PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2006. gada 12. jūlijā *

Lieta T-277/04

Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co. KG, Brēmene (Vācija), ko pārstāv U. Zanders [*U. Sander*], avocat,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv H. Novaiss Gonsalvess [*J. Novais Gonçalves*], pārstāvis,

atbildētājs,

otrs procesa ITSB Apelāciju padomē dalībnieks un persona, kas iestājusies lietā Pirmās instances tiesā, —

* Tiesvedības valoda — angļu.

Johnson's Veterinary Products Ltd, Sutona Koldfīlda [*Sutton Coldfield*] (Apvienotā Karaliste), ko pārstāv M. Edinboro [*M. Edenborough*], *barrister*,

par prasību atcelt ITSB Apelāciju pirmās padomes 2004. gada 27. aprīļa lēmumu lietā R 560/2003-1 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Vitakraft-Werke Wührmann & Sohn GmbH & Co. KG* un *Johnson's Veterinary Products Ltd.*

EIROPAS KOPIENU
PIRMĀS INSTANCES TIESA (otrā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs J. Pirungs [*J. Pirrung*], tiesneši A. V. H. Meijs [*A. W. H. Meij*] un I. Pelikānova [*I. Pelikánová*],
sekretārs J. Plingerss [*J. Plingers*], administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2004. gada 9. jūlijā,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2005. gada 14. janvārī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2005. gada 13. maijā,

pēc tiesas sēdes 2006. gada 11. janvārī

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

1 1996. gada 21. martā *Vitacoat Ltd* Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) lūdza reģistrēt vārdisku apzīmējumu "VITACOAT" kā Kopienas preču zīmi, pamatojoties uz grozīto Padomes 1993. gada 20. decembra Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.).

2 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 3., 5. un 21. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un atbilst šādam aprakstam:

— 3. klase: "Šampūni; līdzekļi, ko izmanto pēc šampūnu lietošanas; izstrādājumi matiem un ādai; dezodoranti — viss paredzēts dzīvniekiem";

— 5. klase: "Līdzekļi kožu, utu, blusu un citu parazītu iznīcināšanai — viss paredzēts dzīvniekiem";

— 21. klase: "Sukas un ķemmes dzīvniekiem".

3 1998. gada 11. maijā preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetenā] Nr. 34/1998.

4 1998. gada 25. maijā prasītāja iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju, pamatojoties uz četrām Vācijā reģistrētām preču zīmēm (turpmāk tekstā — "agrākās preču zīmes"), kuras sastāv no vārdiska apzīmējuma "VITA-KRAFT" un it īpaši aizsargā šādas preces:

— reģistrācijas Nr. 834 153: "Stikls, porcelāns un fajanss, proti, barotavas putniem, suņiem un kaķiem";

— reģistrācijas Nr. 950 955: "Farmaceitiskie veterinārie preparāti zivīm, putniem un mājputniem, izņemot preparātus, ko pārdod vienīgi aptiekās";

— reģistrācijas Nr. 1 065 186: "Higiēniskie izstrādājumi un līdzekļi ķermeņa kopšanai un skaistumkopšanai mājdzīvniekiem, kā arī šampūni mājdzīvniekiem";

— reģistrācijas Nr. 39 615 031: "Mazgāšanas līdzekļi, ziepes, ķermeņa kopšanas un skaistumkopšanas līdzekļi, matu losjoni, līdzekļi kaitīgo dzīvnieku iznīcināšanai, ķemmes un sukas".

5 Iebildumi bija pamatoti it īpaši ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu un vērsti pret visām reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm.

6 2000. gada 11. februārī Iebildumu nodaļa noraidīja iebildumus, motivējot it īpaši ar to, ka nav agrāko preču zīmju reģistrācijas apliecību pilnīga tulkojuma. Pēc prasītājas apelācijas sūdzības ITSB Apelāciju trešā padome 2001. gada 19. jūnijā atcēla šo lēmumu daļā, kas attiecās uz agrākajām preču zīmēm.

7 2001. gada 4. septembrī *Vitacoat* informēja ITSB par preču zīmes reģistrācijas pieteikuma nodošanu sabiedrībai *Johnson's Veterinary Products Ltd* 2001. gada 29. oktobrī šī nodošana tika reģistrēta Kopienas preču zīmju reģistrā.

8 2003. gada 29. jūlijā Iebildumu nodaļa atkārtoti noraidīja iebildumus kā nepamatotus.

9 2003. gada 24. septembrī prasītāja par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza apelāciju.

10 Ar 2004. gada 27. aprīļa lēmumu (turpmāk tekstā — "Apstrīdētais lēmums") ITSB Apelāciju pirmā padome apelāciju noraidīja. Būtībā tā uzskatīja, ka attiecīgās preces bija daļēji identiskas un daļēji līdzīgas, bet ka attiecīgajos apzīmējumos ietverti tikai nedaudzi līdzības elementi no fonētiskā un vizuālā aspekta. Faktiski Apelāciju padome uzskatīja, ka vārdiem "vita" un preču zīmēm "VITAKRAFT" ir vāja raksturīgā atšķirtspēja attiecībā uz citām precēm, nevis uz tām, ko aptver Vācijā veiktā reģistrācija Nr. 834 153, un "ķemmēm un sukām", ko aptver Vācijā veiktā reģistrācija Nr. 39 615 031. Turklāt Apelāciju padome apstiprināja, ka tie ir konceptuāli atšķirīgi, jo vārds "Kraft" vācu valodā nozīmē "spēks, stiprums" un tas šādi pastiprina arī ideju par "vitalitāti" (vācu valodā — "Vitalität"), ko ierosinājis elements "vita", turpretim vārdam "vitacoat" nav konkrētas nozīmes neatkarīgi no tā, vai vācu patērētājam ir zināma angļu vārda "coat" nozīme. Attiecībā uz

dokumentiem, ko prasītāja iesniegusi, lai pierādītu agrāko preču zīmju augsto atšķirtspēju saistībā ar to, ka tās esot pazīstamas Vācijas tirgū, Apelāciju padome secināja, ka tie nav pietiekami pierādījumi agrāko preču zīmju reputācijai (skat. 24. un 25. punktu turpmāk). Apelāciju padome uzskata — tā kā prasītāja nav pierādījusi, ka tās preču zīmes ir pazīstamas Vācijas tirgū, attiecīgo preču zīmju līdzība nav pietiekama, lai radītu sajaukšanas iespēju Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

Process un lietas dalībnieku prasījumi

11 Prasības pieteikums sākotnēji tika iesniegts vācu valodā. Angļu valoda kļuva par tiesvedības valodu atbilstoši Pirmās instances tiesas Reglamenta 131. panta 2. punktam, ievērojot personas, kas iestājusies lietā, iesniegtos iebildumus, kuri Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegti 2004. gada 11. augustā.

