VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (piektā palāta)

2022. gada 23. februārī*

Eiropas Savienības preču zīme – Iebildumu process – Eiropas Savienības vārdiska preču zīme "CODE-X" – Agrākas valsts vārdiskas un grafiskas preču zīmes "Cody's" – Agrāka starptautiska grafiska preču zīme "Cody's" – Relatīvs atteikuma pamats – Sajaukšanas iespējas neesamība – Regulas (ES) 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts

Lietā T-198/21

***Ancor Group GmbH***, Igersheima [*Igersheim*] (Vācija), ko pārstāv *J. Wachsmuth* un *W. Berlit*, advokāti,

prasītāja,

pret

**Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (*EUIPO*)**, ko pārstāv *M. Eberl* un *E. Markakis*, pārstāvji,

atbildētājs,

otra procesa *EUIPO* Apelācijas padomē dalībniece –

***Cody's Drinks International GmbH***, Brēmene (Vācija),

par prasību par *EUIPO* Apelācijas piektās padomes 2021. gada 4. februāra lēmumu lietā R 208/2020-5 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Cody's Drinks International* un *Ancor Group*,

VISPĀRĒJĀ TIESA (piektā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs D. Špīlmans [*D. Spielmann*], tiesneši U. Ēbergs [*U. Öberg*] (referents) un M. Brkana [*M. Brkan*],

sekretārs: E. Kulons [*E. Coulon*],

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2021. gada 12. aprīlī,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Vispārējās instances tiesas kancelejā iesniegts 2021. gada 15. jūnijā,

* Tiesvedības valoda – vācu.

ņemot vērā, ka triju nedēļu laikā pēc paziņojuma izsniegšanas par tiesvedības rakstveida daļas pabeigšanu neviens lietas dalībnieks nav iesniedzis pieteikumu par tiesas sēdes noturēšanu, un saskaņā ar Vispārējās tiesas Reglamenta 106. panta 3. punktu nolemjot prasību izlemt bez tiesvedības mutvārdu daļas,

pasludina šo spriedumu.

## Spriedums

### Tiesvedības priekšvēsture

1 2018. gada 30. aprīlī prasītāja, *Ancor Group GmbH*, iesniedza Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (*EUIPO*) Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu saskaņā ar Padomes Regulu (ES) 2017/1001 (2017. gada 14. jūnijs) par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2017, L 154, 1. lpp.).

2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdisks apzīmējums "CODE-X".

3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 32. 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: "Bezalkoholiskie atspirdzinošie dzērieni; bezalkoholiskie dzērieni; bezalkoholiskie vitaminizētie dzērieni; bezalkoholiskas esences dzērienu pagatavošanai, izņemot ēteriskās eļļas; uzmundrinošie dzērieni; enerģijas dzērieni, kas satur kofeīnu".

4 2018. gada 28. augustā *Cody's Drinks International GmbH* iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz iepriekš 3. punktā norādītajām precēm.

5 Iebildumi bija balstīti uz šādām agrākām preču zīmēm:

– Vācijas vārdiska preču zīme "Cody's", kas reģistrācijai pieteikta 2013. gada 4. februārī, reģistrēta 2013. gada 7. martā ar numuru 302013015320 un aptver 32. klasē ietilpstošas preces, kuras atbilst šādam aprakstam: "Alus; minerālūdeņi, gāzēti ūdeņi un citi bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi un citas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai";

– zemāk attēlotā Vācijas grafiska preču zīme, kas reģistrācijai pieteikta 2016. gada 10. martā, reģistrēta 2016. gada 12. aprīlī un aptver 32. klasē ietilpstošas preces, kuras atbilst šādam aprakstam: "Alus; minerālūdeņi, gāzēti ūdeņi; bezalkoholiskie dzērieni; augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi dzērienu pagatavošanai; citas sastāvdaļas dzērienu gatavošanai":




– minētās grafiskās preču zīmes ar numuru 1300293, 2016. gada 11. martā iegūta starptautiska reģistrācija, ko attiecina uz Eiropas Savienību, attiecībā uz 32. klasē ietilpstošām precēm, kuras minētas iepriekš šī sprieduma 5. punkta pirmajā ievilkumā.

6 Iebildumi bija pamatoti ar Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzēto pamatu attiecībā uz sajaukšanas iespējas esamību konkrētās sabiedrības daļas uztverē.

7 2019. gada 28. novembrī Iebildumu nodaļa pilnībā noraidīja iebildumus, motivējot ar to, ka nepastāv sajaukšanas iespēja.

8 2020. gada 27. janvārī *Cody's Drinks International* saskaņā ar Regulas 2017/1001 66.–71. pantu iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību par Iebildumu nodaļas lēmumu.

