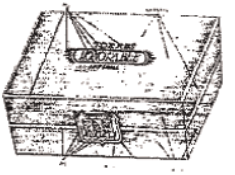
– španska registracija figurativne znamke št. 1119998, prikazane spodaj, z dne 20. junija 1986 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva)):



– španska registracija figurativne znamke št. 1119999, prikazane spodaj, z dne 5. februarja 1987 za proizvode iz razreda 33 (vina):



– španska registracija figurativne znamke št. 1172809, prikazane spodaj, z dne 5. januarja 1989 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva)):



– španska registracija figurativne znamke št. 1938607, prikazane spodaj, z dne 5. marca 1996 za proizvode iz razreda 33 (alkoholne pijače (razen piva) in zlasti brandy):



– španska registracija figurativne znamke št. 715533, prikazane spodaj, z dne 11. novembra 1976 za proizvode iz razreda 33 (žgane pijače in likerji):



– registracija figurativne znamke B 857391, prikazane spodaj, z dne 3. decembra 1963 za proizvode iz razreda 33 (vina) v Združenem kraljestvu:



– irska registracija figurativne znamke B 87182, prikazane spodaj, z dne 17. julija 1974 za proizvode iz razreda 33 (vina):



– švedska registracija figurativne znamke št. 238430, prikazane spodaj, z dne 31. julija 1992 za proizvode iz razreda 33 (vsi proizvodi, zlasti vina, peneča vina, brandy in likerji):



– finska registracija figurativne znamke št. 33633, prikazane spodaj, z dne 22. avgusta 1977 za proizvode iz razreda 33 (vina, alkoholne pijače in likerji):



– registracija figurativne znamke št. 113347, prikazane spodaj, z dne 17. oktobra 1995 v Združenem kraljestvu:



– danska registracija figurativne znamke št. 1373, prikazane spodaj, z dne 11. aprila 1964:



8 Ugovor je temeljil na vseh proizvodih, zajetih s prejšnjimi pravicami, in se je nanašal le na proizvode „vina“ iz razreda 33 iz prijave znamke.

9 Oddelek za ugovore je z odločbo z dne 18. maja 2004 in na podlagi opravljene primerjave med prijavljeno znamko in prejšnjo figurativno znamko Skupnosti TORRES št. 2783 (v nadaljevanju: prejšnja znamka) ugodil ugovoru, ker je menil, da obstaja verjetnost zmede med nasprotujočima si znamkama zaradi enakosti proizvodov, ki jih ti znamki označujeta, določenih vidnih (upodobitev stolpa in beseda „torres“) in glasovnih (zloga „to“ in „rre“) podobnosti ter prepoznavnosti prejšnje znamke.

10 Intervenientka je 16. julija 2004 vložila pritožbo zoper odločbo oddelka za ugovore.

11 Z odločbo z dne 27. julija 2006 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) je drugi odbor za pritožbe Urada razveljavil odločbo oddelka za ugovore, ker pogoj podobnosti nasprotujočih si znamk ni bil izpolnjen in ker torej ni bilo verjetnosti zmede med njima.

12 V zvezi s tem je odbor za pritožbe zlasti ugotovil, da dejstvo, da je beseda „torre“ na začetku prijavljene znamke, ne pomeni, da ta beseda prevlada nad drugimi elementi navedene znamke. Razlikovalni učinek prijavljene znamke naj bi namreč izhajal iz logične in pojmovne enote, ki nastane z združitvijo dveh besed „torre“ in „albéniz“, zadnja pa naj bi individualizirala stolp in bila zato prevladujoča v navedeni znamki (točki 28 in 29 izpodbijane odločbe). Odbor za pritožbe je prav tako menil, da ugled prejšnje znamke okrepi njen razlikovalni učinek, ne pa v vseh okoliščinah tudi razlikovalnega učinka enakega ali podobnega elementa sestavljene znamke, tako da bi ta del postal prevladujoč glede na celotni vtis, ki ga navedena znamka ustvari, kadar tvori ta element skupaj z drugimi logično in pojmovno neločljivo enoto, ki se razlikuje

od prejšnje znamke, ki je splošno znana, in se z njo ne povezuje (točka 30 izpodbijane odločbe). Dalje, odbor za pritožbe je menil, da nasprotujoči si znamki ustvarjata različen celotni vtis, da se sovpadanje elementa „torre“ na glasovni ravni nadomesti z elementom „albéniz“ in da se bo na pojmovni ravni dojemanje upoštevne javnosti razlikovalo glede na poznavanje pomena besede „torre“. Kajti za tiste, ki poznajo pomen te besede, bo obstajala pojmovna razlika, medtem ko za tiste, za katere je beseda „torre“ brez pomena, pojmovna podobnost ne bo upoštevna (točke od 35 do 37 izpodbijane odločbe).

Predlogi strank

13 Tožeča stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

– izpodbijano odločbo razveljavi;

– Uradu naloži plačilo stroškov.