12 Prasītāja savam prasības pieteikumam pievienoja daudzus pielikumus, kas sarakstīti vācu valodā. 2005. gada 31. janvārī tā daļu no šiem pielikumiem aizstāja ar to saīsinātām versijām.

13 Atbilstoši Reglamenta 131. panta 3. punktam prasītājai tika atļauts savus paskaidrojumus iesniegt vācu valodā.

14 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt Apstrīdēto lēmumu;

— piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

15 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

16 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— apstiprināt Apstrīdēto lēmumu;

— nodot Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu atpakaļ ITSB, lai tas var veikt preču zīmes reģistrāciju;

— piespriest prasītājai atlīdzināt personas, kas iestājusies lietā, tiesāšanās izdevumus, kas radušies procesā Pirmās instances tiesā un izdevumus, kas radušies procesos Apelāciju padomē un Iebildumu nodaļā.

17 Tiesas sēdē persona, kas iestājusies lietā, atbildot uz Pirmās instances tiesas jautājumu, paskaidroja, ka tās prasījumu otrā daļa faktiski sakrīt ar pirmo daļu. Attiecībā uz prasījumu trešo daļu persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka tās mērķis ir nodrošināt, lai ITSB reāli veiktu pieteiktās preču zīmes reģistrāciju gadījumā, ja prasība tiktu noraidīta. Attiecībā uz izdevumiem tā paziņoja, ka, piesardzības apsvērumu vadīta, tā prasījumu ceturto daļu ir formulējusi pēc iespējas plašāk.

Juridiskais pamatojums

Par prasītājas lūgumu atcelt Apstrīdēto lēmumu

18 Prasītāja izvirza vienu pamatu — Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu. Būtībā šis pamats ietver trīs sadaļas. Pirmajā sadaļā prasītāja norāda, ka preču zīmēm "VITAKRAFT" un to elementam "vita" piemīt augsta atšķirtspēja tādēļ, ka šī preču zīme ir pazīstama Vācijas tirgū. Pamata otrajā sadaļā prasītāja apgalvo, ka Apelāciju padome veikusi kļūdainu apzīmējumu līdzības vērtējumu, it īpaši tādēļ, ka tā neesot apzinājusies, ka vārds "vita" ir apzīmējumu dominējošais elements. Trešajā sadaļā tā apgalvo, ka šīs divas kļūdas, kā arī fakta, ka netika ņemta vērā attiecīgo preču līdzības pakāpe, rezultātā Apelāciju padome šajā lietā nav atzinusi sajaukšanas iespējas pastāvēšanu, ko turklāt, izskatot šai lietai līdzīgas lietas, regulāri atzīst Vācijas tiesas.

Vispārējie apsvērumi

19 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi nereģistrē, ja tās identiskuma vai

līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ pastāv iespēja maldināt sabiedrību [sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja] tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme; iespēja maldināt [sajaukšanas iespēja] ir asociāciju iespēja ar agrāko preču zīmi.

20 Saskaņā ar Tiesas un Pirmās instances tiesas pastāvīgo judikatūru preču vai pakalpojumu komerciālās izcelsmes sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, un ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus, it īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un apzīmēto preču vai pakalpojumu līdzību [Pirmās instances tiesas 2005. gada 1. februāra spriedums lietā T-57/03 *SPAG*/ITSB — *Dann* un *Backer* ("HOOLIGAN"), Krājums, II-287. lpp., 51. punkts].

21 Lietas dalībnieki šajā lietā ir vienisprātis, ka, tā kā agrākās preču zīmes ir aizsargātas Vācijā un preces ir paredzētas ikvienai personai, kam pieder mājdzīvnieks, mērķauditorija ir vidusmēra vācu patērētāji, kuriem pieder šāds dzīvnieks.

22 Turklāt, kā tas arī izriet no Apstrīdētā lēmuma 21.–23. punkta, Apelāciju padome konstatēja, ka visas preču zīmes reģistrācijas pieteikumā norādītās preces ir identiskas vienai vai otrai precei, kas aizsargātas ar agrākajām preču zīmēm Nr. 1 065 186 un Nr. 39 615 031. Turklāt Apelāciju padome Apstrīdētā lēmuma 24. punktā apstiprināja, ka preces, ko aptver reģistrācijai pieteiktā preču zīme un preču zīme Nr. 834 153, bija līdzīgas. Prasītāja nav apstrīdējusi šos secinājumus.

23 Tādējādi prasītājas vienīgais izvirzītais pamats ir jāizvērtē minēto apsvērumu kontekstā.

Par pamata pirmo sadaļu — agrāko preču zīmju augsto atšķirtspēju to pazīstamības dēļ

— Apstrīdētais lēmums

24 Procesā Apelāciju padomē prasītāja, lai pierādītu, ka tās preču zīmes ir pazīstamas, iesniedza šādus pierādījumus:

— ar preču zīmēm "VITAKRAFT" aptverto preču cenu sarakstu par 1994. gadu;

— 1997. gadā veikto tirgus pētījumu par preču zīmēm "VITAKRAFT";

— 1992. gadā veikto tirgus pētījumu par preču zīmi "VITA" un iespējamo saikni, kuru sabiedrība varētu saskatīt starp šo preču zīmi un apzīmējumu "VITAKRAFT".

