РЕШЕНИЕ НА ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯ СЪД (шести състав)

18 декември 2008 година *

По дело T-287/06

Miguel Torres, SA, установено във Vilafranca del Penedés (Испания), за което се явяват адв. E. Armijo Chávarri, адв. M. Baz de San Ceferino и адв. A. Castán Pérez-Gómez, avocats,

жалбоподател,

срещу

Служба за хармонизация във вътрешния пазар (марки и дизайни) (СХВП), за която се явяват г-н O. Mondéjar Ortuño и г-жа J. García Murillo, в качеството на представители,

ответник,

* Език на производството: испански.

като другата страна в производството пред апелативния състав на Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки и дизайни) (СХВП), встъпила в производството пред Първоинстанционния съд, е:

Bodegas Peñalba Lopez SL, установено в Aranda de Duero (Испания), за което се явяват адв. Calderón Chavero, адв. T. Villate Consonni и адв. M. Yañez Manglano, avocats,

с предмет жалба срещу решение на втори апелативен състав на Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки и дизайни) от 27 юли 2006 г. (преписка R 597/2004-2) относно процедура по възражение между Miguel Torres SA и Bodegas Peñalba Lopez SL,

ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯТ СЪД
НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ (шести състав),

състоящ се от: г-н A. W. H. Meij (докладчик), председател, г-н D. Šváby и г-н V. Vadapalas, съдии,

секретар: г-жа K. Andová, администратор,

предвид жалбата, подадена в секретариата на Първоинстанционния съд на 11 октомври 2006 г.,

предвид писмения отговор на Службата, подаден в секретариата на Първоинстанционния съд на 30 януари 2007 г.,

предвид писмения отговор на встъпилата страна, подаден в секретариата на Първоинстанционния съд на 22 януари 2007 г.,

предвид промяната в съставите на Първоинстанционния съд,

предвид определянето на друг съдия за попълване на състава поради възпрепятстване на един от неговите членове да изпълнява задълженията си,

след съдебното заседание от 10 януари 2008 г.,

постанови настоящото

Решение

Обстоятелства, предхождащи спора

1 На 1 юни 1999 г. г-жа M[a] del Pilar Pérez Albéniz Iglesias подава заявка за регистрация на марка на Общността в Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки и дизайни) (наричана по-нататък „Службата“) съгласно Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността, съответно изменен (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 следният фигуративен знак:



3 Стоките и услугите, за които се иска регистрацията, са от класове 32, 33 и 39 по смисъла на ревизираната и изменена Ницска спогодба относно международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 година и отговарят за всеки от тези класове на следното описание:

— клас 32: „Бира, минерални води и други безалкохолни напитки, сиропи и други препарати за приготвяне на напитки“,

— клас 33: „Вино“,

— клас 39: „Услуги за съхранение, дистрибуция, транспорт, складиране, пакетиране и опаковане на различни стоки“.

4 По време на процедурата пред Службата заявката за марка е прехвърлена на встъпилата страна — Bodegas Peñalba López SL. Последната ограничава заявката до стоките от клас 33 и до услугите от клас 39.

5 Заявката е публикувана в *Бюлетин на марките на Общността* бр. 72/00 от 11 септември 2000 г.

6 На 11 декември 2000 г. жалбоподателят Miguel Torres, SA подава възражение по член 8, параграф 1, буква б) от Регламент №°40/94 срещу заявката за марка на Общността.

7 Възражението се основава на следните по-ранни регистрации:

— общностна регистрация № 2783 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 1 февруари 1999 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира):



— общностна регистрация № 376 681 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 27 септември 1999 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира):



— общностна регистрация № 376 947 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 14 септември 1999 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира):



— общностна регистрация № 462 267 на словната марка „VIÑA LAS TORRES“, направена на 3 февруари 1999 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира),

— общностна регистрация № 466 839 на словната марка „GRAN TORRES“, направена на 1 февруари 1999 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира),

— общностна регистрация №°466 896 на словната марка „TORRES 10“, направена на 12 февруари 1997 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира),

— общностна регистрация № 466 912 на словната марка „5 TORRES“, направена на 1 февруари 1999 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира);

— испанска регистрация № 223 4398 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 20 септември 1999 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира):



— испанска регистрация № 18132 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 7 януари 1911 г. за стоки, попадащи в клас 33 (вино):



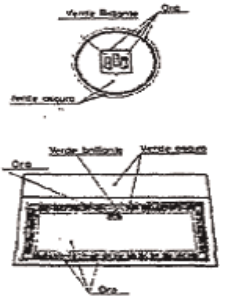
— испанска регистрация № 35802 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 8 април 1920 г. за стоки, попадащи в клас 33 (бренди, ракия и ликьор (с изключение на вино):



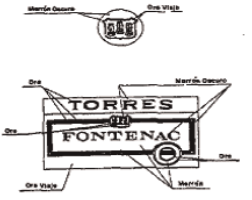
— испанска регистрация № 149 441 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 13 октомври 1947 г. за стоки, попадащи в класове 30, 32 и 33 (вино, енология, мъст, бира и оцет):



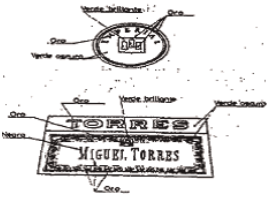
— испанска регистрация № 167 7345 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 5 октомври 1992 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира), и в частност бренди):



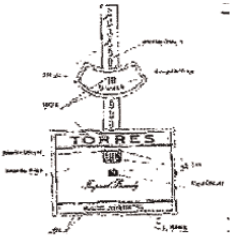
— испанска регистрация № 175 1690 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 20 юли 1993 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира), и в частност бренди):