14 Urad Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

15 Intervenientka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

– tožbo zavrne;

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Pravo

Trditve strank

16 Tožeča stranka v utemeljitev tožbe navaja en tožbeni razlog, in sicer kršitev člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

17 Tožeča stranka poudarja, da je odbor za pritožbe storil tri napake pri uporabi pravil, ki jih je razvila sodna praksa v zvezi z razlago te določbe. Prvič, upošteval naj ne bi prepoznavnosti prejšnjih znamk ob določanju prevladujočega elementa prijavljene znamke in ob preizkusu verjetnosti zmede. Drugič, tega preizkusa naj ne bi opravil na

podlagi dojemanja upoštevne javnosti (povprečni potrošnik v Evropski uniji), ampak le na podlagi dojemanja manjšinske skupine med potrošniki (španski, italijanski in portugalski potrošniki). Tretjič, upošteval naj ne bi dejstva, da tvorijo znamke tožeče stranke „družino znamk“ ali „serijo znamk“.

18 Ta tožbeni razlog temelji na štirih trditvah. Prvič, prepoznavnost znaka TORRES v celotni Uniji naj bi okrepila razlikovalni učinek skupnega elementa nasprotujočih si znakov, ki naj bi postal prevladujoč. Drugič, ob upoštevanju njihovih razlikovalnih in prevladujočih elementov naj bi nasprotujoča si znaka imela glasovne in vidne podobnosti. Tretjič, prepoznavnost znaka TORRES skupaj z dejstvom, da gre za iste proizvode, naj bi okrepila *ius prohibendi* prejšnjih znamk pri presoji verjetnosti zmede. Četrtič, verjetnost zmede naj bi bila povečana zaradi obstoja „družine znamk“ z besednim elementom „torres“ in grafičnim elementom enega ali več stolpov.

19 Prvič, tožeča stranka v zvezi s prvo trditvijo zatrjuje, da zaradi prepoznavnosti in razširjenost znaka TORRES v celotni Uniji upoštevni potrošnik dojame element „torre“ prijavljene znamke kot prevladujoči element v celotnem vtisu, ki ga ustvari navedena znamka.

20 Ob sklicevanju na sodno prakso in špansko teorijo tožeča stranka zatrjuje, da prepoznavnost prejšnje znamke ne okrepi samo njenega varstva in razlikovalnega učinka, ampak okrepi tudi razlikovalni učinek enakega ali podobnega elementa prijavljene znamke, ki je sestavljena znamka.

21 Drugič, tožeča stranka meni, da je trditev odbora za pritožbe, da je prijavljena znamka nedeljiva logična in pojmovna enota, upoštevna le v Španiji, na Portugalskem in v Italiji, kjer se pomen nasprotujočih si znamk razume ali se lahko razume. V drugih državah, v katerih so znamke TORRES prav tako registrirane, naj besedi „torre“ in „albéniz“ ne bi imeli posebnega pomena in naj bi se torej težko obravnavali, kot da tvorita samostojno logično in pojmovno enoto.

22 V zvezi s tem tožeča stranka poudarja, da je stališče odbora za pritožbe v zvezi z logično in pojmovno enoto prijavljene znamke protislovno glede na njegovo stališče v točki 29 izpodbijane odločbe, v skladu s katerim beseda „albéniz“ individualizira stolp, ki je upodobljen, in ima zato prevladujočo in razlikovalno vlogo v prijavljeni znamki. Velik del upoštevnih potrošnikov naj namreč ne bi razumel pomena te besede niti naj je ne bi povezal s španskim glasbenikom Albénizom.

23 Tretjič, tožeča stranka zatrjuje, da trditev, da prejšnja znamka ni enaka elementu „torre“, ker mu manjka črka „s“, ni prepričljiva, ker črka „s“ označuje množino, vendar ne spreminja pomena samostalnika.

24 Nazadnje meni, da čeprav položaj enega od sestavnih delov sestavljene znamke ni odločilno merilo za določitev prevladujočega elementa, pa postavitev vpliva na presojo potrošnikov, ki poznajo besedo „torres“ ali so z njo seznanjeni. Ti potrošniki naj bi imeli težnjo skrajšati prijavljeno znamko in usmeriti pozornost zlasti na besedo „torre“. Prepoznavnost prejšnjih znamk TORRES in postavitev besede „torre“ na začetek prijavljene znamke naj bi namreč povzročili, da upoštevni potrošnik usmeri pozornost zlasti na to besedo („torre“).

25 V zvezi z drugo trditvijo dejanska primerjava nasprotujočih si znakov, ki jo je opravila tožeča stranka, zaradi ekonomičnosti postopka temelji na znakih, ki sta jih v odločbah primerjala oddelek za ugovore in odbor za pritožbe; na podlagi tega tožeča stranka sklepa, da obstajajo med nasprotujočima si znakoma glasovne in vidne podobnosti ter da med njima ni pojmovnih razlik, ki bi jih lahko nevtralizirale.

26 Na vidni ravni tožeča stranka navaja, da se zaradi posebnosti vina celotni vtis znamk tega proizvoda določi zlasti na podlagi besednih elementov ter da so pri tem figurativni elementi manj pomembni. Zato naj grafični element (upodobitev stolpa) v prijavljeni znamki ne bi nevtraliziral podobnosti med nasprotujočima si znamkama, ki izhajajo iz skupnega besednega elementa „torre(s)“. V zvezi s to zadnjo točko se tožeča stranka opira na sodno prakso Sodišča prve stopnje za utemeljitev trditve, da imajo skoraj vse etikete pijač iz razreda 33, ki so na trgu, okrasne elemente, ki se jih je težko spomniti ob naročanju proizvoda.