9 Ar 2021. gada 4. februāra lēmumu (turpmāk tekstā – "apstrīdētais lēmums") *EUIPO* Apelācijas piektā padome apmierināja apelācijas sūdzību un atcēla Iebildumu nodaļas lēmumu. Vispirms – norādot, ka ir izvērtējusi apelācijas sūdzību attiecībā uz agrāko vārdisko preču zīmi, – Apelācijas padome uzskatīja, ka konkrēto sabiedrības daļu veido plaša Vācijas sabiedrība, kuras uzmanības līmenis svārstās no zemāka par vidējo līdz normālam, un ka attiecīgajām precēm ir augsta identiskuma vai līdzības pakāpe. Turpinājumā tā norādīja, ka konfliktējošajiem apzīmējumiem, kuriem ir parasta atšķirtspēja, ir par vidējo augstāka līdzības pakāpe vizuālā aspektā un augsta līdzības pakāpe fonētiskā aspektā, līdz ar to, lai gan tie ir atšķirīgi konceptuālā ziņā, minētie apzīmējumi kopumā ir ļoti līdzīgi. Visbeidzot, tā uzskatīja, ka atšķirības starp minētajiem apzīmējumiem nav pietiekamas, lai tos atšķirtu, un ka nav jāparedz vizuālās un fonētiskās līdzības neitralizācija, balstoties uz konceptuālām atšķirībām. Līdz ar to tā secināja, ka konkrētās sabiedrības daļas uztverē pastāv sajaukšanas iespēja, un savu secinājumu attiecināja uz agrāko grafisko preču zīmi un uz minētās grafiskās preču zīmes starptautisko reģistrāciju, ko attiecina uz Eiropas Savienību.

## Lietas dalībnieku prasījumi

10 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

– atcelt apstrīdēto lēmumu;

– atstāt spēkā Iebildumu nodaļas lēmumu, ar kuru iebildumi tika noraidīti;

– piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

11 *EUIPO* prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

– noraidīt prasību;

– piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

## Juridiskais pamatojums

12 Savas prasības pamatojumam prasītāja izvirza vienu vienīgu pamatu, apgalvojot Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu, jo Apelācijas padome esot kļūdaini secinājusi, ka konkrētās sabiedrības daļas uztverē pastāv sajaukšanas iespēja attiecībā uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi un agrāko vārdisko preču zīmi, kā arī agrākajām grafiskajām preču zīmēm.

***Par prasību atcelt apstrīdēto lēmumu***

13 Atbilstoši Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi nereģistrē, ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un precēm vai pakalpojumiem, kurus aptver abas preču zīmes, pastāv iespēja maldināt sabiedrību tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme. Sajaukšanas iespēja ir varbūtība, ka jauno preču zīmi asociēs ar agrāko preču zīmi.

14 Sajaukšanas iespēja nozīmē varbūtību, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena un tā paša uzņēmuma vai no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver attiecīgos apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, un ņemot vērā visus faktorus, kuriem ir nozīme konkrētajā lietā. Šis sajaukšanas iespējas visaptverošais vērtējums nozīmē noteiktu savstarpēju saistību starp vērā ņemamajiem faktoriem, tostarp preču zīmju līdzību un aptverto preču vai pakalpojumu līdzību (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2003. gada 9. jūlijs, *Laboratorios RTB* /ITSB – *Giorgio Beverly Hills* ("GIORGIO BEVERLY HILLS"), T-162/01, EU:T:2003:199, 30.–33. punkts un tajos minētā judikatūra).

*Par konkrēto sabiedrības daļu un attiecīgajām precēm*

15 Veicot sajaukšanas iespējas visaptverošu vērtējumu, ir jāņem vērā samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs attiecīgās preču kategorijas vidusmēra patērētājs. Tāpat ir jāņem vērā fakts, ka vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis var mainīties atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (skat. spriedumu, 2007. gada 13. februāris, *Mundipharma*/ITSB – *Altana Pharma* ("RESPICUR"), T-256/04, EU:T:2007:46, 42. punkts un tajā minētā judikatūra).

16 Izskatāmajā lietā Apelācijas padome uzskatīja, ka konkrētā sabiedrības daļa attiecīgajām precēm ir plaša Vācijas sabiedrība, kuras uzmanības līmenis ir no zemāka par vidējo līdz parastam, un ka attiecīgās preces ir jāuzskata par identiskām vai ar augstu līdzības pakāpi.

17 Vispirms Vispārējās instances tiesa konstatē, ka lietas dalībnieki neapstrīd ne Apelācijas padomes apstrīdētā lēmuma 21. punktā ietvertos vērtējumus, saskaņā ar kuriem konkrēto sabiedrības daļu veido plaša Vācijas sabiedrība, ne arī to, ka attiecīgās preces ir identiskas vai tām ir augsta līdzības pakāpe.

18 Savukārt prasītāja būtībā apstrīd konkrētās sabiedrības daļas uzmanības līmeni un apgalvo, ka tai ir vidējs vai parasts uzmanības līmenis.

19 *EUIPO* norāda, ka Apelācijas padome katrā ziņā esot ņēmusi vērā vismaz vidēju uzmanības līmeni.