— испанска регистрация № 167 7346 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 3 март 1995 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира), и в частност бренди):



— испанска регистрация № 171 8386 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 5 април 1994 г. за стоки, попадащи в клас 33 (бренди):



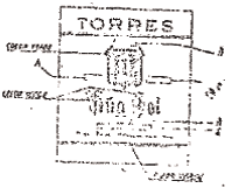
— испанска регистрация № 178 7982 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 3 април 1996 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира):



— испанска регистрация № 397 808 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 11 май 1963 г. за стоки, попадащи в класове 1, 30, 32 и 33 (пенливи вина, енология, вино, мъст, бира, оцет и винен камък за обработка на вино):



— испанска регистрация № 400 056 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 17 януари 1963 г. за стоки, попадащи в клас 33 (всякакъв вид вино, с изключение на екстра сухите бели трапезни вина, които имат аналогични характеристики като рейнските вина):



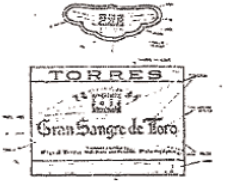
— испанска регистрация № 529 931 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 2 септември 1968 г.:



— испанска регистрация № 592 542 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 21 септември 1971 г. за стоки, попадащи в клас 33 (вино):



— испанска регистрация № 592 543 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 8 януари 1972 г. за стоки, попадащи в клас 33 (вино):



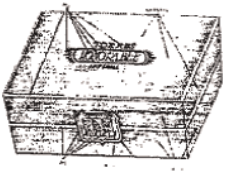
— испанска регистрация № 111 9998 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 20 юни 1986 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира):



— испанска регистрация № 111 9999 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 5 февруари 1987 г. за стоки, попадащи в клас 33 (вино):



— испанска регистрация № 117 2809 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 5 януари 1989 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира):



— испанска регистрация № 193 8607 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 5 март 1996 г. за стоки, попадащи в клас 33 (алкохолни напитки (с изключение на бира), и в частност бренди):



— испанска регистрация № 715 533 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 11 ноември 1976 г. за стоки, попадащи в клас 33 (спиртни напитки и ликьори):



— регистрация в Обединеното кралство B 857 391 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 3 декември 1963 г. за стоки, попадащи в клас 33 (вино):



— ирландска регистрация B 87182 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 17 юли 1974 г. за стоки, попадащи в клас 33 (вино):



— шведска регистрация № 238 430 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 31 юли 1992 г. за стоки, попадащи в клас 33 (всички стоки, по-специално вино, пенливи вина, бренди и ликьори):



— финландска регистрация № 33633 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 22 август 1977 г. за стоки, попадащи в клас 33 (вино, алкохолни напитки и ликьори):



— регистрация в Обединеното кралство № 113 347 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 17 октомври 1995 г.:



— датска регистрация № 1373 на изобразената по-долу фигуративна марка, направена на 11 април 1964 г.:



8 Възражението се основава на всички обхванати от по-ранните права стоки и е насочено единствено срещу стоките „вино“, попадащи в клас 33 и обхванати от заявената марка.

9 С решение от 18 май 2004 г. и въз основа на извършено сравнение между заявената марка и по-ранната фигуративна марка на Общността „TORRES“ № 2783 (наричана по-нататък „по-ранната марка“) отделът по споровете уважава възражението, като счита, че съществува вероятност от объркване между конфликтните марки, която се дължи на идентичността на обозначените от тези марки стоки, на определени визуални (изображение на кула и думата „torres“) и фонетични (сричките „to“ и „rre“) прилики и на известността на по-ранната марка.

10 На 16 юли 2004 г. встъпилата страна обжалва решението на отдела по споровете.

11 С решение от 27 юли 2006 г. (наричано по-нататък „обжалваното решение“) втори апелативен състав на Службата отменя решението на отдела по споровете поради това, че не е изпълнено условието за прилика между конфликтните марки и следователно не съществува вероятност от объркване между тях.

12 В това отношение апелативният състав счита по-специално, че фактът, че думата „torre“ се намира в началото на заявената марка, не ѝ придава доминиращ характер по отношение на нейните други елементи. Всъщност отличителният характер на заявената марка се дължал на логическото и концептуално единство, образувано от съчетанието на двете думи „torre“ и „albéniz“, като последната отличавала кулата и по такъв начин имал доминиращ характер в споменатата марка (точки 28 и 29 от обжалваното решение). Апелативният състав също счита, че дори известността на по-ранната марка да затвърждава отличителния ѝ характер, тя при всички обстоятелства не подсилва отличителния характер на идентичния или подобен елемент на комбинираната марка, така че този компонент да стане доминиращ в създаденото цялостно впечатление от посочената марка, когато той образува заедно с другите компоненти неделимо

логическо и концептуално единство, което е напълно разграничимо и не може да се свърже с по-ранната марка, ползваща се с известност (точка 30 от обжалваното решение). На следващо място, апелативният състав счита, че конфликтните марки създават различно общо впечатление, че съвпадането на елемента „torre“ във фонетично отношение е компенсирано от елемента „albéniz“, и че в концептуално отношение възприятието от съответните потребители ще зависи от това дали те знаят или не смисъла на думата „torre“ [кула]. Всъщност за тези, които разбират значението на тази дума, щяла да съществува концептуална разлика, докато за тези, които не долавят никакъв смисъл в думата „torre“, концептуалната прилика била слабо релевантна (точки 35—37 от обжалваното решение).

Искания на страните

13 Жалбоподателят моли Първоинстанционния съд:

— да отмени обжалваното решение,

— да осъди Службата да заплати съдебните разноски.