27 Dalje trdi, da je stolp, ki je upodobljen na prijavljeni znamki, na vseh prejšnjih znamkah tožeče stranke, med katerimi je na nekaterih tudi samo en stolp, kot na prijavljeni znamki. Poleg tega tožeča stranka opozarja, da figurativni element okrepi skupni besedni element „torre(s)“ z upodobitvijo stolpa.

28 Tožeča stranka glede glasovne ravni opozarja, da vsebuje prijavljena znamka skoraj vse elemente prejšnje znamke, edina razlika je zadnja črka „s“. Poudarja, da imata na podlagi dejstva, da sta zloga „to“ in „rre(s)“ postavljena skupaj ter da je to še poudarjeno z njuno postavitvijo na začetek dveh nasprotujočih si znamk, ta zloga večjo privlačnost od zlogov „al“, „bé“ in „niz“. Poleg tega naj bi bila od vseh zlogov zloga „to“ in „rre(s)“ zaradi dvojnega „r“ za upoštevnega potrošnika težje izgovorljiva in naj bi torej bolj pritegnila njegovo pozornost.

29 Tožeča stranka v zvezi s pojmovno razliko trdi, da ne nevtralizira glasovnih podobnosti in delno vidnih podobnosti, ki obstajajo med nasprotujočima si znamkama. Ker večina upoštevnih potrošnikov (avstrijski, nemški, nizozemski, angleški, belgijski, danski, francoski potrošniki itd.) ne pozna pomena besede „torre“ ali njene množine „torres“, naj pojmovna razlika znakov ne bi bila pomembna. Od nasprotujočih si znakov naj bi si na teh območjih v spomin priklicali ravno prejšnjo znamko zaradi njene razširjenosti, prepoznavnosti in prisotnosti na upoštevnih območjih in ker gre za besedo, ki nakazuje gospodarski izvor ustreznih proizvodov.

30 V zvezi s tem tožeča stranka dodaja, da čeprav je za španske, italijanske in portugalske potrošnike pojmovni element ustrezen dejavnik za primerjavo nasprotujočih si znamk, pojmovno dojemanje te skupine potrošnikov, ne glede na to, kakšno je, ne vpliva na presojo dojemanja znamke pri velikem številu potrošnikov. Ob sklicevanju na sodno prakso Sodišča prve stopnje tožeča stranka uveljavlja, da načeloma obstoj verjetnosti zmede v delu Evropske skupnosti zadostuje za uporabo člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

31 Nazadnje, tožeča stranka ob sklicevanju na sodno prakso Sodišča prve stopnje poudarja, da kadar je eden od izrazov, ki tvorita besedno znamko, na vidni in glasovni ravni enak edinemu izrazu, ki tvori prejšnjo besedno znamko, in kadar ta izraza, skupaj ali ločeno, za upoštevno javnost nimata nobenega pomena na pojmovni ravni, zadevni znamki, obravnavani vsaka zase kot celota, navadno veljata za podobni v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

32 Glede celovite presoje verjetnosti zmede na eni strani tožeča stranka meni, da priznanje prepoznavnosti znaka TORRES v celotni Uniji pomeni, da imajo znamke TORRES

večjo zaščito in razlikovalni učinek, da obstaja večja verjetnost zmede in da je treba primerjavo med prejšnjo in prijavljeno znamko opraviti strožje.

33 Na drugi strani naj bi enakost proizvodov, ki jih označujeta nasprotujoči si znamki, okrepila sklep, da sta nasprotujoča si znaka podobna, ker se ti znamki pojavljata v istem sektorju proizvodnje, trženja in porabe.

34 Poleg tega tožeča stranka meni, da ni mogoče trditi, kot je naredil odbor za pritožbe, da je potrošnik vina specializirani potrošnik, ki lahko brez težav razlikuje znamke, kajti vino kupujejo osebe vseh družbenih slojev in na različnih kulturnih ravneh. Specializirani potrošniki naj bi sicer obstajali, ampak drugi naj bi kupovali vino, ker jim je znamka znana.

35 Prav tako naj odbor za pritožbe ne bi mogel odreči veljavnosti sodbam španskih sodišč v podobnih zadevah, kot je obravnavani primer.

36 Nazadnje, tožeča stranka poudarja, da je bila verjetnost zmede, ki obstaja med prijavljeno znamko in splošno znanimi znamkami tožeče stranke, priznana na ravni Skupnosti v podobnem primeru, v katerem se je postavljalo vprašanje, ali lahko obstajajo skupaj znamke TORRES in označba porekla, ki jo je tvoril izraz „torres vedras“.

37 Poleg tega in ne glede na rezultat primerjave med prijavljeno znamko in prejšnjimi znamkami tožeča stranka trdi, da obstoj „družine znamk“ ali „serije znamk“ z besednim elementom „torres“ ter upodobitev enega ali več stolpov povečuje verjetnost zmede med nasprotujočima si znamkama.

38 Vse te znamke naj bi bile namreč sestavljene iz dveh skupnih elementov: besede „torres“ in upodobitve enega ali več stolpov; nekatere naj bi vsebovale tudi dodaten element za opredelitev zadevnega konkretnega proizvoda. Tožeča stranka tako poudarja, da element „torre“ in upodobitev stolpa v prijavljeni znamki sama po sebi spodbudita potrošnika k temu, da obravnava to znamko, kot da sodi v družino znamk tožeče stranke.