20 Vispārējā tiesa norāda, ka saskaņā ar pastāvīgo judikatūru attiecīgās preces ir plaša patēriņa preces, kas paredzētas plašai sabiedrībai ar vidēju uzmanības līmeni (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2016. gada 24. februāris, *Coca-Cola*/ITSB (Kontūrpudeles bez rievtekām forma), T-411/14, EU:T:2016:94, 41. punkts; 2017. gada 16. marts, *Sociedad agraria de transformación nº 9982 Montecitrus*/*EUIPO – Spanish Oranges* ("MOUNTAIN CITRUS SPAIN"), T-495/15, nav publicēts, EU:T:2017:173, 27. punkts, un 2018. gada 26. jūnijs, *Staropilsen*/*EUIPO – Pivovary Staropramen* ("STAROPILSEN"; "STAROPLZEN"), T-556/17, nav publicēts, EU:T:2018:382, 25. punkts un tajā minētā judikatūra).

21 Apstrīdētā lēmuma 20. punktā Apelācijas padomes minētā judikatūra neatspēko šo secinājumu, jo Vispārējā tiesa katrā no šīm lietām ir secinājusi, ka konkrētajai sabiedrības daļai ir vidējs vai parasts uzmanības līmenis.

22 Līdz ar to Apelācijas padome kļūdaini ir ņēmusi vērā arī konkrēto sabiedrības daļu ar zemāku uzmanības līmeni nekā vidējs: šis uzmanības līmenis ir vidējs, jo tas ir ne īpaši zems, ne īpaši augsts.

*Par apzīmējumu salīdzinājumu*

23 Ar konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību saistītās sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz šo apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošos elementus. Preču zīmju uztverei, kāda ir attiecīgo preču vai pakalpojumu vidusmēra patērētājam, minētās sajaukšanas iespējas visaptverošā vērtējumā ir noteicoša loma. Vidusmēra patērētājs parasti uztver preču zīmi kopumā un neveic dažādu tās elementu pārbaudi (skat. spriedumu, 2007. gada 12. jūnijs, ITSB/*Shaker*, C-334/05 P, EU:C:2007:333, 35. punkts un tajā minētā judikatūra).

24 Turklāt, pat ja vidusmēra patērētājs parasti uztver preču zīmi kā vienu veselumu un neanalizē tās dažādās sastāvdaļas, tomēr, uztverot vārdisku apzīmējumu, tas identificēs tos vārdiskos elementus, kuri tam norāda uz noteiktu nozīmi vai atgādina tam zināmus vārdus (skat. spriedumu, 2007. gada 13. februāris, "RESPICUR", T-256/04, EU:T:2007:46, 57. punkts un tajā minētā judikatūra).

25 Šo principu gaismā ir jāpārbauda, vai, ņemot vērā lietas dalībnieku argumentus, apstrīdētajā lēmumā ir pareizi novērtēta konfliktējošo apzīmējumu līdzība.

26 Izskatāmajā lietā reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdiska preču zīme, ko veido elementi "code" un "x", kuri ir saistīti ar defisi, un agrāko vārdisko preču zīmi veido elementi "cody" un "s", kurus atdala apostrofs.

– *Par vizuālo līdzību*

27 Apelācijas padome uzskatīja, ka, tā kā konfliktējošajiem apzīmējumiem ir kopīga sākuma daļa "cod" un beigu līdzskaņi "x" un "s", kurus ar minēto apzīmējumu pirmo elementu saista attiecīgi defise un apostrofs, minētie apzīmējumi ir uzskatāmi par tādiem, kuru vizuālā līdzība ir lielāka par vidējo. Tā piebilda, ka tiem ir vienāds garums.

28 Prasītāja būtībā apgalvo, ka Apelācijas padome konfliktējošo apzīmējumu sākuma daļai esot piešķīrusi pārmērīgu nozīmi un ka neesot nozīmes tam, ka tiem ir identisks burtu skaits. Lai gan tiem sakrīt trīs burti no sešiem, apzīmējumi tomēr atšķiras ar burtu "e" reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē un burtu "y" agrākajā vārdiskajā preču zīmē, kā arī ar beigu līdzskaņiem "s" un "x", kas attiecīgi ir piesaistīti ar defisi un apostrofu, jo šīs atšķirības ir vairāk noteicošas īsos apzīmējumos. Turklāt prasītāja norāda, ka agrāko vārdisko preču zīmi veido viens vārds, savukārt reģistrācijai pieteiktā preču zīme ietver divus vārdus. Tātad vizuālā aspektā konfliktējošie apzīmējumi kopumā neesot līdzīgi.

29 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentus.

30 Vispirms Vispārēja tiesa atgādina, ka, lai gan jau ir ticis nospriests, ka vizuālā aspektā preču zīmes sākuma daļai parasti ir lielāka nozīme nekā tās beigu daļai, tādējādi, ka patērētājs parasti pievērš lielāku uzmanību preču zīmes sākuma daļai nekā tās beigām, šāds apsvērums nevar būt spēkā visos gadījumos (skat. spriedumu, 2018. gada 20. septembris, *Kwizda Holding/EUIPO – Dermapharm* ("UROAKUT"), T-266/17, EU:T:2018:569, 51. punkts un tajā minētā judikatūra).