14 Службата моли Първоинстанционния съд:

— да отхвърли жалбата,

— да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

15 Встъпилата страна моли Първоинстанционния съд:

— да отхвърли жалбата,

— да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

От правна страна

Доводи на страните

16 В подкрепа на жалбата си жалбоподателят изтъква едно-единствено правно основание, изведено от нарушение на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент №° 40/94.

17 Жалбоподателят поддържа, че апелативният състав допуска три грешки при прилагането на развитите от съдебната практика правила, що се отнася до тълкуването на тази разпоредба. На първо място, той не отчел известността на по-ранните марки при определянето на доминиращия елемент на заявената марка и при разглеждането на вероятността от объркване. На второ място, той не

предприел това разглеждане въз основа на възприятието от съответните потребители (средният потребител на Европейския съюз), а само въз основа на възприятието от група потребители — малцинство (испански, италиански и португалски потребители). На трето място, той не взел предвид факта, че марките на жалбоподателя съставлявали „семейство от марки“ или „поредица от марки“.

18 Това правно основание се базира на четири предпоставки. Първо, известността на знака „TORRES“ в целия Съюз подсилвала отличителния характер на общия елемент на конфликтните знаци, който се превръщал в доминиращ. Второ, с оглед на техните отличителни и доминиращи елементи, конфликтните знаци имали фонетични и визуални сходства и прилики. Трето, известността на знака „TORRES“, прибавена към идентичността на стоките, подсилвала ius prohibendi на по-ранните марки при преценката на вероятността от объркване. Четвърто, вероятността от объркване била увеличена поради съществуването на „семейство от марки“, съдържащи словния елемент „torres“ и графичния елемент на една или няколко кули.

19 С оглед на първата предпоставка, на първо място, жалбоподателят изтъква, че предвид известността и вкореняването на знака „TORRES“ в целия Съюз, елементът „torre“ на заявената марка се възприема от съответните потребители като доминиращ елемент в цялостното впечатление, създадено от посочената марка.

20 Позовавайки се на испанската съдебна практика и доктрина, жалбоподателят твърди, че както известността на по-ранна марка подсилва нейната защита и отличителния ѝ характер, тя подсилва и отличителния характер на идентичния или подобен елемент на заявената комбинирана марка.

21 Жалбоподателят счита, на второ място, че твърдението на апелативния състав, съгласно което заявената марка представлява нераздело логическо и концептуално единство, е релевантно само в Испания, Португалия и Италия — места, където значението на конфликтните марки се разбира или може да бъде разбрано. В другите страни, където марките „TORRES“ също са регистрирани, думите „torre“ и „albéniz“ нямали никакво специално значение и следователно трудно можели да се разглеждат като образуващи истинско логическо и концептуално единство.

22 Жалбоподателят подчертава във връзка с това, че позицията на апелативния състав, що се отнася до логическото и концептуално единство на заявената марка, е в противоречие с позицията, която съставът заема в точка 29 от обжалваното решение, в която се казва, че думата „albéniz“ отличава обозначената от марката кула и поради това тя има доминираща и отличителна роля за заявената марка. Всъщност по-голямата част от съответните потребители не разбирали значението на тази дума и не го свързвали с испанския музикант Albéniz.

23 На трето място, жалбоподателят изтъква, че доводът, съгласно който по-ранната марка не е идентична с елемента „torre“ поради липсата на буквата „s“ в последния, е слаб довод, доколкото буквата „s“ означава множествено число, но не изменя по никакъв начин смисъла на съществителното име.

24 Накрая, жалбоподателят счита, че дори разположението на един от компонентите на комбинирана марка да не е решаващ критерий за определяне на доминиращия елемент, във всеки случай мястото има значение за преценката на потребителите, които знаят думата „torres“ или за които тя е позната. Тези потребители били склонни да съкращават заявената марка и да отделят внимание преди всичко на думата „torre“. Всъщност известността на по-ранните марки „TORRES“ и мястото на думата „torre“ в началото на заявената марка карали съответните потребители да отделят внимание най-вече на тази дума („torre“).

25 Що се отнася до втората предпоставка, жалбоподателят извършва действително сравнение на конфликтните знаци, като се основава по съображения за процесуална икономия на знаците, сравнени от отдела по споровете и от апелативния състав в съответните им решения; от това той стига до извода, че конфликтните знаци имат фонетични прилики и визуални сходства, без обаче да съдържат концептуални разлики, които да могат да ги неутрализират.

26 Във визуален план жалбоподателят изтъква, че поради специфичното естество на виното, общото впечатление от марките за тази стока се определя преди всичко от техните словни елементи, като фигуративните елементи минават на втори план. Поради това приликата между конфликтните марки, произтичаща от общия словен елемент „torre(s)“, не се неутрализирала от графичния елемент (изображението на кула), съдържащо се в заявената марка. По този пункт жалбоподателят се основава на практиката на Първоинстанционния съд, за да посочи, че почти всички етикети на присъстващи на пазара напитки от клас 33 съдържат декоративни елементи, които трудно се помнят, когато се търси стоката.

27 На следващо място, жалбоподателят изтъква, че изображението на кула в заявената марка се съдържа във всички по-ранни марки на жалбоподателя, някои от които, както заявената марка, съдържат изображението на една-единствена кула. Освен това жалбоподателят напомня, че фигуративният елемент сам по себе си подсилва общия словен елемент „torre(s)“ чрез изображението на образа на кула.

28 Във фонетичен план жалбоподателят отбелязва, че заявената марка съдържа почти цялата по-ранна марка само с разлика в последната буква „s“. Той поддържа, че съвпадането на сричките „to“ и „rre(s)“, подсилено от тяхното място в началото на двете конфликтни марки, им придава по-голяма привлекателност, отколкото на сричките „al“, „bé“ и „niz“. Освен това сричките „to“ и „rre(s)“ били по-трудни за произнасяне от съответните потребители поради двойното „r“, и следователно най-вече тези срички можели да задържат вниманието им.