39 Tožeča stranka ob sklicevanju na sodbo Sodišča prve stopnje z dne 23. februarja 2006 v zadevi Il Ponte Finanziaria proti UUNT – Marine Enterprise Projects (BAINBRIDGE) (T-194/03, ZOdl., str. II-445) meni, da je dokazala, da sta izpolnjena dva pogoja za priznanje vpliva obstoja družine znamk na verjetnost zmede, to sta uporaba in prisotnost vseh znamk, ki tvorijo družino in na katerih temelji ugovor, na trgu ter prisotnost temeljnega elementa, ki opredeljuje družino znamk, v prijavljeni znamki.

40 Urad in intervenientka prerekata trditve tožeče stranke.

Presoja Sodišča prve stopnje

41 V skladu s členom 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 se znamka, za katero je vložena prijava, ob ugovoru imetnika prejšnje znamke ne registrira, če zaradi enakosti ali podobnosti s prejšnjo znamko in enakosti ali podobnosti proizvodov ali storitev, ki jih označujejo znamke, obstaja verjetnost zmede v javnosti na ozemlju, na katerem je varovana prejšnja znamka.

42 V skladu z ustaljeno sodno prakso obstaja verjetnost zmede, ko upoštevna javnost lahko verjame, da proizvodi ali storitve, ki jih označujeta nasprotujoči si znamki, izhajajo iz istega podjetja ali glede na okoliščine primera iz gospodarsko povezanih podjetij. Verjetnost zmede je treba presojati celovito, glede na to, kako upoštevna javnost zaznava zadevne znake in proizvode ali storitve, in ob upoštevanju vseh dejavnikov, značilnih za to zadevo (sodbi Sodišča z dne 22. junija 1999 v zadevi Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, str. I-3819, točka 17, in z dne 9. julija 2003 v zadevi Laboratorios RTB proti UUNT – Giorgio Bervely Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, str. II-2821, točki 30 in 31).

43 Ta celovita presoja upošteva predvsem poznavanje znamke na trgu ter stopnjo podobnosti med znamkama in označenimi proizvodi ali storitvami. V zvezi s tem celovita presoja zajema določeno soodvisnost med upoštevanimi dejavniki, tako da se lahko nizka stopnja podobnosti med označenimi proizvodi ali storitvami izravna z visoko stopnjo podobnosti med znamkama in obratno (sodba Sodišča z dne 29. septembra 1998 v zadevi Canon, C-39/97, Recueil, str. I-5507, točka 17, in zgoraj navedena sodba Lloyd Schuhfabrik Meyer, točka 19).

44 Poleg tega ima dojemanje znamk povprečnega potrošnika zadevnih proizvodov ali storitev odločilno vlogo pri celoviti presoji verjetnosti zmede. Povprečni potrošnik namreč znamko običajno dojema kot celoto in ne preuči njenih različnih podrobnosti (zgoraj navedena sodba Lloyd Schuhfabrik Meyer, točka 25). V okviru celovite presoje

se šteje, da je povprečen potrošnik običajno obveščen ter razumno pozoren in preudaren. Prav tako je treba upoštevati dejstvo, da se lahko stopnja pozornosti povprečnega potrošnika spreminja glede na vrsto zadevnih proizvodov ali storitev (zgoraj navedena sodba Lloyd Schuhfabrik Meyer, točka 26).

45 V obravnavanem primeru sestavljajo upoštevno javnost povprečni potrošniki držav članic, v katerih je prejšnji znak varovan.

46 Enakost zadevnih proizvodov med strankami ni sporna.

47 Iz sodne prakse izhaja, da mora celovita presoja verjetnosti zmede glede vidne, glasovne ali pojmovne podobnosti zadevnih znamk temeljiti na njihovem celotnem vtisu, upoštevajoč zlasti njihove razlikovalne in prevladujoče elemente (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 11. julija 2006 v zadevi Torres proti UUNT – Bodegas Muga (Torre Muga), T-247/03, neobjavljena v ZOdl., točka 45 in navedena sodna praksa).

48 Poleg tega je ustaljena sodna praksa, da se sestavljena znamka lahko šteje za podobno drugi znamki, ki je enaka ali podobna enemu od sestavnih delov sestavljene znamke, le če je ta element prevladujoč v celotnem vtisu, ki ga ustvarja sestavljena znamka. Tako je, kadar ta sestavni del lahko sam prevlada v predstavi te znamke, ki jo ima v spominu

upoštevna javnost, tako da so drugi sestavni deli te znamke v celotnem vtisu, ki ga ustvarja, zanemarljivi (glej zgoraj navedeno sodbo Torre Muga, točka 46 in navedena sodna praksa).

49 Vendar ni mogoče upoštevati le enega od sestavnih delov sestavljene znamke in ga primerjati z drugo znamko. Nasprotno, primerjavo je treba opraviti s preučitvijo zadevnih znamk, ki se presojata vsaka zase kot celota (glej zgoraj navedeno sodbo Torre Muga, točka 47 in navedena sodna praksa).

50 V obravnavanem primeru je prejšnja znamka sestavljena iz besede „torres“, napisane z velikimi črkami in postavljene nad grbom, na katerem so upodobljeni trije stolpi, medtem ko je prijavljena znamka sestavljena iz upodobitve stolpa, pod katerim je napisan izraz „torre albéniz“ s poševnimi črkami in v posebni pisavi.