31 Turklāt no judikatūras izriet, ka, jo īsāks ir apzīmējums, jo vieglāk sabiedrība var uztvert visus tā atsevišķos elementus. Tātad īsāku vārdu gadījumā bieži vien pat mazas atšķirības var radīt atšķirīgu kopējo iespaidu (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2004. gada 6. jūlijs, *Grupo El Prado Cervera*/ITSB – *Héritiers Debuschewitz* ("CHUFAFIT"), T-117/02, EU:T:2004:208, 48. punkts, un 2016. gada 28. septembris, *The Art Company B & S/EUIPO – G-Star Raw* ("THE ART OF RAW"), T-593/15, nav publicēts, EU:T:2016:572, 28. punkts un tajā minētā judikatūra).

32 Turklāt, tā kā alfabētu veido ierobežots burtu skaits, kurus, starp citu, neizmanto vienādi bieži, ir neizbēgami, ka vairākus vārdus veido tas pats burtu skaits un daži no tiem vārdos ir kopīgi, tomēr šī fakta dēļ tos nevar kvalificēt kā vizuālajā aspektā līdzīgus (skat. spriedumu, 2021. gada 28. aprīlis, *Nosio/EUIPO – Tros del Beto* ("ACCUSÌ"), T-300/20, nav publicēts, EU:T:2021:223, 42. punkts un tajā minētā judikatūra).

33 Tāpat kā prasītāja Vispārējā tiesa norāda, ka, lai gan sākuma elements "cod" konfliktējošajiem apzīmējumiem ir kopīgs, katrs no minētajiem apzīmējumiem ietver tikai sešas zīmes un sakrīt tikai trīs no tām. Vārdiskajiem elementiem "code-x" un "cody's" savukārt ir atšķirīgi divi pēdējie burti, kā arī minētie apzīmējumi atšķiras tā, ka starp burtiem "e" un "s" reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ir defise, bet starp burtiem "y" un "s" agrākajā vārdiskajā preču zīmē ir apostrofs.

34 Šajā ziņā Vispārējā tiesa norāda, ka defises vai apostrofa lietošana un atšķirīgu patskaņu un līdzskaņu esamība apzīmējumu beigās ir būtiskas atšķirības, kurām ir nozīme konfliktējošo apzīmējumu vizuālajā uztverē, vēl jo vairāk tāpēc, ka tiem ir ierobežots garums. Līdz ar to defise, kas reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē atdala vārdiskos elementus "code" un "x", ļaus konkrētajai sabiedrības daļai uztvert, ka to veido divi atšķirīgi elementi. Savukārt agrākās vārdiskās preču zīmes vārdiskajam elementam "cody" pievienotais apostrofs, kam seko "s", tiks uztverts kā atsauce uz vārdu "Cody" piederības locījumā, jo angļu valodā un noteiktos gadījumos arī vācu valodā šādi tiek veidots īpašvārdu ģenitīvs. Tādējādi konkrētā sabiedrības daļa, pat ja tā nav angliski runājoša, varēs uztvert apostrofu aiz angļu izcelsmes vārda kā norādi uz piederības locījumu. Atšķirībā no defises apostrofs šajā gadījumā tātad neparādās kā vizuāls dalītājs.

35 Līdz ar to atšķirība, ko rada ar atšķirīgām pieturzīmēm atdalītas burtu zīmes, ir vizuāli uztverama.

36 Tātad ir jāsecina, ka saskaņā ar kopējo iespaidu konfliktējošos apzīmējumus vizuālā aspektā var uzskatīt tikai par vāji vai pat vidēji līdzīgiem.

37 Līdz ar to Apelācijas padome kļūdaini ir secinājusi, ka konfliktējošo apzīmējumu vizuālā līdzība ir augstāka par vidējo.

– *Par fonētisko līdzību*

38 Apelācijas padome uzskatīja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme tiek izrunāta kā "kodiks" vai "kodex" un ka agrākā vārdiskā preču zīme tiek izrunāta kā "kodis", līdz ar to, lai gan konfliktējošo apzīmējumu attiecīgā beigu zilbe, proti, "e-x" un "y's", atšķiras, fonētiskā ziņā tiem ir augsta līdzības pakāpe.

39 Prasītāja apgalvo, ka konkrētā sabiedrības daļa uztverot reģistrācijai pieteikto preču zīmi kā tādu, ko veido divi vārdi ar skaidru skaņas cezūru un kas tiek izrunāti kā "kot" un "iks". Savukārt agrākā vārdiskā preču zīme tiekot izrunāta kā viens divzilbju vārds "kodis", kura dalīšana zilbēs notiek pirms burta "d". Tātad konfliktējošie apzīmējumi fonētiskā ziņā esot tikai vāji līdzīgi.

40 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentus, bet piebilst, ka saskaņā ar vācu valodas noteikumiem konkrētā sabiedrības daļa neietur pauzi pēc apostrofa.

41 Vispārējā tiesa norāda, ka konfliktējošie apzīmējumi ir fonētiski līdzīgi, pateicoties tādā pašā secībā izvietotiem trim sākuma burtiem "c", "o" un "d". Tomēr minēto apzīmējumu burtu virkne "e-x" un "y's", kā arī to zilbju struktūra un skaņu ritms ir atšķirīgi.