25 Apelāciju padome noraidīja cenu sarakstu tādēļ, ka tas galvenokārt attiecās uz citām precēm, nevis tām, ko aptver konkrētās agrākās preču zīmes (Apstrīdētā lēmuma 29. punkts). Attiecībā uz 1997. gadā veikto pētījumu Apelāciju padome uzskatīja, ka tā pierādījumu spēks bija nepietiekams, ņemot vērā, ka aptaujātās personas nebija spontāni saistījušas preču zīmes "VITAKRAFT" un preces, ko tās aizsargā, jo intervētāji viņiem bija norādījuši apzīmējumu, kā arī attiecīgās preces (Apstrīdētā lēmuma 30. punkts). Attiecībā uz 1992. gadā veikto pētījumu Apelāciju padome uzskatīja, ka tā pierādošais spēks bija ievērojami samazinājies, tādēļ ka tas neaptvēra atbilstošo periodu. Apelāciju padome uzskata — ir jāpieņem, ka četros gados tirgus situācija ievērojami mainās, ja vien netiek pierādīts pretējais. Apelāciju padome piebilst, ka pētījums neattiecās uz preču zīmēm "VITAKRAFT", ka tas bija vērsts

tikai uz patērētājiem, kam pieder mājdzīvnieki, ka šie patērētāji tika virzīti uz preču zīmi "VITA" saistībā ar konkrētajām precēm un ka tikai 20 % no aptaujātajām personām bija identificējušas preču zīmes "VITAKRAFT" (Apstrīdētā lēmuma 31. punkts).

— Lietas dalībnieku argumenti

26 Pirmkārt, attiecībā uz 1994. gada cenu sarakstu prasītāja norāda, ka tas aptver arī preces, kas apzīmētas ar agrākajām preču zīmēm.

27 Otrkārt, attiecībā uz 1997. gada pētījumu prasītāja būtībā kritizē to, ka Apelāciju padome neatzina norādes, kas aptaujātajām personām tika sniegtas saistībā ar preču zīmi un attiecīgajām precēm. Prasītāja uzskata, ka intervijās ar patērētājiem nav iespējams nenorādīt preču zīmi, uz kuru attiecas pētījums. Tiesas sēdē prasītāja piebilda — tā kā vārds "vita" ir bieži izmantots elements preču zīmēs, kas aizsargā cilvēkiem paredzēto pārtiku, norāde uz precēm, ko aptver agrākās preču zīmes, bija nepieciešama, lai izslēgtu sajaukšanas iespēju ar preču zīmēm, kas ietilpst cilvēkiem paredzētās pārtikas nozarē.

28 Visbeidzot, attiecībā uz 1992. gada pētījumu prasītāja apgalvo, pirmkārt, ka salīdzinoši īsajā četru gadu periodā attiecīgais tirgus nemainās, ko arī esot pierādījis 1997. gada pētījums. Otrkārt, prasītāja atzīmē, ka viedokļu aptauju institūtam *Allensbach*, kas veica šo aptauju, ir izcila reputācija. Pētījums pierādot, ka attiecīgo tirgu atspoguļojošajai grupai vārds "vita" ir preču zīmju "VITAKRAFT" dominējošais elements un ka šī sabiedrības daļa acumirklī saistītu vārdu "vita" apzīmējumā, kas aptver konkrētās preces, un prasītājas agrākās preču zīmes.

29 ITSB iebilst, pirmkārt, ka ar cenu sarakstu vien, lai kāds būtu tā saturs, nevar pierādīt, ka agrākās preču zīmes ir pazīstamas.

30 Attiecībā uz 1997. gada pētījumu ITSB uzskata, ka parasti patērētāji nepievēršas noteiktai preču zīmei, bet spontāni nolemj, kuru preci tie vēlas pirkt. Līdz ar to tikai spontāna atbilde par patērētāja zināšanām attiecībā uz preču zīmi, kas aptver noteiktas preces, varētu sniegt pietiekamu pierādījumu par to, ka šī preču zīme ir pazīstama tirgū. Šajā lietā, pirmkārt, patērētāji esot tikuši tieši virzīti uz preču zīmēm "VITAKRAFT", un, otrkārt, pētījums esot īpaši neskaidrs attiecībā uz apzīmētajām precēm. Tiesas sēdē ITSB piebilda, ka pētījuma pierādījumu spēku turklāt vājina fakts, ka tas aptver periodu, kurš seko konkrētajam periodam un kuru, tātad, varēja ietekmēt reklāmas kampaņas, kas tika veiktas pēc preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma.

31 Visbeidzot, attiecībā uz 1992. gada pētījumu ITSB norāda, ka saskaņā ar šo pētījumu 70 % no aptaujātajām personām nesaskatīja nekādu saikni starp vārdu "vita" un agrākajām preču zīmēm, lai gan jautājumi ir tikuši uzdoti tādā veidā, lai aptaujātos patērētājus virzītu uz noteiktu rezultātu.

32 Persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka 1997. gada pētījums ir jānoraida tādēļ, ka tas attiecas uz periodu, kurš seko pēc konkrētā perioda, un ka 1992. gada pētījuma pierādījumu spēks nav pietiekams, ņemot vērā, ka tas neskar agrākās preču zīmes, bet apzīmējumu "VITA". Tiesas sēdē tā precizēja, ka jautājumi, kas 1992. gadā tika uzdoti aptaujātajām personām, pilnīgi vai lielā mērā varēja norādīt uz noteiktu asociāciju starp apzīmējumiem "VITA" un "VITAKRAFT".

— Pirmās instances tiesas vērtējums

33 Kā tas izriet no Regulas Nr. 40/94 septītā apsvēruma, sajaukšanas iespējas vērtējums ir atkarīgs no vairākiem faktoriem un it īpaši no tā, vai preču zīme attiecīgajā tirgū sabiedrībai ir pazīstama. Tā kā sajaukšanas iespēja ir jo lielāka, jo nozīmīgāka izrādās preču zīmes atšķirtspēja, preču zīmēm, kurām ir augsta atšķirtspēja *per se* vai tādēļ, ka tās ir pazīstamas sabiedrībai, ir plašāka aizsardzība nekā preču zīmēm, kurām ir mazāka atšķirtspēja (pēc analoģijas skat. Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedumu lietā C-251/95 *SABEL, Recueil*, I-6191. lpp., 24. punkts; 1998. gada 29. septembra spriedumu lietā C-39/97 *Canon, Recueil*, I-5507. lpp., 18. punkts, un 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 20. punkts).