51 Tožeča stranka je v okviru primerjave spornih znakov navedla različne trditve, da bi se priznalo, da je beseda „torre“ prevladujoči element prijavljene znamke. Ob upoštevanju vpliva tega vprašanja na presojo podobnosti znakov je treba preučiti te trditve pred primerjavo nasprotujočih si znakov.

Prevladujoča narava elementa „torre“ v prijavljeni znamki

52 Glede vpliva, ki bi ga lahko imelo priznanje prepoznavnosti znaka TORRES na opredelitev prevladujočega elementa prijavljene znamke ter posledično na podobnost

nasprotujočih si znamk, je treba ugotoviti, da lahko prepoznavnost prejšnje znamke v posameznem primeru okrepi razlikovalni učinek enakega ali podobnega elementa sestavljene znamke, tako da ta postane njen prevladujoči element.

53 Vendar v obravnavanem primeru ni tako.

54 Najprej je treba glede trditve tožeče stranke, da naj bi prepoznavnost prejšnjih znamk TORRES v celotni Uniji in postavitev besede „torre“ na začetek prijavljene znamke povzročili, da upoštevni potrošnik usmeri pozornost zlasti na to besedo in zanemari druge elemente prijavljene znamke, poudariti, da čeprav se za presojo prevladujoče narave enega ali več elementov sestavljene znamke lahko dodatno upošteva relativni položaj različnih sestavnih delov v razporeditvi takšne znamke (sodba Sodišča prve stopnje z dne 23. oktobra 2002 v zadevi Matratzen Concord proti UUNT – Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Recueil, str. II-4335, točka 35), ta relativni položaj ne povzroči v vseh okoliščinah, da postane en element znamke prevladujoč, drugi elementi, ki sestavljajo to znamko, pa v celotnem vtisu zanemarljivi (zgoraj navedena sodba Torre Muga, točka 50).

55 V obravnavanem primeru dejstvo, da je beseda „torre“ na prvem mestu v prijavljeni znamki, ne povzroči, da postane beseda na drugem mestu, to je „albéniz“, zanemarljiva v celotnem vtisu, ki ga ustvari navedena znamka, zlasti na glasovni in pojmovni ravni. Nasprotno, pri razlikovalnem učinku prijavljene znamke je odločilna kombinacija besed „torre“ in „albéniz“, ki skupaj tvorita samostojno logično in pojmovno enoto. Zato ni mogoče zanikati obstoja drugih elementov, ki sestavljajo prijavljeno znamko, čeprav je bila prejšnja znamka prepoznavna.

56 Ugotoviti je namreč treba, da ni opornih točk za sklep, da bo povprečni potrošnik, ki je običajno obveščen ter razumljivo pozoren in preudaren, sistematično zanemaril drugi del besednega elementa znamke, tako da bi si zapomnil le prvi del, kot zatrjuje tožeča stranka.

57 To zlasti velja v sektorju alkoholnih pijač, v katerem so potrošniki navajeni, da so proizvodi pogosto označeni z znamkami iz več besednih elementov (zgoraj navedena sodba Torre Muga, točki 52 in 53).

58 V obravnavanem primeru je treba poudariti, da prejšnji splošno znani znak TORRES ni enak elementu „torre“ v prijavljeni znamki, ker se ta ne konča s črko „s“. Dalje, upoštevati je treba, da se besedni element „torre“ iz prijavljene znamke običajno uporablja za označevanje zadevnih proizvodov in da je ta beseda sestavljena skupaj z elementom „albéniz“ tako, da skupaj tvorita logično in pojmovno enoto, ki je odločilna pri razlikovanju proizvodov, ki jih označuje. Na podlagi teh okoliščin ni mogoče sklepati, da beseda „torre“ povzroči, da vsi drugi sestavni deli sestavljene znamke postanejo zanemarljivi v celotnem vtisu, ki ga ta ustvarja, čeprav je ta element do določene stopnje podoben izrazito razlikovalnemu znaku TORRES (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo Torre Muga, točka 57).

59 Dalje, glede domnevnega protislovja med ugotovitvijo odbora za pritožbe, da je izraz v prijavljeni znamki samostojna logična in pojmovna enota, ter ugotovitvijo, da ima beseda „albéniz“ prevladujoč in razlikovalni položaj v prijavljeni znamki, je treba ugotoviti, da bo upoštevna javnost dojela prijavljeno znamko kot skladenjsko enoto, ne glede na razumevanje te besedne zveze. Za del te javnosti, zlasti španski, portugalski ali

italijanski, ki razume pomen teh besed ali izrazov, je verjetno, da bo beseda „torre“ manj pomembna in da bo prevladal drugi del prijavljene znamke, ki vnaša poseben element in spominja na kraj ali osebo.

60 Glede na navedeno je treba ugotoviti, da pri primerjavi obravnavanih znakov odbor za pritožbe ni napačno uporabil prava, ko je zavrnil trditev, da je beseda „torre“ prevladujoči element v celotnem vtisu, ki ga ustvari prijavljena znamka.

Vidna podobnost

61 Glede vidne ravni je odbor za pritožbe pravilno ugotovil, da čeprav primerjava nasprotujočih si znakov pokaže enakost med prvimi petimi črkami znaka TORRES in elementom „torre“ v prijavljeni znamki, vsak od upoštevnih znakov ustvarja drugačen celotni vidni vtis.