42 Proti, neatkarīgi no tā, vai reģistrācijai pieteiktā preču zīme tiek izrunāta ar trim zilbēm "ko", "de" un "ex" vai divām zilbēm "kod" un "iks" vai "ex", defises esamība ietekmē minētās preču zīmes izrunu, iezīmējot vienu no zilbju atdalījumiem. Tātad konkrētā sabiedrības daļa ietur pauzi pirms zilbes "iks" vai zilbes "ex" neatkarīgi no tā, vai reģistrācijai pieteiktās preču zīmes pirmā daļa tiek izrunāta ar divām vai vienu zilbi. Savukārt agrāko vārdisko preču zīmi veido divas zilbes – "ko" un "dis", un konkrētā sabiedrības daļa pamanīs tikai atdalījumu starp šīm divām zilbēm, nevis pirms burta "s", jo apostrofa esamība nekādā veidā neietekmē izrunu.

43 Tādējādi burts "x" un pirms tā esošā defise iezīmē atdalījumu starp zilbēm reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē, bet tā tas nav agrākajā preču zīmē.

44 Šīs atšķirības konfliktējošo apzīmējumu beigu daļā ietekmē to, kā konkrētā sabiedrības daļa uztvers [šos apzīmējumus] fonētiskā ziņā. Tas, ka minētajiem apzīmējumiem ir identiska trīs burtu "c", "o" un "d" secība, nevar atspēkot šo secinājumu.

45 No tā izriet, ka fonētiskā ziņā konfliktējošie apzīmējumi ir vidēji līdzīgi un ka Apelācijas padome ir kļūdaini secinājusi augstu līdzības pakāpi šajā ziņā.

– *Par konceptuālo līdzību*

46 Apelācijas padome uzskatīja, ka konfliktējošie apzīmējumi, kuriem ir noteikta atšķirīga nozīme, kas konkrētajai sabiedrības daļai ir tieši saprotama, no konceptuālā viedokļa ir atšķirīgi.

47 Lietas dalībnieki neapstrīd šo Apelācijas padomes konstatējumu.

*Par sajaukšanas iespēju*

48 Sajaukšanas iespējas visaptverošs vērtējums paredz zināmu vērā ņemamo faktoru un it īpaši preču zīmju līdzības un ar tām aptverto preču vai pakalpojumu līdzības savstarpēju saistību. Tādējādi aptverto preču vai pakalpojumu nenozīmīgu līdzību var kompensēt preču augsta zīmju līdzības pakāpe, un otrādi (spriedumi, 1998. gada 29. septembris, *Canon*, C-39/97, EU:C:1998:442, 17. punkts, un 2006. gada 14. decembris, *Mast-Jägermeister*/ITSB – *Licorera Zacapaneca* ("VENADO" ar rāmi u.c.), T-81/03, T-82/03 un T-103/03, EU:T:2006:397, 74. punkts).

49 Visaptverošā sajaukšanas iespējas vērtējumā konfliktējošo apzīmējumu vizuālajiem, fonētiskajiem un konceptuālajiem aspektiem ne vienmēr ir vienāda nozīme, un šo apzīmējumu līdzīgo vai atšķirīgo elementu nozīmīgums var būt atkarīgs no to raksturīgajām iezīmēm (šajā nozīmē skat.

spriedumu, 2004. gada 6. oktobris, *New Look*/ITSB – *Naulover* ("NLSPORT", "NLJEANS", "NLACTIVE" un "NLCollection"), no T-117/03 līdz T-119/03 un T-171/03, EU:T:2004:293, 49. punkts).

50 Apelācijas padome, izskatāmajā lietā vispirms norādījusi, ka agrākajai vārdiskajai preču zīmei piemīt parasta raksturīgā atšķirtspēja, un atgādinājusi, ka attiecīgās preces ir identiskas vai ar augstu līdzības pakāpi, secināja, ka konkrētās sabiedrības daļas – kuras uzmanības līmenis svārstās no vidējā līdz parastam – uztverē pastāv sajaukšanas iespēja. Tā pamatoja šo secinājumu ar to, ka konfliktējošajiem apzīmējumiem ir par vidējo augstāka vizuālās līdzības pakāpe un augsta fonētiskās līdzības pakāpe, līdz ar to, neraugoties uz konceptuālo atšķirību, minētie apzīmējumi kopumā ir jāuzskata par stipri līdzīgiem. Tā piebilda, ka līdzības neitralizēšana nav iespējama ļoti augstās vizuālās un fonētiskās sakritības dēļ un tādēļ, ka attiecīgās preces galvenokārt tiekot pasūtītas trokšņainā vidē pēc tam, kad tās aplūkotas ēdienkartē.

51 Prasītāja norāda, ka agrākās vārdiskās preču zīmes atšķirtspēja esot vāja, jo konkrētā sabiedrības daļa saprot minētās preču zīmes vārdiskos elementus "cody" un "'s" kā īpašvārdu ģenitīvā vai kā attiecīgo preču ģeogrāfiskās izcelsmes aprakstošu norādi, proti, Kodijas [*Cody*] pilsētu, kas atrodas Amerikas Savienotajās Valstīs. Tā piebilst, ka minētās preces ir plaša patēriņa preces, kas galvenokārt tiek pārdotas mazumtirdzniecības vietās. Tā kā konfliktējošie apzīmējumi turklāt vizuālā ziņā neesot līdzīgi un fonētiskā ziņā tiem esot niecīga līdzība, to konceptuālā atšķirība varot neitralizēt līdzības tādējādi, ka konkrētās sabiedrības daļas apziņā nepastāvot nekāda sajaukšanas iespēja.