34 Lai pieņemtu, ka atšķirtspēja ir augstāka par parasto tāpēc, ka preču zīme tirgū sabiedrībai ir pazīstama, ir noteikti nepieciešams, lai šī preču zīme būtu pazīstama vismaz ievērojamai konkrētās sabiedrības daļai, bez obligātas prasības, lai tai piemistu reputācija Regulas Nr. 40/94 8. panta 5. punkta izpratnē. To, ka preču zīmei ir augsta atšķirtspēja saistībā ar tās pazīstamību, nevar konstatēt vispārējā veidā, piemēram, ar noteiktu procentuālu izteiksmi attiecībā uz preču zīmes pazīstamības pakāpi konkrētajā sabiedrības daļā (šajā sakarā un pēc analoģijas skat. Tiesas 1999. gada 4. maija spriedumu apvienotajās lietās C-108/97 un C-109/97 *Windsurfing Chiemsee, Recueil*, I-2779. lpp., 52. punkts, un iepriekš minēto spriedumu lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, 24. punkts). Tomēr ir jāatzīst zināma savstarpēja saistība starp preču zīmes pazīstamību un tās atšķirtspēju tādējādi, ka, jo vairāk preču zīme ir pazīstama mērķa sabiedrībai, jo vairāk pastiprinās šīs preču zīmes atšķirtspēja.

35 Lai pārbaudītu, vai preču zīmei saistībā ar tās pazīstamību piemīt augsta atšķirtspēja, ir jāņem vērā visi uz lietu attiecināmie fakti, it īpaši preču zīmes tirgus daļa, šīs preču zīmes izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskā platība un ilgums, uzņēmuma šīs preču

zīmes popularizēšanai veikto investīciju apjoms, konkrētās sabiedrības daļas proporcija, kura, pateicoties preču zīmei, identificē preci vai pakalpojumu kā tādu, ko ražojis vai sniedzis attiecīgais uzņēmums, kā arī Tirdzniecības un rūpniecības kameru un citu profesionālo apvienību paziņojumi (pēc analoģijas skat. iepriekš minētos spriedumus lietā *Windsurfing Chiemsee*, 51. punkts, un lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, 23. punkts, un Tiesas 1999. gada 14. septembra spriedumu lietā C-375/97 *General Motors*, *Recueil*, I-5421. lpp., 26. un 27. punkts).

36 Šajā lietā prasītāja, lai pamatotu savu preču zīmju pazīstamību, iesniedza trīs pierādījumus, proti, 1994. gada cenu sarakstu, 1997. gada tirgus pētījumu un 1992. gada tirgus pētījumu (skat. 24. punktu iepriekš).

37 Pirmkārt, attiecībā uz cenu sarakstu ir jāatgādina, ka ar to vien, ka tiek iesniegti katalogi bez norādēm vai pierādījumiem attiecībā uz to izplatīšanu sabiedrībai vai to iespējamās izplatīšanas apjomu, nepietiek, lai pierādītu preču zīmes izmantošanu [šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2004. gada 6. oktobra spriedumu lietā T-356/02 *Vitakraft-Werke Wührmann*/ITSB — *Kraft* ("VITAKRAFT"), Krājums, II-3445. lpp., 34. punkts]. Jo vairāk, tādējādi nevar pierādīt, cik intensīva ir bijusi šāda izmantošana. Šī judikatūra ir piemērojama cenu sarakstam, kura funkciju var pielīdzināt kataloga funkcijai. Līdz ar to ir jānoraida prasītājas arguments, saskaņā ar kuru Apelāciju padome kļūdījusies attiecībā uz šī cenu saraksta saturu.

38 Otrkārt, attiecībā uz 1992. gadā un 1997. gadā veiktajiem tirgus pētījumiem vispirms ir jānorāda, ka agrākajai preču zīmei, lai tās atšķirtspēja būtu augstāka saistībā ar tās iespējamo pazīstamību sabiedrībā, katrā ziņā ir jābūt pazīstamai sabiedrībai datumā, kurā iesniegts preču zīmes reģistrācijas pieteikums, vai, attiecīgā gadījumā, prioritātes datumā, uz ko atsaucas, lai pamatotu šo pieteikumu [šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2004. gada 13. decembra spriedumu lietā T-8/03 *El Corte Inglés*/ITSB — *Pucci* ("EMILIO PUCCI"), Krājums, II-4297. lpp., 71.–73. punkts,

apelācijas sūdzība uz šiem punktiem neattiecas]. Tomēr *a priori* nevar izslēgt, ka pētījumā, kas veikts zināmu laiku pirms vai pēc šī datuma, var būt ietvertas lietderīgas norādes, vienlaikus apzinoties, ka tā pierādījumu vērtība var mainīties atkarībā no tā, cik tuvu vai tālu aptvertais periods ir no attiecīgās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma vai prioritātes datuma. Turklāt tā pierādījumu spēks ir atkarīgs no aptaujā izmantotās metodes.

39 Šajā lietā 1997. gada pētījumam, kā to pamatoti norādīja Apelāciju padome, ir vājš pierādījumu spēks tādēļ, ka aptaujātās personas neatbildēja spontāni, jo izmantotās anketas viņām norādīja attiecīgo apzīmējumu, kā arī preces. Šo konstatējumu neatspēko prasītājas arguments, saskaņā ar kuru, pirmkārt, precizēt attiecīgās preces bija nepieciešams, lai novērstu, ka sabiedrība norāda preču zīmes, kas aptver cilvēku patēriņam paredzēto pārtiku, un, otrkārt, aptauja bez jebkādas norādes par attiecīgo preču zīmi noderīgus rezultātus sniegtu tikai gadījumos, kad preču zīmēm piemīt izteikta reputācija ("berühmte Marken") (skat. 27. punktu iepriekš). Faktiski būtu bijis iespējams aptaujātajām personām norādīt attiecīgās preces, neizdarot atsauci uz preču zīmēm "VITAKRAFT" vai arī parādīt viņām sarakstu ar dažādām preču zīmēm, tai skaitā, attiecīgo agrāko apzīmējumu.

40 Šajos apstākļos Apelāciju padome nav pieļāvusi tiesību kļūdu, uzskatot, ka 1997. gada pētījums pats par sevi nav pietiekams, lai pierādītu, ka preču zīmes "VITAKRAFT" ir pazīstamas sabiedrībā. Līdz ar to Pirmās instances tiesai nav jālemj par ITSB un personas, kas iestājusies lietā, izvirzīto papildu argumentu, saskaņā ar ko pētījuma pierādošo spēku mazina arī fakts, ka tas [pētījums] aptver periodu, kas seko atbilstošajam periodam.

41 Attiecībā uz 1992. gada pētījumu — to nevar uzreiz izslēgt tikai tādēļ, ka tas galvenokārt skar preču zīmi "VITA" un nevis preču zīmes "VITAKRAFT", jo

prasītāja cenšas pierādīt, ka vārds "vita" ir agrāko preču zīmju dominējošais elements tiktāl, ciktāl mērķauditorija acumirklī saista vārdu "vita" un preču zīmes "VITAKRAFT", jo pazīst abus apzīmējumus, un pētījuma jautājums tieši skar šo iespējamo saikni.