29 Що се отнася до концептуалната разлика, жалбоподателят изтъква, че тя не неутрализира фонетичните и в по-малка степен визуалните прилики, които съществуват между конфликтните марки. Доколкото мнозинството от съответните потребители (австрийските, германските, нидерландските, английските, белгийските, датските, френските потребители и т.н.) не знаят значението на думата „torre“ или на нейното множествено число „torres“, концептуалното сравнение на знаците не било толкова важно. Единствената възможна концептуална представа, свързана с конфликтните знаци в тези територии, била именно представата за по-ранната марка, което се дължало на нейното вкореняване, нейната известност и присъствието ѝ на съответните територии, и защото ставало въпрос за думата, която посочва търговския произход на съответните стоки.

30 По този въпрос жалбоподателят добавя, че дори да е вярно, че за испанските, италианските и португалските потребители концептуалният елемент представлява релевантен фактор за сравнението на конфликтните марки, концептуалното възприятие на тази група потребители, каквото и да е то, няма влияние върху преценката на възприятието на марките от повечето потребители. Като се позовава на съдебната практика на Първоинстанционния съд, жалбоподателят изтъква, че по принцип съществуването на вероятност от объркване в една част от Европейската общност е достатъчно, за да може да се приложи член 8, параграф 1, буква б) от Регламент №°40/94.

31 Накрая жалбоподателят се позовава на съдебната практика на Първоинстанционния съд, като твърди, че в случая, в който една от само двете думи, от които е съставена словна марка, е идентична във визуален и във фонетичен план с единствената дума, от която е съставена по-ранна словна марка, и когато в концептуален план тези взети заедно или поотделно думи нямат никакво значение за заинтересованите потребители, въпросните марки, разглеждани всяка в нейната цялост, обикновено се приемат за подобни по смисъла на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент №°40/94.

32 Що се отнася до общата преценка на вероятността от объркване, от една страна, жалбоподателят счита, че признаването на известността на знака „TORRES“

в целия Съюз предполага по-голяма защита и по-силен отличителен характер на марките „TORRES“, по-голяма вероятност от объркване и по-голяма строгост при сравнението на по-ранната марка и заявената марка.

33 От друга страна, съществуващата идентичност между обозначените от конфликтните марки стоки засилвала приемането на решение за прилика и за сходство между конфликтните знаци, тъй като тези марки били представени в един и същи производствен, търговски и потребителски сектор.

34 Освен това жалбоподателят изтъква, че не можело да се твърди, както прави апелативният състав, че потребителите на вино са специализирани потребители, които могат безпроблемно да различават марките, тъй като виното е стока, консумирана от лица от всички социални слоеве и на различни културни равнища. Имало и специализирани потребители, но други купували вино защото марката му им е позната.

35 По същия начин апелативният състав не можел да отрича всякакво действие на решенията на испанските юрисдикции по сходни на конкретния случай дела.

36 Накрая, жалбоподателят поддържа, че вероятността от объркване, съществуваща между заявената марка и известните марки на жалбоподателя, е призната на общностно ниво в аналогичен случай, в който се е поставил въпросът за възможността за едновременното съществуване на марките „TORRES“ и наименованието за произход, съставено от израза „torres vedras“.

37 Освен това и независимо от резултата от сравнението между заявената марка и по-ранните марки жалбоподателят изтъква, че съществуването на „семейство от марки“ или „поредица от марки“, съдържащи словния елемент „torres“ и изображението на една или няколко кули, увеличава вероятността от объркване между конфликтните марки.

38 Всъщност всички тези марки били изградени от два общи елемента: думата „torres“ и изображението на една или няколко кули; някои от марките включвали и допълнителен елемент, за да идентифицират съответната конкретна стока. Така жалбоподателят изтъква факта, че елементът „torre“ и изображението на кула в заявената марка естествено подтикват потребителя да разглежда тази марка като принадлежаща към семейството от марки на жалбоподателя.

39 Позовавайки се на Решение на Първоинстанционния съд от 23 февруари 2006 г. по дело Il Ponte Finanziaria/СХВП — Marine Enterprise Projects (BAINBRIDGE) (T-194/03, Recueil, стр. II-445), жалбоподателят счита, че е доказал двете изискуеми условия за признаване на последиците от съществуването на семейство от марки върху вероятността от объркване, а именно, от една страна, използването и присъствието на пазара на всички принадлежащи към семейството марки, на които се основава възражението, и от друга страна, наличието в заявената марка на основен елемент, отличаващ семейството от марки.

40 Службата и встъпилата страна оспорват доводите на жалбоподателя.

Съображения на Първоинстанционния съд

41 Съгласно член 8, параграф 1, буква б) от Регламент №°40/94 на заявената марка се отказва регистрация поради възражение на притежателя на по-ранна марка, когато поради своята идентичност или прилика с по-ранна марка и поради идентичността или приликата на стоките или услугите, които двете марки обозначават, съществува вероятност от объркване в съзнанието на потребителите на територията, в която по-ранната марка е защитена.

42 Съгласно постоянната съдебна практика вероятността съответните потребители да повярват, че обозначените от конфликтните марки стоки или услуги произхождат от едно и също предприятие или евентуално от икономически свързани предприятия, представлява вероятност от объркване. Вероятността от объркване трябва да се преценява общо според възприятието, което съответните потребители имат за разглежданите знаци и стоки или услуги, като се вземат предвид всички фактори, които характеризират конкретния случай (Решение на Съда от 22 юни 1999 г. по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, стр. I-3819, точка 17 и Решение на Първоинстанционния съд от 9 юли 2003 г. по дело Laboratorios RTB/СХВП — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, стр. II-2821, точки 30 и 31).