52 *EUIPO* apstrīd prasītājas argumentus.

53 Vispirms Vispārējā tiesa atgādina, ka lietas dalībnieki neapstrīd, ka attiecīgās preces ir identiskas vai ar augstu līdzības pakāpi.

54 Pirmām kārtām, ņemot vērā prasītājas izvirzīto argumentu, ka agrākās vārdiskās preču zīmes atšķirtspēja esot vāja, Vispārējā tiesa norāda, pirmkārt, ka konkrētā sabiedrības daļa vārdu "cody" nekavējoties uztvers kā norādi uz īpašvārdu. Otrkārt, apostrofa un burta "s" pievienošana īpašvārdam tiks uztverta kā atsauce uz vārdu *Cody* piederības locījumā, jo angļu valodā un noteiktos gadījumos arī vācu valodā šādi tiek veidots īpašvārdu ģenitīvs. Tādējādi konkrētā sabiedrības daļa agrākās vārdiskās preču zīmes vārdisko elementu uztvers kā, piemēram, tāda uzņēmuma nosaukumu, kas pieder personai, kuru sauc "Cody" vai kā personas, kura ir ražojusi attiecīgās preces, vārdu. Tādējādi kopumā minētās preču zīmes elementi veido vienotu runas vienību.

55 Turpretim prasītāja nav iesniegusi nevienu pierādījumu, kas ļautu uzskatīt, ka kāda konkrētās sabiedrības daļa uztvers agrāko vārdisko preču zīmi kā norādi uz Kodijas [*Cody*] pilsētu, kas atrodas Amerikas Savienotajās Valstīs.

56 Līdz ar to, līdzīgi kā Apelācijas padomei, ir jāuzskata, ka agrākajai vārdiskajai preču zīmei nav īpašas nozīmes attiecībā uz 32. klasē ietilpstošajām precēm un tādējādi tai piemīt parastā raksturīgā atšķirtspēja.

57 Otrām kārtām, attiecībā uz Apelācijas padomes apstrīdētā lēmuma 45. punktā ietverto analīzi, saskaņā ar kuru konfliktējošo apzīmējumu fonētiskās līdzības pakāpei ir jāpiešķir īpaša nozīme, pirmkārt, Vispārējā tiesa atgādina, ka, visaptveroši izvērtējot sajaukšanas iespēju, nozīme, ko piešķir konfliktējošo apzīmējumu vizuālajam, fonētiskajam un konceptuālajam aspektam, var

mainīties atkarībā no objektīviem apstākļiem, kādos preču zīmes var nonākt tirgū. Tomēr šajā kontekstā par atsauci ir uzskatāmi tirdzniecības apstākļi, kas parasti ir gaidāmi attiecībā uz to preču kategoriju, kuras aptver attiecīgās preču zīmes (skat. spriedumu, 2014. gada 24. jūnijs, *Rani Refreshments*/ITSB – *Global-Invest Bartosz Turek* ("Sani"), T-523/12, nav publicēts, EU:T:2014:571, 42. punkts un tajā minētā judikatūra).

58 Otrkārt, lai gan, protams, nevar izslēgt, ka konfliktējošo apzīmējumu esošās fonētiskās atšķirības uztvere var nebūt acīmredzama īpaši trokšņainā vidē, tādā kā, piemēram, bāri vai diskotēkas visapmeklētākajā laikā, tomēr šāds pieņēmums nevar būt vienīgais pamats, lai novērtētu iespējamo konfliktējošo apzīmējumu sajaukšanas iespēju. Proti, kā tas būtībā norādīts iepriekšējā punktā minētajā judikatūrā, šāds vērtējums ir jāveic, ņemot vērā konkrētās sabiedrības daļas uztveri "parastos" tirdzniecības apstākļos (spriedums, 2014. gada 24. jūnijs, *Sani*, T-523/12, nav publicēts, EU:T:2014:571, 43. punkts).

59 Protams, apstrīdētā lēmuma 45. punktā Apelācijas padomes minētajos spriedumos Vispārējā tiesa ir piešķīrusi īpašu nozīmi konfliktējošo apzīmējumu fonētiskajai līdzībai, jo attiecīgās dzērienu, it īpaši alkoholisko dzērienu, nozarē ietilpstošās preces varēja tikt pasūtītas mutiski, ieraugot to nosaukumu ēdienkartē vai vīnu kartē.

60 Tomēr no judikatūras arī izriet, ka neviens elements neļauj uzskatīt, ka principā dzērienu patērētājs tos iegādāsies, sarunājoties par savu pasūtījumu pārpildītā un trokšņainā bārā vai restorānā (skat. spriedumu, 2014. gada 24. jūnijs, *Sani*, T-523/12, nav publicēts, EU:T:2014:571, 43. punkts).