42 Tomēr, kā to arī pamatoti konstatējusi Apelāciju padome, 1992. gada pētījuma pierādījumu spēku mazina fakts, ka tas bija veikts gandrīz četrus gadus pirms attiecīgās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma. Turklāt, sekojot Apelāciju padomei, ir jānorāda, ka to personu, kuras tieši saistīja vārdu "vita" un agrākās preču zīmes, procentuālais īpatsvars nav pietiekami augsts, lai pierādītu, ka šīm preču zīmēm vai arī to elementam "vita" piemīt augsta atšķirtspēja saistībā ar to pazīstamību sabiedrībā. Faktiski tādēļ, ka jautājumi, ko intervētāji uzdeva patērētājiem, vedināja viņus konstatēt ekonomisko saikni starp preču zīmēm "VITAKRAFT" un jebkuru apzīmējumu, kurā ietverts vārds "vita", aptaujātajiem patērētājiem nevarēja ienākt prātā citi elementi, kas ir tuvi vārdam "vita". Pat šajos apstākļos tikai 33 % no aptaujātajām personām, kam pieder mājdzīvnieki, domāja, ka visi apzīmējumi, kurā ietverts elements "vita", piederēja vienam un tam pašam uzņēmumam. Tikai 25 % no aptaujātajām personām, kam pieder mājdzīvnieks, saistīja vārdu "vita" ar preču zīmi vai uzņēmumu ar nosaukumu "VITAKRAFT".

43 Turklāt Apelāciju padome pamatoti norādīja, ka patērētāji bija informēti gan par attiecīgajām precēm (dzīvnieku kopšanas līdzekļi), gan par attiecīgajām preču zīmēm ("VITA" un "VITAKRAFT"). Ņemot vērā, ka patērētājiem uzdotie jautājumi varēja viņus virzīt uz atbildi, kas prasītājai ir labvēlīgāka, Apelāciju padome pamatoti secināja, ka 1992. gada pētījums nebija pietiekams, lai konstatētu faktu, ka šīs agrākās preču zīmes bija pazīstamas un, attiecīgi, ka tām vai to elementam "vita" bija augsta atšķirtspēja.

44 Šo iemeslu dēļ, tā kā prasītāja nebija tiesiski pietiekami pierādījusi, ka agrākajām preču zīmēm piemita augsta atšķirtspēja saistībā ar to atpazīstamību sabiedrībā, pamata pirmā sadaļa ir jānoraida kā nepamatota.

Par pamata otro sadaļu — attiecīgo apzīmējumu līdzības kļūdainu vērtējumu

— Lietas dalībnieku argumenti

45 Saistībā ar attiecīgo apzīmējumu salīdzinājumu prasītāja pirmām kārtām apstrīd, ka elementam "vita" ir vāja raksturīgā atšķirtspēja, pat pieņemot, ka Apelāciju padomei bija pamats uzskatīt, ka mērķauditorija šo vārdu asociē ar vācu vārdu "vital" (vitāls) un "Vitalität" (vitalitāte). Pirmkārt, pat ja šo latīņu vārdu, kas nozīmē "dzīve", nedaudzas personas ar augstu vispārējās kultūras līmeni dažkārt izmanto, lai norādītu uz "dzīves gājumu" (vācu valodā — "Lebenslauf"), lielākajai daļai vācu patērētāju šī nozīme nav pazīstama. Otrkārt, prasītāja norāda, ka pretēji Apelāciju padomes secinājumiem vācu vārds "vital" un "Vitalität" nav aprakstoši attiecībā uz precēm, ko aptver agrākās preču zīmes. Turklāt prasītāja norāda, ka ITSB jau ir atzinis vārda "vita" atšķirtspēju, 2002. gada 15. jūlijā publicējot Kopienas vārdiskas preču zīmes "VITA" reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz precēm, kas ir līdzīgas tām, ko aptver agrākās preču zīmes.

46 Saistībā ar to, ka agrākās preču zīmes sabiedrībai ir pazīstamas, prasītāja uzskata, ka vārds "vita" ir to dominējošais elements.

47 Neatkarīgi no tā, kas minēts iepriekš, prasītāja iebilst pret Apelāciju padomes veikto vērtējumu attiecībā uz apzīmējumu līdzību vizuālajā, konceptuālajā un fonētiskajā ziņā.

48 Pirmkārt, attiecībā uz vizuālo līdzību prasītāja vispirms atzīmē, ka patērētājs neveic preču zīmes filoloģisku analīzi. Savukārt, tā kā viņa uzmanības līmenis, izvēloties attiecīgās preces, ir salīdzinoši zems, apzīmējumu "VITAKRAFT" un "VITACOAT" pirmās daļas identiskums, kā arī burtu "a" un "t" identiskums to otrajā daļā varētu sekmēt to, ka viņš sajauc attiecīgos apzīmējumus. Prasītāja tiesas sēdē uzsvēra faktu, ka patērētājs pievērš lielāku uzmanību vārdiska apzīmējuma sākumam, nevis tā beigām.

49 Otrkārt, attiecībā uz konceptuālo līdzību prasītāja uzskata, ka Apelāciju padome pieļāvusi kļūdu, uzskatot, ka patērētājs nekādi nesaistīs angļu vārdu "coat" un norādi uz vācu vārdiem "vital" un "Vitalität" neatkarīgi no tā, vai tam ir zināma angļu vārda nozīme. Prasītāja apgalvo, ka daudzi vācu patērētāji zina, ka vārds "coat" vācu valodā nozīmē "Fell" (kažoks), tādējādi tie uztvers reģistrācijai pieteiktā apzīmējuma atšķirtspēju. Turklāt tas, kā mērķauditorija uztver vārdu "coat", nenozīmē, ka konfliktējošie apzīmējumi ir konceptuāli atšķirīgi, bet gluži pretēji — izceļ to konceptuālo līdzību.