62 Najprej je treba namreč ugotoviti, da element „torre“ v prijavljeni znamki ni enak znaku TORRES, ker se ta konča s črko „s“, ki označuje množino.

63 Medtem ko je prejšnja znamka sestavljena iz besede „torres“, napisane z velikimi črkami in postavljene nad grbom, na katerem so upodobljeni trije stolpi, je prijavljena znamka sestavljena iz upodobitve stolpa, pod katerim je napisan izraz „torre albéniz“ s poševnimi črkami in v posebni pisavi.

64 Čeprav je mogoče sklepati, kot trdi tožeča stranka, da je v prijavljeni znamki figurativni element manj pomemben od besednega elementa, ki je precej primernejši za razlikovanje označenih proizvodov in pritegnitev pozornosti potrošnika, je treba poudariti, da je že besedni element „torre albéniz“ v prijavljeni znamki v vsakem primeru dovolj različen od znaka TORRES, da na vidni ravni razlike prevladajo nad podobnimi vidiki v dojemanju potrošnika. Tega sklepa ne spremeni dejstvo, ki ga je navedla tožeča stranka, da bo pozornost javnosti usmerjena z vsaj takšno intenzivnostjo na prvi del besednega elementa prijavljene znamke kot na njegov drugi del.

Glasovna podobnost

65 Glede glasovne ravni je treba ugotoviti, da prejšnji znak sestavlja ena beseda z dvema zlogoma „to“ in „rres“, medtem ko je prijavljena znamka sestavljena iz dveh besed, ki imata skupaj pet zlogov, in sicer „to“, „rre“, „al“, „bé“ in „niz“. V teh okoliščinah dejstvo, da prijavljena znamka vsebuje skoraj celotno prejšnjo znamko razen zadnje črke „s“, ne more prevladati nad glasovnimi razlikami med znakoma, obravnavanima kot celota. Ugotoviti je torej treba, da je odbor za pritožbe pravilno sklepal, da sta sporna znaka na glasovni ravni jasno različna.

66 Druge trditve tožeče stranke v zvezi s tem ne morejo ovreči tega sklepa.

67 Čeprav ni mogoče zanikati, da je del nasprotujočih si znamk jasno podoben, je ta okoliščina nevtralizirana z očitnimi glasovnimi razlikami med znakoma, in sicer številom izgovorjenih zlogov ali obstojem besede „albéniz“.

68 V zvezi s tem je treba zavrniti trditev tožeče stranke, da imata zaradi enakosti zlogov „to“ in „rre(s)“, ki je domnevno poudarjena z njuno postavitvijo na začetek obeh nasprotujočih si znamk, ta zloga večjo privlačnost, kar naj bi bilo še okrepljeno z dejstvom, da se zloga „to“ in „rre(s)“ težje izgovorita kot druga beseda, ki sestavlja prijavljeno znamko. Kot je bilo poudarjeno v točki 55 zgoraj, tvorita besedi „torre“ in „albéniz“ samostojno logično in pojmovno enoto. Nobene oporne točke niso bile navedene za sklep, da bi ta enota imela precej manjšo moč, ko se izgovori. Poleg tega tožeča stranka ni utemeljila trditve, da sta zloga „to“ in „rre(s)“ tista, ki ju upoštevni potrošnik najtežje izgovori zaradi dvojnega „r“. V zvezi s tem je treba ugotoviti, da dvojni „r“ obstaja na večini upoštevnih ozemelj ter da ni bila ugotovljena nobena težava pri njegovi izgovorjavi. Poleg tega je treba ugotoviti, da je izgovorjava zloga „bé“ v besedi „albéniz“ jasno poudarjena ter da ne more ostati neopažena v glasovnem vtisu, ki se ustvari z izgovorjavo prijavljene znamke. To velja tudi za zadnji zlog „niz“.

Pojmovna podobnost

69 Glede pojmovne podobnosti je treba razlikovati med vtisom, ki ga sporna znaka ustvarjata v državah, v katerih potrošniki poznajo pomen besede „torre“, to so Španija, Italija in Portugalska, ter vtisom, ustvarjenim v drugih državah.

70 Glede držav, v katerih potrošniki poznajo pomen besede „torre“, odbor za pritožbe ni storil napake, ko je menil, da so ideje, ki jih vzbujata beseda „torres“ in izraz „torre albéniz“, različne. Medtem ko beseda „torres“ vsaj za špansko javnost pomeni stolpe v množini, je druga beseda prijavljene znamke povezana z znanim španskim glasbenikom. Čeprav je podobnost do določene stopnje podana, zaradi pogoste uporabe besede „torre“ za označitev zadevnih proizvodov v Španiji, Italiji in na Portugalskem potrošniki v teh državah ne bodo spregledali elementa „albéniz“ v prijavljeni znamki in bodo zato bolje dojeli pojmovno razliko med spornima znakoma.

71 Nasprotno pa je v državah, v katerih pomen besede „torre“ ni poznan, pojmovna podobnost pomembna do določene mere, kot poudarjata tožeča stranka in Urad.