61 Bez tam, kā pamatoti norāda prasītāja, no judikatūras arī izriet, ka, pat ja bāri un restorāni ir nozīmīgs šo preču veida pārdošanas tīkls, ir skaidrs, ka šajās vietās patērētājs varēs vizuāli uztvert attiecīgās preču zīmes, it īpaši izpētot viņam atnesto pudeli vai izmantojot citus palīgmateriālus, tādus kā ēdienkarte, dzērienu karte, pirms viņš veic mutisku pasūtījumu. Turklāt un galu galā, bāri un restorāni nav vienīgie attiecīgo preču pārdošanas tīkli. Proti, šīs preces pārdod arī lielveikalos vai citās mazumtirdzniecības vietās, kur patērētājs pats izvēlas preci un tāpēc viņam galvenokārt jāpaļaujas uz preču zīmes attēlu uz šīs preces. Attiecīgi ir jākonstatē – tā kā dzērieni ir izvietoti plauktos, patērētāji, iepērkoties šajās vietās, var uztvert preču zīmes vizuāli (šajā nozīmē skat. spriedumus, 2006. gada 19. oktobris, *Bitburger Brauerei/ITSB – Anheuser-Busch* ("BUD", "American Bud" un "Anheuser Busch Bud"), no T-350/04 līdz T-352/04, EU:T:2006:330, 111. un 112. punkts un tajos minētā judikatūra, un 2010. gada 3. septembris, *Companhia Muller de Bebidas*/ITSB – *Missiato Industria e Comercio* ("61 A NOSSA ALEGRIA"), T-472/08, EU:T:2010:347, 106. punkts).

62 Līdz ar to, lai gan dažreiz preču zīmju dzērienu jomā fonētiskajai uztverei tiek piešķirta izšķirošā nozīme, šādu apsvērumu nevar piemērot jebkurā gadījumā (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2010. gada 3. septembris, "61 A NOSSA ALEGRIA", T-472/08, EU:T:2010:347, 106. punkts).

63 Tomēr šajā lietā nav iesniegts neviens [pierādījumu] elements, lai konstatētu, ka attiecīgās preces galvenokārt tiek pasūtītas mutiski. Neviens [pierādījumu] elements neļauj uzskatīt, ka konkrētā sabiedrības daļa minētās preces iegādāsies tādos apstākļos, kuros sajaukšanas iespējas visaptverošā vērtējumā konfliktējošo apzīmējumu fonētiskajai līdzībai būtu lielāka nozīme nekā vizuālajai un konceptuālajai līdzībai. Gluži pretēji, ja konkrētā sabiedrības daļa bāros un restorānos tās pasūta mutiski, parasti tas tiek darīts pēc tam, kad to nosaukums ir bijis redzams dzērienu kartē vai ēdienkartē vai ir bijusi iespēja izpētīt preci, kas tiks pasniegta, kā rezultātā tā var vizuāli uztvert preču zīmi, lai norādītu, ko tā vēlas iegādāties.

64 Katrā ziņā, pat piešķirot īpašu nozīmi konfliktējošo apzīmējumu fonētiskajai līdzībai, ir jākonstatē, ka tā ir tikai vidēja.

65 Proti, no šī sprieduma 15.–47. punkta izriet, ka pretēji tam, ko secināja Apelācijas padome, konkrētajai sabiedrības daļai ir vidējs uzmanības līmenis un konfliktējošajiem apzīmējumiem, tos aplūkojot kopumā, ir tikai vāja vai vidēja līdzības pakāpe vizuālā ziņā, kā arī vidēja līdzības pakāpe fonētiskā ziņā. Turklāt netiek apstrīdēts, ka minētie apzīmējumi ir atšķirīgi konceptuālā ziņā.

66 Turklāt saskaņā ar Tiesas judikatūru visaptverošs sajaukšanas iespējas vērtējums nozīmē, ka konceptuālās atšķirības starp konfliktējošajiem apzīmējumiem var neitralizēt šo divu apzīmējumu fonētisko un vizuālo līdzību, ja vien vismaz vienam no šiem apzīmējumiem konkrētās sabiedrības daļas uztverē ir tik skaidra un noteikta nozīme, ka šī sabiedrība to ir spējīga tieši uztvert (skat. spriedumu, 2020. gada 4. marts, *EUIPO/Equivalenza Manufactory*, C-328/18 P, EU:C:2020:156, 74. punkts un tajā minētā judikatūra).

67 Tomēr attiecībā uz agrāko vārdisko preču zīmi, kā tas izriet no šī sprieduma 54. punkta, tās skaidru un noteiktu nozīmi konkrētā sabiedrības daļa uztvers kā norādi uz īpašvārdu "*Cody*" piederības locījumā.

68 Runājot par reģistrācijai pieteikto preču zīmi, minētās preču zīmes elements "code" ir uzskatāms par daļu no vācu valodas pamatvārdu krājuma, un konkrētā sabiedrības daļa to tieši uztvers kā tādu, kas norāda uz atslēgu, ar kura palīdzību var tikt nodots šifrēts teksts, uz secīgām instrukcijām programmēšanas valodā, uz saskaņotu valodas zīmju un to saistības noteikumu uzskaitījumu vai uz valodas lietošanas veidu, ko nosaka piederība noteiktai sociālajai klasei.