50 Tiesas sēdē prasītāja piebilda, ka Pirmās instances tiesas judikatūras izpratnē [2003. gada 14. oktobra spriedums lietā T-292/01 *Phillips-Van Heusen*/ITSB — *Pash Textilvertrieb und Einzelhandel* ("BASS"), *Recueil*, II-4335. lpp., 54. punkts; 2004. gada 22. jūnija spriedums lietā T-185/02 *Ruiz-Picasso* u.c./ITSB — *DaimlerChrysler* ("PICARO"), Krājums, II-1739. lpp., 56. punkts, un 2005. gada 27. oktobra spriedums lietā T-336/03 *Éditions Albert René*/ITSB — *Orange* ("MOBILIX"), Krājums, II-4667. lpp., 80. punkts, pārsūdzēts apelācijas kārtībā]

konceptuālā atšķirība, kas lielā mērā var neitralizēt attiecīgo apzīmējumu vizuālās un fonētiskās līdzības, pastāv tikai tad, ja apzīmējumam kopumā ir skaidra un noteikta nozīme. Prasītāja uzskata, ka šajā lietā tas tā nav, jo vārdiem "vitakraft" un "vitacoat" nav konkrētas nozīmes ne vācu, ne angļu valodā.

51 Treškārt, attiecībā uz fonētisko līdzību prasītāja vispirms norāda, ka to nevar neitralizēt apzīmējumu šķietamā konceptuālā atšķirība, kura šajā lietā nepastāv. Turklāt Apelāciju padomes konstatējums, ka burtu "r" un "f" esamība agrākajās preču zīmēs izslēdz fonētisko līdzību, pārkāptu principu, ka sajaukšanas iespējas pastāvēšana ir jāvērtē, pamatojoties uz apzīmējumu līdzības elementiem, nevis uz to atšķirībām.

52 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, iebilst pret prasītājas argumentiem.

— Pirmās instances tiesas vērtējums

53 Kā tas izriet no pastāvīgās judikatūras, attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz šo apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošus elementus (skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *BASS*, 47. punkts, un tajā minēto judikatūru).

54 Vispirms, attiecībā uz vārda "vita" atšķirtspējas pakāpi konkrētā sabiedrības daļa, kas ir vācu vidusmēra patērētāji, kuriem pieder mājdzīvnieks, vārdu "vita", kurš vācu

valodā kā tāds neeksistē, sapratīs kā norādošu uz tādiem vārdiem kā "vital" (vitāls) un "Vitalität" (vitalitāte). Pat ja latīņu izcelsmes vārds vācu valodā runājošam patērētājam būtu mazāk pazīstams nekā spāņu patērētājam, vārds "vita" vispārējā veidā norāda uz pozitīvu īpašību, kas piemīt ļoti daudzām dažādām precēm vai pakalpojumiem. Faktiski vārds "vita" ir prievārds, kurš tam sekojošajam vārdam, proti, vācu vārdam "Kraft" (spēks, stiprums) piešķir "vitalitātes" nozīmi. Attiecīgi šajā lietā sabiedrība to neuztvers kā agrāko apzīmējumu atšķirtspējīgo un dominējošo elementu. Tādēļ ir jānoraida prasītājas arguments, ka vārdam "vita" piemīt augsta raksturīga atšķirtspēja. Turklāt, kā tas izriet arī no 33.–44. punkta iepriekš, vārds "vita" vēl jo mazāk ir īpaši atšķirtspējīgs tādēļ, ka agrākās preču zīmes ir pazīstamas sabiedrībā, vai saistībā ar ekonomisko saikni, ko mērķauditorija konstatētu starp agrākajām preču zīmēm un preču zīmēm "VITA".

55 Fakts, ka ITSB ir publicējis Kopienas vārdiskas preču zīmes "VITA" reģistrācijas pieteikumu attiecībā uz precēm, kas ir līdzīgas tām, ko aptver agrākās preču zīmes, neatspēko šo vērtējumu. Faktiski jautājums nav par to, lai vērtētu, vai šim apzīmējumam "nav atšķirtspējas" vai arī ka tas ir "izteikti aprakstošs" tādēļ, ka tā reģistrācija tika atteikta saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) vai c) apakšpunktu. Jautājums ir tikai par to, lai noteiktu, vai vārds "vita" ir agrāko preču zīmju dominējošais elements.

56 Otrkārt, attiecībā uz vizuālo līdzību ir jānorāda, ka attiecīgie apzīmējumi sastāv, pirmkārt, no elementiem "vita" un, otrkārt, no vārdiem "kraft" vai "coat". Turklāt tiem ir kopīga pirmā daļa ("vita"), kā arī pēdējais burts ("t") un burts ("a"), kas atrodas to otrajā daļā. Tāpat, tie ir gandrīz vienāda garuma. Neraugoties uz šiem līdzības elementiem, atšķirības vārdu otrajās daļās, proti, elementi "kraft" un "coat", rada pilnīgi atšķirīgu iespaidu. Līdz ar to Apelāciju padome pamatoti konstatēja, ka kopējā vizuālajā iespaidā atšķirības dominē pār to līdzības elementiem.

57 Fonētiskajā ziņā ir jānorāda, ka vārds "vitakraft" sadalās trīs zilbēs ("vi", "ta" un "kraft"), ar patskaņu virkni "i-a-a" un noteiktu fonētisko raksturu, ko izceļ patskaņi "r" un "f", jo "c" un "t" ir mēmie patskaņi un tie ir īsi. Galvenais uzsvars ir uz pirmo zilbi un vieglāks uzsvars — uz pēdējo. Savukārt attiecībā uz reģistrācijai pieteikto apzīmējumu ir jānorāda, ka angļu vārdi ir pietiekami izplatīti reklāmās Vācijā, tādējādi daudziem patērētājiem var būt zināmi vismaz angļu valodas izrunas noteikumi. Turklāt tie izrunās vārdu "coat" kā vienu skaņu, ļoti līdzīgi kā "co:t". Savukārt, tā kā vārds "vita" atgādina vācu valodas vārdus "vital" un "Vitalität", patērētāji neaizstās šī vārda vācu izrunu ("vi:ta") ar angļu izrunu ("vaita"). Tādējādi reģistrācijai pieteikto preču zīmi veido trīs zilbes ar patskaņu virkni "i-a-o", tās otrajā daļā ir tikai līdzskaņi "k" un "t", un uzsvars ir uz pirmās zilbes. Vārdu "vitakraft" un "vitacoat" trešo zilbju atšķirīgās izrunas dēļ ir pamats secināt — tāpat kā to secināja Apelāciju padome —, ka fonētiskās atšķirības elementi ir nozīmīgi.