72 V zvezi s tem tožeča stranka trdi, da večina evropskih potrošnikov ne razume pomena besede „torre“ in da na podlagi dojemanja manjšine v ciljni javnosti ni mogoče sklepati, da obstajajo med nasprotujočima si znakoma pojmovne razlike. Vendar je treba ugotoviti, da dejstvo, da je primerjava obravnavanih znakov na pojmovni ravni v večini držav Unije pomembna le do določene mere, ne nasprotuje upoštevanju pojmovnih razlik med obravnavanima znakoma v državah, kjer javnost pozna pomen te besede.

73 Glede na navedeno je treba ugotoviti, da je odbor za pritožbe pravilno sklepal, da na vidni in glasovni ravni razlike med obravnavanima znakoma prevladajo za vse upoštevne potrošnike, na pojmovni ravni pa tudi za špansko, italijansko in portugalsko javnost. Iz primerjave med spornima znakoma namreč izhaja, da ustvarjata različen celotni vtis. Edina enakost med prvimi petimi črkami prejšnjega znaka in elementa

„torre“ v prijavljeni znamki ne spreminja ugotovitve, da v celotnem vtisu razlike med znakoma prevladajo nad šibkimi podobnimi elementi.

Celovita presoja verjetnosti zmede

74 Odbor za pritožbe je ob upoštevanju razlik med nasprotujočima si znakoma pravilno menil, da med njima kljub enakosti zadevnih proizvodov ni verjetnosti zmede. V okviru celovite presoje zadevnih znamk namreč vidne, glasovne in morebitne pojmovne razlike med nasprotujočima si znakoma zadostujejo za preprečitev, da bi podobnosti med nasprotujočima si znakoma pripeljale do verjetnosti zmede pri upoštevnem potrošniku, čeprav so zadevni proizvodi enaki in sodijo v isti sektor proizvodnje in trženja (glej v tem smislu zgoraj navedeno sodbo Torre Muga, točka 71 in navedena sodna praksa).

75 Glede prepoznavnosti znaka TORRES na vseh upoštevnih območjih je treba ugotoviti, da ta ne more ovreči tega sklepa. Čeprav iz ustaljene sodne prakse izhaja, da je verjetnost zmede toliko večja, kolikor večji razlikovalni učinek ima prejšnja znamka, je treba poudariti, da verjetnost zmede predpostavlja enakost ali podobnost med znakoma. Tako je ugled znamke element, ki ga je treba upoštevati pri presoji, ali je podobnost med znakoma ali med proizvodi in storitvami zadostna, da obstaja verjetnost zmede, čeprav sam po sebi ne pripelje do verjetnosti zmede (glej zgoraj navedeno sodbo Torre Muga, točka 72 in navedena sodna praksa).

76 Čeprav je v obravnavanem primeru odbor za pritožbe priznal prepoznavnost znaka TORRES v Španiji ali celo v drugih državah članicah, v katerih je varovan, je primerjava med obravnavanima znakoma vendarle pokazala, da se celotni vtis, ki ga ustvari prijavljena znamka, zelo razlikuje od vtisa, ki ga ustvari prejšnja znamka. V teh okoliščinah večji razlikovalni učinek prejšnjega znaka, ki je posledica tega, da ga na trgu javnost pozna, ne more sam po sebi ovreči sklepa, da verjetnost zmede ne obstaja.

77 Tega sklepa tudi ne omaja trditev tožeče stranke, v kateri se sklicuje na označbo porekla, ki vsebuje izraz „torres vedras“, in v skladu s katero je zakonodajalec Skupnosti priznal zlasti, da se lahko poimenovanje, sestavljeno iz besed „torres“ in „vedras“, zameša z znamkami TORRES kljub obstoju druge besede „vedras“, in je zato vstavil člen 23a v Uredbo Komisije (EGS) št. 3201/1990 z dne 16. oktobra 1990 o izvedbenih pravilih za označevanje in predstavitev vin in vinskega mošta (UL L 309, str. 1), da bi se izognil tej možnosti. V zvezi s tem je treba ugotoviti, da se ureditev, na katero se sklicuje tožeča stranka, nanaša na določbe v zvezi s kakovostnimi vini, proizvedenimi na določenem proizvodnem območju, in na določbe o označevanju in predstavitvi vin, zlasti etiketiranje. Čeprav je zakonodajalec Skupnosti priznal, da je ob uvedbi novega kvalitetnega vina, proizvedenega na določenem proizvodnem območju, mogoča verjetnost zmede z nekaterimi splošno znanimi znamkami, ter zato natančneje določil način označevanja imena določenega proizvodnega območja na etiketi, pa to sklicevanje tožeče stranke ni resna utemeljitev, da obstaja v obravnavanem primeru verjetnost zmede in da je torej treba zavrniti prijavo znamke, ki vsebuje besedo „torre“.

78 Nazadnje je treba glede kritike tožeče stranke, da je odbor za pritožbe odrekel veljavnost sodbam španskih sodišč, opozoriti, da je treba zakonitost odločb odborov za pritožbe

presojati zgolj na podlagi Uredbe št. 40/94, kot jo razlaga sodišče Skupnosti (sodba Sodišča prve stopnje z dne 9. oktobra 2002 v zadevi Glaverbel proti UUNT (Površina steklene plošče), T-36/01, Recueil, str. II-3887, točka 34.)