69 Turklāt nevar izslēgt, ka vārdiskais elements "-x" attiecīgajai sabiedrības daļai uzreiz radīs priekšstatu, ka tas attiecas uz nezināma nosaukuma vai nezināma lieluma apzīmējumu, uz nezināmo, kas attēlo noteiktu skaitli vienādojumā vai uz nenoteikta skaitļa zīmi.

70 Līdz ar to konkrētā sabiedrības daļa agrāko vārdisko preču zīmi tieši uztvers kā tādu, kas norāda uz vārda *Cody* piederības formu, un reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir atsauce uz vārdu, burtu, figūru vai simbolu sistēmu, ko izmanto citu preču zīmju attēlojumam, it īpaši, lai saglabātu noslēpumu.

71 Turklāt Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 37. punktā pati ir norādījusi, ka konkrētā sabiedrības daļa konfliktējošo apzīmējumu atšķirīgās nozīmes uztverot tieši.

72 Tātad ir jāsecina, ka saskaņā ar šī sprieduma 66. punktā atgādināto judikatūru konfliktējošo apzīmējumu konceptuālā atšķirība neitralizē to fonētisko un vizuālo līdzību.

73 Līdz ar to konkrētā sabiedrības daļa ar vidēju uzmanības līmeni nevar uzskatīt, ka attiecīgo preču izcelsme ir viens un tas pats uzņēmums vai ekonomiski saistīti uzņēmumi.

74 Tātad Apelācijas padome ir pieļāvusi kļūdu, konstatējot sajaukšanas iespējas esamību Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

75 Apstrīdētā lēmuma 48. punktā Apelācijas padome konstatēja, ka abām agrākajām grafiskajām preču zīmēm ir tāds pats atšķirtspējīgais vārdiskais elements kā izvērtētajai agrākajai vārdiskajai preču zīmei un ka aizsargātās preces ir vienas un tās pašas, tādējādi tā kļūdaino konstatējumu par

sajaukšanas iespējas esamību starp reģistrācijai pieteikto preču zīmi un agrāko vārdisko preču zīmi ir attiecinājusi arī uz agrāko grafisko preču zīmi un uz minētās agrākās grafiskās preču zīmes starptautisko reģistrāciju, ko attiecina uz Eiropas Savienību.

76 Tomēr, kā norāda prasītāja, attiecībā uz agrākajām grafiskajām preču zīmēm papildu grafisku elementu esamība, ko veido balts un nedaudz stilizēts šrifts un sarkans paralelograms, palīdz vairāk atšķirt konfliktējošos apzīmējumus un novērst jebkādu sajaukšanas iespēju konkrētās sabiedrības daļas uztverē.

77 Līdz ar to ir jāapmierina prasītājas izvirzītais vienīgais pamats un apstrīdētais lēmums ir jāatceļ.

### *Par Iebildumu nodaļas lēmuma atstāšanu spēkā*

78 Ar otro prasījumu prasītāja lūdz Vispārējo tiesu atstāt spēkā Iebildumu nodaļas lēmumu, ar kuru tā noraidīja iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju.

79 Jāuzskata, ka ar šo prasījumu prasītāja būtībā vēlas, lai Vispārējā tiesa īsteno savas [lēmumu] grozīšanas pilnvaras, noraidot iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz visām tās aptvertajām precēm, tādējādi pieņemot lēmumu, kas, prasītājas ieskatā, Apelācijas padomei bija jāpieņem, kad tai tika iesniegta apelācijas sūdzība.

80 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka Vispārējai tiesai atbilstoši Regulas 2017/1001 72. panta 3. punktam atzīto [lēmumu] grozīšanas tiesību īstenošana principā ir veicama vienīgi situācijās, kurās Vispārējā tiesa pēc Apelācijas padomes veiktā vērtējuma pārbaudes var, pamatojoties uz konstatētajiem faktiskajiem un tiesību apstākļiem, noteikt, kāds lēmums Apelācijas padomei bija jāpieņem (spriedums, 2011. gada 5. jūlijs, *Edwin*/ITSB, C-263/09 P, EU:C:2011:452, 72. punkts).

81 Šajā lietā ir izpildīti Vispārējās tiesas [lēmumu] grozīšanas pilnvaru īstenošanas nosacījumi. Proti, no šī sprieduma 15.–77. punktā izklāstītajiem apsvērumiem izriet, ka Apelācijas padomei tāpat kā Iebildumu nodaļai bija jākonstatē, ka nepastāv sajaukšanas iespēja. Līdz ar to iebildumi ir jānoraida.

### **Par tiesāšanās izdevumiem**

82 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs.

83 Tā kā *EUIPO* spriedums ir nelabvēlīgs, tam jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar prasītājas prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (piektā palāta)

nospriež:

**1) Atcelt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas piektās padomes 2021. gada 4. februāra lēmumu lietā R 208/2020-5.**

**2) Noraidīt *Cody's Drinks International GmbH* iebildumus.**

**3) *EUIPO* atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Spielmann Öberg Brkan

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2022. gada 23. februārī.

[Paraksti]