58 Visbeidzot, konceptuālajā ziņā Apelāciju padome pamatoti konstatēja, ka agrākajās preču zīmēs vārdi "vita" asociējas ar vitalitātes jēdzienu un "kraft", kas vācu valodā nozīmē "spēks, stiprums", vedina patērētājus asociēt vārdu "vitakraft" ar spēju pastiprināt vai atgūt veselību un vitalitāti, lai gan vācu valodā tāds vārds nepastāv. Attiecībā uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi vārdam "coat" vācu valodā nav nozīmes. Ir maz ticams, ka patērētāji saprot angļu vārdu "coat". Labākajā gadījumā viņi zina, ka šis vārds angļu valodā nozīmē "mētelis". Katrā ziņā, pat ja tie zina visas šīs nozīmes, tik un tā šīs nozīmes skaidri atšķiras no vārda "Kraft" nozīmes. Savukārt patērētāju iespējamā izpratne par vārda "coat" nozīmi neliks tiem uztvert vārdu "vita" kā reģistrācijai pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu, ne arī kā agrāko preču zīmju dominējošo elementu. Vispārējais konceptuālais iespaids veidosies no kopuma, kurā prievārds "vita" piešķir tam sekojošajam vārdam "coat" zināmu nozīmi, kas saistās ar "vitalitātes" ideju, tādējādi abiem šiem vārdiem veidojot vienību, bez iespējas, ka viens no šiem diviem vārdiem var tikt uzskatīts par dominējošo salīdzinājumā ar otru.

59 Līdz ar to ir jākonstatē, ka pastāv neliela vizuālā līdzība, ko faktiski veido abu apzīmējumu četru sākuma burtu identiskums, bet kuru tomēr ievērojami mazina atšķirība starp attiecīgo apzīmējumu otrajām daļām, proti, vārdiem "kraft" un "coat".

60 Turklāt pastāv neliela fonētiskā līdzība, ko veido abu sākuma zilbju ("vi-ta") identiskums, bet kuru ievērojami mazina fonētiskā atšķirība starp vārdu "kraft" (kam raksturīgi patskaņi "a" un līdzskaņi "r" un "f") un vārdu "coat" (kam raksturīgs patskanis "o").

61 Visbeidzot, ņemot vērā, ka vārdam "Kraft" ir precīza un vācu patērētājiem acumirklī uztverama nozīme, lai gan vārdam "coat" viņu uztverē nebūs nekādas nozīmes vai arī to atpazīs kā angļu vārdu ar atšķirīgu nozīmi, ir jākonstatē konceptuālā atšķirība, kas iezīmējas starp apzīmējumiem. Šī konceptuālā atšķirība ir tāda, kas var lielā mērā neitralizēt attiecīgo apzīmējumu nelielās vizuālās un fonētiskās līdzības (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *BASS*, 54. punkts). Tas, ka konfliktējošajos apzīmējumos ir prievārds "vita", nespēj grozīt šo vērtējumu, jo to uztvers kā prievārdu, tādējādi apzīmējumu radīto kopējo iespaidu konceptuālajā ziņā lielā mērā noteiks apzīmējumu otrā daļa.

62 Ņemot vērā attiecīgo apzīmējumu konceptuālo atšķirību un vizuālās un fonētiskās atšķirības elementus, ir jāapstiprina Apelāciju padomes secinājums, ka apzīmējumiem ir tikai ļoti niecīgas pakāpes līdzība, tādēļ ka konceptuālā atšķirība var lielā mērā neitralizēt fonētiskās un vizuālās līdzības elementus.

Par pamata trešo sadaļu — sajaukšanas iespējas esamību

— Lietas dalībnieku argumenti

63 Prasītāja uzskata, ka Apelāciju padome, visaptveroši vērtējot sajaukšanas iespēju, pieļāvusi šādas kļūdas.

64 Pirmkārt, tā neesot ņēmusi vērā agrāko preču zīmju augsto atšķirtspēju saistībā ar to atpazīstamību tirgū. Otrkārt, tā esot pārvērtējusi konfliktējošo apzīmējumu līdzības pakāpi. Treškārt, Apelāciju padome neesot piešķīrusi pietiekamu nozīmi ar attiecīgajām preču zīmēm aptverto preču identiskumam.

65 Visbeidzot, prasītāja norāda, ka Vācijas tiesas salīdzināmā lietā principā esot atzinušas sajaukšanas iespējas pastāvēšanu, kā tas izrietot no šo tiesu nolēmumiem, kuri pievienoti prasības pieteikumam.

66 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, iebilst pret šiem argumentiem. Turklāt ITSB apgalvo, ka, tā kā Vācijas tiesu nolēmumi nav tikuši iesniegti procesā ITSB, šie dokumenti ir jānoraida kā nepieņemami.

— Pirmās instances tiesas vērtējums

67 Vispirms ir jāatzīmē, kā tas arī izriet no 44.–62. punkta iepriekš, ka Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu, uzskatot, ka, pirmkārt, agrākajām preču zīmēm nepiemīt augsta atšķirtspēja tādēļ, ka tās ir pazīstamas sabiedrībā, un, otrkārt, ka attiecīgajiem apzīmējumiem ir tikai ļoti neliela līdzība.

68 Turklāt ir jānorāda, ka Apelāciju padome ir ņēmusi vērā, ka lielākā daļa no attiecīgo preču zīmju aptvertajām precēm ir identiskas. Tomēr tā uzskatīja, ka apzīmējumi ir pietiekami atšķirīgi, it īpaši konceptuālajā ziņā, lai izslēgtu sajaukšanas iespējas pastāvēšanu pat attiecībā uz identiskām precēm. Pirmās instances tiesa apstiprina šo secinājumu, pat ņemot vērā nelielo uzmanības pakāpi, ko veltī, izvēloties attiecīgās preces.

69 Visbeidzot, saistībā ar Vācijas judikatūru, uz ko norāda prasītāja, vispirms ir jākonstatē, ka atsauce uz Vācijas tiesu spriedumiem pirmo reizi tika veikta Pirmās instances tiesā.