Trditev, ki temelji na domnevnem obstoju „družine znamk“

79 V zvezi s trditvijo tožeče stranke, da tvorijo njene prejšnje znamke „družino znamk“ ali „serijo znamk“, kar lahko poveča verjetnost zmede v zvezi s prijavljeno znamko, je treba opozoriti, da je bila takšna trditev priznana v zgoraj navedeni sodbi Bainbridge in potrjena s sodbo Sodišča z dne 13. septembra 2007 v zadevi Il Ponte Finanziaria (C-234/06 P, Zodl., str. I-7333).

80 V skladu s to sodno prakso gre namreč za „serijo“ ali „družino“ znamk, kadar te prejšnje znamke v celoti ponazarjajo isti razlikovalni element z dodatkom grafičnega ali besednega elementa, ki jih medsebojno razlikuje, ali kadar so označene s ponovitvijo iste predpone ali pripone, ki izhaja iz prvotne znamke (zgoraj navedena sodba BAINBRIDGE, točka 123). V takšnem primeru se namreč lahko verjetnost zmede ustvari zaradi možnosti povezovanja med prijavljeno znamko in prejšnjimi znamkami, ki so del serije, če ima prijavljena znamka s prejšnjimi podobnosti, ki lahko potrošnika zapeljejo, da misli, da je prijavljena znamka del iste serije in da so tako proizvodi, ki jih označuje, istega trgovskega ali sorodnega porekla kot proizvodi, ki jih zajemajo prejšnje znamke. Taka verjetnost zmede v zvezi s prijavljeno znamko in prejšnjimi serijskimi znamkami, ki lahko povzroči zmedo glede trgovskega porekla proizvodov, označenih z nasprotujočimi si znaki, lahko obstaja tudi takrat, kadar primerjava med prijavljeno znamko in prejšnjimi znamkami, upoštevanimi posamezno, ne omogoča ugotovitve obstoja neposredne verjetnosti zmede (zgoraj navedena sodba BAINBRIDGE, točka 124). Pri „družini“ ali „seriji“ znamk verjetnost tveganja natančneje izhaja iz možnosti, da se potrošnik moti glede izvora ali porekla proizvodov ali storitev, za katere

velja znamka, katere registracija se zahteva, in napačno meni, da je del te „družine“ ali te „serije“ znamk (zgoraj navedena sodba Il Ponte Finanziaria, točka 63).

81 Vendar se je mogoče v skladu z zgoraj navedeno sodno prakso sklicevati na verjetnost zmede zaradi obstoja družine prejšnjih znamk le, če sta kumulativno izpolnjena dva pogoja. Prvič, prejšnje znamke, ki so del „družine“ ali „serije“ morajo biti prisotne na trgu. Drugič, ne le da mora biti prijavljena znamka podobna znamkam, ki so del serije, ampak mora imeti tudi lastnosti, ki jo lahko povežejo s serijo. To na primer ni mogoče, ko se skupni element prejšnjih serijskih znamk uporabi v prijavljeni znamki v drugačnem položaju od tistega, v kakršnem se navadno pojavlja v znamkah, ki pripadajo seriji, ali s pomensko drugačno vsebino (zgoraj navedena sodba BAINBRIDGE, točke od 125 do 127).

82 V obravnavanem primeru je treba najprej poudariti, da je skupni element prejšnjih besednih in figurativnih znamk, na katerih temelji ugovor, beseda „torres“ in/ali upodobitev več stolpov v različnih oblikah, ki so v skoraj vseh primerih trije, kot je na obravnavi potrdila tožeča stranka. Iz tega izhaja, da je stalni element prejšnjih znamk na besedni in figurativni ravni obstoj več stolpov.

83 Nato je treba ugotoviti, da prejšnje znamke razen besede v množini „torres“ in/ali upodobitve treh stolpov nimajo posebnih in stalnih značilnosti, ki bi lahko povzročile, da bi upoštevni potrošnik prijavljeno znamko povezal z vsemi prejšnjimi znamkami, zasnovanimi kot „družina“ ali „serija“ znamk, ter se tako zmotil glede izvora ali porekla proizvodov, za katere ta znamka velja. Na besedni in figurativni ravni se namreč znak

Torre Albéniz od prejšnjih znamk razlikuje zaradi posebnosti, opisanih zgoraj, in zlasti zaradi razlikovalnega dodatka elementa „albéniz“.

84 Ker drugi pogoj iz točke 81 zgoraj ni izpolnjen, je treba zavrniti trditev tožeče stranke, ki temelji na obstoju družine prejšnjih znamk, ne da bi bilo treba v tem okviru preveriti prisotnost prejšnjih znamk na trgu. Iz tega izhaja, da je odbor za pritožbe pravilno menil, da ni mogoče sklepati, da bi lahko upoštevni potrošnik dojel besedo „torre“, kot da je povezana z družino znamk TORRES.

85 Iz navedenega izhaja, da odbor za pritožbe ni storil napake, ko je ugotovil, da ni verjetnosti zmede med spornima znakoma.

86 Zato je treba tožbo zavrniti.

Stroški

87 V skladu s členom 87(2) Poslovnika se neuspeli stranki naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni. Ker tožeča stranka ni uspela, se ji naloži plačilo stroškov v skladu s predlogi Urada in intervenientke.

Iz teh razlogov je

SODIŠČE PRVE STOPNJE (šesti senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Miguel Torres, SA se naloži plačilo stroškov.

Meij Švábý Vadapalas

Razglašeno na javni obravnavi v Luxembourgu, 18. decembra 2008.

Podpisi