43 Тази обща преценка отчита по-специално познаването на марката на пазара, както и степента на прилика на марките и на обозначените стоки или услуги. В това отношение тя предполага известна взаимозависимост между взетите предвид фактори, поради което ниска степен на прилика между обозначените стоки или услуги може да се компенсира с висока степен на прилика между марките и обратно (Решение на Съда от 29 септември 1998 г. по дело Canon, C-39/97, Recueil, стр. I-5507, точка 17 и Решение на Съда по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, посочено по-горе, точка 19).

44 По-нататък, възприятието на марките от страна на средния потребител на разглежданите стоки или услуги има определяща роля по отношение на общата

преценка на вероятността от объркване. Средният потребител обаче нормално възприема една марка като цяло и не се впуска в преглед на различните ѝ детайли (Решение на Съда по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, посочено по-горе, точка 25). С оглед на целите на посочената обща преценка средният потребител на разглежданите стоки се счита за нормално информиран и умерено внимателен и съобразителен. Следва да се вземе предвид и фактът, че нивото на внимание на средния потребител може да варира в зависимост от категорията разглеждани стоки или услуги (Решение на Съда по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, посочено по-горе, точка 26).

45 В конкретния случай съответните потребители включват средни потребители от държавите членки, в които по-ранният знак се ползва от защита.

46 Идентичността на разглежданите стоки не се оспорва от страните.

47 От съдебната практика е видно, че общата преценка на вероятността от объркване по отношение на визуалната, фонетичната или концептуалната прилика на разглежданите марки трябва да се основава на създаденото от тях цялостно впечатление, като се имат предвид в частност техните отличителни и доминиращи елементи (вж. Решение на Първоинстанционния съд от 11 юли 2006 г. по дело Torres/СХВП — Bodegas Muga (Torre Muga), T-247/03, точка 45 и посочената съдебна практика).

48 Освен това от постоянната съдебна практика следва, че комбинирана марка не може да се счита за подобна на друга марка, която е идентична или има прилика с един от компонентите на комбинираната марка, освен ако този компонент представлява доминиращ елемент в рамките на цялостното впечатление, създадено от комбинираната марка. Такъв е случаят, когато е възможно този компонент сам по себе си да доминира върху изображението на марката, което съответните потребители запомнят по такъв начин, че всички други компоненти

на марката са незначителни при цялостното впечатление от нея (вж. Решение по дело Torre Muga, посочено по-горе, точка 46 и посочената съдебна практика).

49 При все това не следва да се вземе предвид само един компонент на дадена комбинирана марка, който да се сравни с друга марка. Напротив, такова сравнение трябва да се направи, като въпросните марки се разгледат всяка в нейната цялост. (вж. Решение по дело Torre Muga, посочено по-горе, точка 47 и посочената съдебна практика).

50 В конкретния случай по-ранната марка е съставена от думата „torres“, изписана с главни букви и разположена над герб, върху който са изобразени три кули, докато заявената марка е съставена от изображението на кула, под което присъства израза „torre albéniz“, изписан в курсив и с особен шрифт.

51 С оглед сравнението на спорните знаци жалбоподателят представя различни доводи, които целят признаване, че думата „torre“ представлява доминиращ елемент на заявената марка. Предвид влиянието на този въпрос върху преценката на приликата на знаците, тези доводи следва да се разгледат, преди да се пристъпи към сравнението на конфликтните знаци.

— Относно доминиращия характер на елемента „torre“ в заявената марка

52 Що се отнася до влиянието, което признаването на известността на знака „TORRES“ би могло да има върху изследването на доминиращия елемент на заявената марка, и в резултат от това, върху приликата между конфликтните марки, следва да се приеме, че известността на по-ранната марка може

в зависимост от случая да подсили отличителния характер на идентичния или подобен елемент от дадена комбинирана марка, поради което той се превръща в доминиращ елемент от нея.

53 Настоящият случай обаче не е такъв.

54 Що се отнася, на първо място, до твърдението на жалбоподателя, според което известността на по-ранните марки „TORRES“ в целия Съюз, както и мястото на думата „torre“ в началото на заявената марка, карали съответните потребители да отделят особено внимание на тази дума и да пренебрегват другите съставни елементи на заявената марка, следва да се отбележи, че ако за преценката на доминиращия характер на един или няколко елемента на една комбинирана марка относителната позиция на различните компоненти в конфигурацията на такава марка може като допълнение да се вземе предвид (Решение на Първоинстанционния съд от 23 октомври 2002 г. по дело Matratzen Concord/ СХВП — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Recueil, стр. II-4335, точка 35), тази относителна позиция не придава при всички обстоятелства доминиращ характер на елемент от марка, който превръща в незначителни при цялостното впечатление другите съставни елементи на тази марка (Решение по дело Torre Muga, посочено по-горе, точка 50).

55 В конкретния случай следва да се приеме, че разполагането на думата „torre“ на първа позиция в заявената марка, не прави думата на втора позиция— а именно „albéniz“, незначителна при цялостното впечатление от посочената марка, по-специално във фонетичен и в концептуален план. Напротив, отличителният характер на заявената марка произтича по определящ начин от съчетанието на думите „torre“ и „albéniz“, които заедно образуват истинско логическо и концептуално единство. Следователно дори по-ранната марка да се е ползвала с известност, не може да се отрече съществуването на другите елементи, които образуват заявената марка.

56 Всъщност следва да се приеме, че нищо не позволява да се счита, че средният нормално информиран и умерено внимателен и съобразителен потребител системно ще пренебрегва втората част от словния елемент на дадена марка до степен, че да запомни само първата му част, както изтъква жалбоподателят.