70 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru prasību celšanas mērķis Pirmās instances tiesā ir Apelāciju padomju lēmumu tiesiskuma kontrole Regulas Nr. 40/94 63. panta izpratnē. Tātad fakti, uz ko atsaucas procesā Pirmās instances tiesā, ja tie nav tikuši izvirzīti procesos ITSB instancēs, var ietekmēt šāda lēmuma tiesiskumu tikai tad, ja ITSB tie bija jāņem vērā pēc savas iniciatīvas. Šajā ziņā no Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta beigu daļas, kurā ir paredzēts, ka procesos, kas attiecas uz relatīvu reģistrācijas atteikuma pamatojumu, ITSB aprobežojas ar pušu izvirzīto pamatu un prasījumu pārbaudi, izriet, ka tam pēc savas iniciatīvas nav jāņem vērā fakti, kurus puses nav izvirzījušas. Tādējādi ar šādiem faktiem nevar

apstrīdēt Apelāciju padomes lēmumu tiesiskumu [Pirmās instances tiesas 2004. gada 13. jūlija spriedums lietā T-115/03 *Samar*/ITSB — *Grotto* ("GAS STATION"), Krājums, II-2939. lpp., 13. punkts].

71 Ievērojot minēto, ir jāpaskaidro, ka Kopienu tiesību interpretācijas procesā ne lietas dalībniekiem, ne Pirmās instances tiesai nevar liegt gūt iedvesmu no tiem elementiem, kas izriet no Kopienu, valsts vai starptautisko tiesu judikatūras. Judikatūra, kas minēta 70. punktā iepriekš, neparedz šādu iespēju atsaukties uz valsts tiesu spriedumiem, jo tas nenozīmē, ka Apelāciju padomei tiek pārmests, ka tā nav ņēmusi vērā konkrētā valsts tiesas spriedumā norādītos faktiskos apstākļus, bet tai tiek pārmests, ka tā ir pārkāpusi Regulas Nr. 40/94 normu un, lai pamatotu šo argumentu, ir iespējams atsaukties uz judikatūru.

72 Šajā lietā tomēr ir jākonstatē, ka Vācijas tiesu spriedumi, uz kuriem atsaucas prasītāja, nav pamats, lai atceltu Apstrīdēto lēmumu. Pirmkārt, ar tiem nevar apstrīdēt Apelāciju padomes konstatētos faktus, ne arī pierādīt, ka agrākās preču zīmes tirgū bija pazīstamas sabiedrībā vai ka vācu patērētājs saista vārdu "vita" un prasītājas preču zīmes to iemeslu dēļ, kas izklāstīti 70. punktā iepriekš. Otrkārt, prasītāja neizvirzīja nekādu īpašu, no šiem spriedumiem izrietošu tiesību argumentu, kas ļautu tos piemērot, ievērojot apstākļus, kuri norādīti 71. punktā iepriekš.

73 No iepriekš minētā izriet, ka Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu, visaptveroši vērtējot sajaukšanas iespēju. Līdz ar to pamata trešā sadaļa nav pamatota. Tādējādi ir jānoraida prasītājas izvirzītais vienīgais pamats un attiecīgi prasība ir noraidāma.

Par personas, kas iestājusies lietā, lūgumu par pieteiktās preču zīmes reģistrāciju

74 Saistībā ar personas, kas iestājusies lietā, prasījumu trešo daļu ir jāatgādina, ka atbilstoši Regulas Nr. 40/94 63. panta 6. punktam ITSB veic nepieciešamos pasākumus, lai ievērotu Kopienu tiesas spriedumu. Tādēļ Pirmās instances tiesai nav jāizdod rīkojumi ITSB. ITSB ir pienākums izdarīt atbilstošos secinājumus no attiecīgā sprieduma rezolutīvās daļas un motīviem [Pirmās instances tiesas 1999. gada 8. jūlija spriedums lietā T-163/98 *Procter & Gamble*/ITSB ("BABY-DRY"), *Recueil*, II-2383. lpp., 53. punkts; 2001. gada 31. janvāra spriedums lietā T-331/99 *Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld*/ITSB ("Giroform"), *Recueil*, II-433. lpp., 33. punkts; 2002. gada 27. februāra spriedums lietā T-34/00 *Eurocool Logistik*/ITSB ("EUROCOOL"), *Recueil*, II-683. lpp., 12. punkts, un 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā T-388/00 *Institut für Lernsysteme*/ITSB — *Educational Services* ("ELS"), *Recueil*, II-4301. lpp., 19. punkts].

75 Personas, kas iestājusies lietā, lūgums, lai ITSB veiktu reģistrācijas procesu, attiecas uz pasākumu, kas ietver sevī sprieduma izpildi un faktiski sakrīt ar prasījumu pirmo daļu, ar kuru lūdz noraidīt prasību. Ja persona, kas iestājusies lietā, turklāt vēlējusies lūgt Pirmās instances tiesu, lai tā izdod ITSB rīkojumu veikt pieteiktās preču zīmes reģistrāciju, šis lūgums ir nepieņemams atbilstoši iepriekšējā punktā minētajai pastāvīgajai judikatūrai.

Par tiesāšanās izdevumiem

76 Atbilstoši Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums nav labvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs. Saskaņā ar Reglamenta 136. panta

2. punktu nepieciešamos izdevumus, kas lietas dalībniekiem ir radušies, izskatot lietu Apelāciju padomē, uzskata par atlīdzināmiem tiesāšanās izdevumiem. Šī minētā norma tomēr paredz gadījumu, kad Apelāciju padomes lēmums tiek atcelts, ieskaitot rezolutīvo daļu attiecībā uz tiesāšanās izdevumiem. Savukārt gadījumā, kad apstrīdētais lēmums netiek atcelts pat daļēji, lēmums par tiesāšanās izdevumiem procesā ITSB paliek spēkā ar noteikumu par iespējamo apelāciju.

77 No tā izriet, ka ir jānoraida personas, kas iestājusies lietā, lūgums piespriest prasītājai atlīdzināt izdevumus procesos Iebildumu nodaļā un Apelāciju padomē. Attiecībā uz tiesāšanās izdevumiem procesā Pirmās instances tiesā — tā kā prasītājai spriedums nav labvēlīgs, tai ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus atbilstoši atbildētājas un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (otrā palāta)

nospriež:

1) prasību noraidīt;

2) prasītāja sedz savus tiesāšanās izdevumus, kā arī atlīdzina Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) un personas, kas iestājusies lietā, tiesāšanās izdevumus, kas radušies procesā Pirmās instances tiesā.

Pirrung Meij Pelikánová

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2006. gada 12. jūlijā.

Sekretārs

E. Coulon

Priekšsēdētājs

J. Pirrung