57 Такъв по-специално е случаят в сектора на спиртните напитки, в който потребителите са свикнали с това, че стоките често се обозначават от марки, включващи няколко словни елементи (Решение по дело Torre Muga, посочено по-горе, точки 52 и 53).

58 В конкретния случай следва да се отбележи, че по-ранният известен знак „TORRES“ не е идентичен с елемента „torre“ от заявената марка, защото последният не окончава на буквата „s“. По-нататък следва да се отчете, че от една страна, словният елемент „torre“ от заявената марка се използва обичайно за обозначаване на съответните стоки, и от друга страна, тази дума е съчетана с елемента „albéniz“ по такъв начин, че образува с него логическо и концептуално единство, което е определящо по отношение на годността на заявената марка да отличи стоките, които обозначава. Тези обстоятелства не позволяват да се счита, че думата „torre“ прави другите компоненти на комбинираната марка незначителни при цялостното впечатление от нея, макар този елемент да има определена степен на прилика със знака със съществен отличителен характер „TORRES“ (вж. в този смисъл Решение по дело Torre Muga, посочено по-горе, точка 57).

59 По-нататък, що се отнася до твърдяното противоречие, от една страна, между заключението на апелативния състав, че съдържащият се в заявената марка израз образува истинско логическо и концептуално единство, и от друга страна, заключението, според което думата „albéniz“ заема доминираща и отличителна позиция в заявената марка, следва да се счете, че съответните потребители ще възприемат заявената марка като синтактично единство независимо от разбирането на това словосъчетание. За част от тези потребители, по-специално испанската, португалската или италианската част, която разбира значението на тези думи или израз, е вероятно, че думата „torre“ е с по-малко значение и че

втората част от заявената марка, която въвежда специфика и напомня за място или човек, е по-доминираща.

60 Предвид гореизложеното следва да се приеме за целите на сравнението на спорните знаци, че апелативният състав не е допуснал грешка при прилагане на правото, като се е въздържал да отбележи, че думата „torre“ е била доминиращ елемент във впечатлението, създадено от заявената марка.

— По визуалната прилика

61 От визуална гледна точка дори сравнението между конфликтните знаци да разкрива съвпадане между първите пет букви на единствения елемент на знака „TORRES“ и елемента „torre“ на заявената марка, апелативният състав правилно установява, че всеки един от спорните знаци произвежда различно общо визуално впечатление.

62 Всъщност, на първо място, следва да се отбележи, че елементът „torre“ от заявената марка не е идентичен със знака „TORRES“, който окончава на буквата „s“, означаваща множественото число.

63 На следващо място, докато по-ранната марка е съставена от думата „torres“, изписана с главни букви и разположена над герб, върху който са изобразени три кули, заявената марка е образувана от изображението на кула, под което присъства изразът „torre albéniz“, изписан в курсив и с особен шрифт.

64 Дори да може да се счете, както изтъква жалбоподателят, че в заявената марка фигуративният елемент има субсидиарен характер по отношение на словния елемент, който е много по-годен да отличи обозначените стоки и да спечели вниманието на потребителя, следва да се приеме, че единственият словен елемент „torre albéniz“ от заявената марка във всеки случай е достатъчно различен от знака „TORRES“, за да може във визуален план разликите да вземат връх над подобните аспекти във възприятието на потребителя. Това заключение не се променя от посочения от жалбоподателя факт, че вниманието на потребителите ще се съсредоточи най-малко със същата интензивност върху първата част от словния елемент на заявената марка, отколкото върху втората му част.

— По фонетичната прилика

65 Във фонетичен план следва да се отбележи, че по-ранният знак се състои от една-единствена дума, съдържаща две срички „to“ и „rres“, докато заявената марка наброява две думи, представляващи общо пет срички, а именно „to“, „rre“, „al“, „bé“ и „niz“. При тези условия обстоятелството, че заявената марка съдържа почти цялата по-ранната марка, без последната буква „s“, не може да вземе връх над фонетичните разлики между знаците, взети всеки в своята цялост. Следователно трябва да се приеме, че апелативният състав правилно е установил, че във фонетичен план спорните знаци са очевидно различни.

66 Тази преценка не се опровергава от другите доводи на жалбоподателя по този пункт.

67 Дори да не може да се отрече съществуването на очевидно подобна част в двете конфликтни марки, това не променя факта, че това обстоятелство се неутрали-

зира от явните фонетични разлики между двата знака, независимо дали поради броя на произнасяните срички или относно наличието на думата „albéniz“.

68 В това отношение следва да се отхвърли доводът на жалбоподателя, според който съвпадането на сричките „to“ и „rre(s)“, за което се твърди, че е подсилено от тяхното място в началото на двете конфликтни марки, им придава по-голяма привлекателност, която още повече се засилвала от факта, че сричките „to“ и „rre (s)“ са по-трудни за произнасяне, отколкото другата дума, от която е съставена заявената марка. Както бе отбелязано в точка 55 по-горе, думите „torre“ и „albéniz“ образуват истинско логическо и концептуално единство. Не е изтъкнато обаче никакво доказателство, което да може да доведе до заключението, че това единство може значително да се отслаби при произнасяне. Освен това жалбоподателят по никакъв начин не доказва довода, че сричките „to“ и „rre(s)“ са най-трудните за произнасяне за съответните потребители поради двойното „r“. В това отношение следва да се приеме, че в по-голямата част от съответните територии съществуват думи, съдържащи двойно „r“, и следователно не е установена никаква трудност в произношението на тази фонема. По-нататък следва да се отбележи, че произнасянето на сричката „bé“ в думата „albéniz“ е ясно акцентирано и не би могло да остане незабелязано във фонетичното единство, създадено от произнасянето на заявената марка. Същото важи за последната сричка „niz“.

— По концептуалната прилика

69 Относно концептуалната прилика следва да се отличават създаденото от спорните знаци впечатление в страните, където потребителите познават значението на думата „torre“, а именно — Испания, Италия и Португалия, и създаденото в другите страни впечатление.

70 Що се отнася до страните, в които потребителите познават значението на думата „torre“, апелативният състав не е допуснал грешка, като е приел, че са различни представите, внушени от думата „torres“ и от израза „torre albéniz“. Докато думата „torres“ извиква, поне за испанските потребители, представата за кули в множествено число, втората дума от заявената марка се свързва с известния испански музикант. Дори да съществува определена степен на прилика, честото използване на думата „torre“ за обозначение на разглежданите стоки в Испания, в Италия и в Португалия все пак ще накара потребителите от тези страни да не пренебрегват елемента „albéniz“ от заявената марка и следователно да възприемат повече концептуалната разлика между спорните знаци.

71 В замяна на това, в страните, където не е известно значението на думата „torre“, концептуалната прилика има ограничено значение, както отбелязват жалбоподателят и Службата.

72 В това отношение жалбоподателят изтъква, че мнозинството европейски потребители не разбират значението на думата „torre“ и не можело да се приеме, че конфликтните знаци имат концептуални разлики въз основа на възприятието на малцинството от потребителите, за които са предназначени знаците. Следва обаче да се отбележи, че ограниченото значение, което има сравнението на спорните знаци в концептуален план в по-голямата част от страните в Съюза, не пречи да се отчитат концептуалните разлики между разглежданите знаци в страните, където значението на тази дума е познато на потребителите.

73 Предвид гореизложеното следва да се счете, че апелативният състав правилно е стигнал до заключението, че разликите между спорните знаци преобладават във визуален и фонетичен план за всички заинтересовани потребители, както и от концептуална гледна точка за испанските, италианските и португалските потребители. Всъщност от сравнението между спорните знаци е видно, че те създават различно общо впечатление. Единствено съвпадането на първите пет

букви от по-ранния знак и елемента „torre“ в заявената марка не променя заключението, съгласно което в цялостното впечатление разликите между знаците вземат връх над слабите елементи на прилика.

— По общата преценка на вероятността от объркване

74 Предвид разликите между конфликтните знаци апелативният състав правилно счита, че не съществува вероятност от объркване между тях въпреки идентичността на разглежданите стоки. Всъщност в рамките на общата преценка на разглежданите марки визуалните, фонетичните и евентуално концептуалните разлики на конфликтните знаци са достатъчни, за да възпрепятстват въпреки идентичността на посочените стоки и факта, че принадлежат към един и същи производствен и търговски сектор, вероятност от объркване в съзнанието на съответния потребител, породена от сходствата между конфликтните знаци (вж. в този смисъл Решение по дело Torre Muga, посочено по-горе, точка 71 и посочената съдебна практика).

75 Що се отнася до известността на знака „TORRES“ във всички съответни територии, следва да се счита, че тя не може да постави под въпрос това заключение. Дори и от постоянната съдебна практика да следва, че вероятността от объркване е толкова по-голяма, колкото по-съществен е отличителният характер на по-ранната марка, следва да се подчертае, че вероятността от объркване предполага идентичност или прилика между знаците. Така известността на дадена марка е елемент, който без далеч сам по себе си да може да доведе до вероятност от объркване, трябва да се отчете, за да се прецени дали приликата между знаците или между стоките и услугите е достатъчна, за да доведе до вероятност от объркване (вж. Решение по дело Torre Muga, посочено по-горе, точка 72 и посочената съдебна практика).

76 В конкретния случай, макар апелативният състав да признава известността на знака „TORRES“ в Испания или дори в другите държави членки, в които той се ползва от защита, сравнението между спорните знаци обаче разкрива, че създаденото от заявената марка общо впечатление до голяма степен се различава от впечатлението, създадено от по-ранната марка. При тези обстоятелства повишеният отличителен характер на по-ранния знак, дължащ се на познаването на знака от потребителите на пазара, не може сам по себе си да промени заключението, според което вероятност от объркване не съществува.

77 Това заключение също не се поставя под въпрос от довода на жалбоподателя, който се позовава на наименованието за произход, съдържащо израза „torres vedras“ и според който общностният законодател признал по-специално, че наименование, съставено от думите „torres“ и „vedras“, можело да бъде объркано с марките „TORRES“ въпреки съществуването на втората дума „vedras“, и поради тази причина включил член 23а в Регламент (ЕИО) № 3201/90 на Комисията от 16 октомври 1990 г. относно определяне на подробни правила за описанието и представянето на вината и гроздовата мъст (ОВ L 309, стр. 1), за да предотврати тази възможност. В това отношение следва да се приеме, че правната уредба, на която се позовава жалбоподателят, засяга разпоредбите относно качествените вина от определен район и разпоредбите относно описанието и представянето на вината, по-специално етикетирането. Дори обаче общностният законодател да е признал възможна вероятност от объркване с някои известни марки при появата на ново вино от категорията качествено вино от определен район и следователно да уточнява начина, по който трябва да се посочва наименованието на определения район върху етикета, това не означава в по-малка степен, че жалбоподателят чрез това позоваване не е посочил надлежно, че в случая е съществувала вероятност от объркване и че следователно е трябвало да бъде отказана дадена заявена марка, съдържаща думата „torre“.

78 Накрая, що се отнася до критиката на жалбоподателя, според която апелативният състав отрича всякакво действие на решенията на испанските юрисдикции, следва да се напомни, че законосъобразността на решенията на апелативните състави трябва да се преценява единствено въз основа на Регламент №°40/94

според неговото тълкуване от общностния съд (Решение на Първоинстанционния съд от 9 октомври 2002 г. по дело Glaverbel/СХВП (Повърхност на стъклена плоча), Т-36/01, Recueil, стр. II-3887, точка 34).

— По довода, изведен от твърдяното съществуване на „семейство от марки“

79 Що се отнася до довода на жалбоподателя, който твърди, че неговите по-ранни марки съставляват „семейство от марки“ или „поредица от марки“, което може да увеличи вероятността от объркване от гледна точка на заявената марка, следва да се напомни, че подобна хипотеза е призната в Решение по дело BAINBRIDGE, посочено по-горе, потвърдено с Решение на Съда от 13 септември 2007 г. по дело Il Ponte Finanziaria (C-234/06 P, Сборник, стр. I-7333).

80 Според тази съдебна практика „поредицата“ или „семейството“ от марки се проявява по-специално било когато тези по-ранни марки възпроизвеждат изцяло един и същ отличителен елемент заедно с добавка на графичен или словен елемент, който да ги различи една от друга, било се характеризират чрез повтарянето на една и съща представка или наставка, извлечена от първоначалната марка (Решение по дело BAINBRIDGE, посочено по-горе, точка 123). Всъщност в подобна хипотеза вероятност от объркване може да бъде предизвикана от възможността за свързване на заявената марка с по-ранните марки, които са част от поредицата, когато между заявената марка и посочените по-ранни марки съществуват прилики, които могат да накарат потребителя да вярва, че тя е част от същата поредица и поради това, че обозначените от нея стоки имат един и същ или свързан търговски произход като стоките, обхванати от по-ранните марки. Такъв риск от свързване на заявената марка с по-ранните марки от поредица, който може да доведе до объркване относно търговския произход на обозначените от конфликтните знаци стоки, може да съществува дори ако сравнението между заявената марка и по-ранните марки, взети поотделно, не позволява да се установи съществуването на вероятност от пряко объркване (Решение по дело BAINBRIDGE, посочено по-горе, точка 124). При наличието на „семейство“ или „поредица“ от марки вероятността от объркване следва по-специално от факта, че потребителят може да се заблуди относно това откъде произхождат или произлизат стоките или услугите, обхванати от заявената за регистрация марка, и погрешно да сметне, че тя

е част от това „семейство“ или от тази „поредица“ от марки (Решение на Съда по дело Il Ponte Finanziaria, посочено по-горе, точка 63).

81 Според горепосочената съдебна практика обаче на свързаната със съществуването на семейство от по-ранни марки вероятност от объркване може да се направи позоваване само при наличието на две кумулативни условия. На първо място, по-ранните марки, които са част от „семейството“ или от „поредицата“, трябва да присъстват на пазара. На второ място, заявената марка трябва не само да бъде сходна на принадлежащите към поредицата марки, но също така трябва да притежава характеристики, които да могат да се свържат с поредицата. Не би могъл например да бъде такъв случаят, когато елементът, който е общ за поредните по-ранни марки, е използван в заявената марка на място, различно от това, на което обикновено се намира в принадлежащите към поредицата марки, или с различно семантично съдържание (Решение по дело BAINBRIDGE, посочено по-горе, точки 125—127).

82 В конкретния случай, на първо място, следва да се отбележи, че общият елемент на по-ранните словни и фигуративни марки, на които се основава възражението, е съставен от думата „torres“ и/или от изображението под различни форми на множество кули, които в почти всички случаи, както потвърждава жалбоподателят по време на съдебното заседание, са три на брой. Следователно неизменният елемент на по-ранните марки се състои — както в словен, така и във фигуративен план, в наличието на множество кули.

83 На следващо място, следва да се посочи, че освен думата в множествено число „torres“ и/или изображението на три кули, по-ранните марки нямат характеристики в особена и неизменна форма, които са от естество да могат да накарат съответните потребители да свържат заявената марка с всички приемани като „семейство“ или „поредица“ по-ранни марки и така да се заблудят относно това откъде произхождат или произлизат стоките, обхванати от семейството или поредицата. Всъщност както в словен, така и във фигуративен план знакът „Torre

Albéniz“ се отличава от по-ранните марки с описаното си по-горе своеобразие, и по-конкретно с отличителната добавка на елемента „albéniz“.

84 Поради това, доколкото не е изпълнено второто условие, посочено в точка 81 по-горе, доводът на жалбоподателя, изведен от съществуването на семейство от по-ранни марки, следва да се отхвърли, без да е необходимо в този контекст да се проверява присъствието на по-ранните марки на пазара. Следователно апелативният състав правилно счита, че не е следвало да се приема, че думата „torre“ би могла да бъде възприета от съответните потребители като свързана със семейството от марки „TORRES“.

85 От всичко изложено по-горе следва, че апелативният състав не е допуснал грешка, както е възприел, че не е съществувала вероятност от объркване между спорните знаци.

86 Поради това жалбата трябва да се отхвърли.

По съдебните разноски

87 По смисъла на член 87 параграф 2 от Процедурния правилник на Първоинстанционния съд загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено такова искане. След като жалбоподателят е загубил делото, той трябва да бъде осъден да заплати разноските в съответствие с искането на Службата и на встъпилата страна.

По изложените съображения

ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯТ СЪД (шести състав)

реши:

1) Отхвърля жалбата

2) Осъжда Miguel Torres, SA да заплати съдебните разноски.

Meij Šváby Vadapalas

Постановено в открито съдебно заседание в Люксембург на 18 декември 2008 година.

Подписи