VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (piektā palāta)

2010. gada 4. martā *

Lieta T-24/08

Weldebräu GmbH & Co. KG, Plankštate [*Plankstadt*] (Vācija), ko pārstāv V. Gēpferts [*W. Göpfert*], advokāts,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv P. Buloks [*P. Bullock*],

atbildētājs,

* Tiesvedības valoda — angļu.

otra procesa ITSB Apelāciju padomē dalībniece, persona, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā, —

Kofola Holding a.s., Ostrava (Čehijas Republika), ko pārstāv S. Hejdova [*S. Hejdová*] un R. Harvāts [*R. Charvát*], advokāti,

par prasību par ITSB Apelāciju ceturtās padomes 2007. gada 15. novembra lēmumu lietā R 1096/2006-4 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Weldebräu GmbH & Co. KG* un *Kofola Holding a.s.*

VISPĀRĒJĀ TIESA (piektā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Vilars [*M. Vilaras*], tiesneši M. Preks [*M. Prek*] (referents) un V. M. Čuke [*V. M. Ciucă*],

sekretārs N. Rozners [*N. Rosner*], administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2008. gada 16. janvārī,

ņemot vērā ITSB atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2008. gada 13. maijā,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2008. gada 14. maijā,

pēc 2009. gada 29. oktobra tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

1 2003. gada 23. septembrī persona, kas iestājusies lietā, *Kofola Holding a.s.*, Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz grozīto Padomes 1993. gada 20. decembra Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) (aizstāta ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (OV L 78, 1. lpp.)).

2 Preču zīme, kuru lūdza reģistrēt, ir trīsdimensiju apzīmējums, kas atbilst aprakstam "cilindriskas formas pudele ar šauru un spirālveida pudeles kakliņu, uz kuras cilindriskās daļas izvietots uzraksts "snipp"":



3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 30., 32. un 33. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un attiecībā uz katru klasi atbilst šādam aprakstam:

— 30. klase: "kafija, tēja, kakao, mākslīgā kafija, mērces, dārzeņu mērces, konditorejas izstrādājumi, dzērieni uz šokolādes bāzes, dzērieni uz kakao bāzes, dzērieni uz zaļās tējas bāzes, dzērienu aromatizētāji, izņemot ēteriskās eļļas, melases sīrups";

— 32. klase: "bezalkoholiskie dzērieni, bezalkoholiskie dzērieni uz augļu bāzes; augļu ekstrakti (bezalkoholiski), augļu nektāri, augļu sulas; minerālūdens, gāzētie dzērieni; esences dzērienu pagatavošanai, sīrupi, alus";

— 33. klase: "alkoholiskie dzērieni".

4 2004. gada 16. augustā Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetenā*] Nr. 2004/033.

5 2004. gada 16. novembrī prasītāja — *Weldebräu GmbH & Co. KG* —, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 42. pantu (tagad — Regulas Nr. 207/2009 41. pants), iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz precēm, kas minētas iepriekš 3. punktā.

6 Iebildumi bija pamatoti ar Kopienas agrāku 2000. gada 16. novembrī ar numuru 690 016 reģistrētu trīsdimensiju preču zīmi, ko veido pudeles forma un kas ir attēlota šādi:



7 Preces, uz ko attiecas agrākā preču zīme, ietilpst 21., 32. un 33. klasē un attiecībā uz katru no šīm klasēm atbilst šādam aprakstam:

— 21. klase: "tilpnes no stikla, pudeles, kannas un krūzes (izņemot izgatavotus no cēlmetāliem)";

— 32. klase: "alus, minerālūdeņi un gāzēti ūdeņi, augļu dzērieni un augļu sulas; sīrupi un citas sastāvdaļas dzērienu pagatavošanai, eli, porteris";

— 33. klase: "alkoholiskie dzērieni (izņemot alu), liķieri, degvīni, vīni".

8 Iebildumi bija pamatoti ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā (tagad — Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts) paredzēto pamatu.

9 2006. gada 26. jūnijā Iebildumu nodaļa iebildumus noraidīja.

10 2006. gada 14. augustā saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 57.–62. pantu (tagad — Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pants) prasītāja iesniedza ITSB apelācijas sūdzību par Iebildumu nodaļas lēmumu.

11 Ar 2007. gada 15. novembra lēmumu (turpmāk tekstā — "apstrīdētais lēmums") ITSB Apelāciju padome apelācijas sūdzību noraidīja, būtībā uzskatot, ka, ievērojot agrākās preču zīmes viduvējo atšķirtspēju un nozīmīgās atšķirības starp pretnostatītajiem apzīmējumiem, no Eiropas Savienības vidusmēra patērētāja viedokļa nepastāv nekāda pretnostatīto preču zīmju sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, skatot to kopsakarā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta i) daļu (tagad — Regulas Nr. 207/2009 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta i) daļa).

Lietas dalībnieku prasījumi

12 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— atcelt apstrīdēto lēmumu;

— piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

13 ITSB prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

14 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

15 Savu prasību pamatojot, prasītāja izvirza vienu vienīgu pamatu, kas saistīts ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu. Tā uzskata, ka Apelāciju padome kļūdaini noraidījusi pretnostatīto preču zīmju sajaukšanas iespējas pastāvēšanu minētās normas izpratnē. ITSB un persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka Apelāciju padome pamatoti ir secinājusi, ka šāda iespēja nepastāv.

16 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieteikto 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 sabiedrībai tajā teritorijā, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme, pastāv to sajaukšanas iespēja; sajaukšanas iespēja ietver asociāciju iespēju ar agrāko preču zīmi.

17 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja ir iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Saskaņā ar šo pašu judikatūru sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, atbilstoši tam, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver attiecīgos apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, un ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus, it īpaši savstarpējo saistību starp apzīmējumu līdzību un preču vai pakalpojumu, kurus šie apzīmējumi apzīmē, līdzību (2003. gada 9. jūlija spriedums lietā T-162/01 *Laboratorios RTB*/ITSB — *Giorgio Beverly Hills* ("GIORGIO BEVERLY HILLS"), *Recueil*, II-2821. lpp., 30.–33. punkts un tajos minētā judikatūra).

18 Tieši ņemot vērā šos apsvērumus, ir jāpārbauda, vai Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka nepastāv nekāda agrākās preču zīmes un pieteiktās preču zīmes sajaukšanas iespēja.

19 Izskatāmajā lietā nav apstrīdēts, ka konkrēto sabiedrības daļu veido Eiropas Savienības vidusmēra patērētāji, kas ir samērā informēti, uzmanīgi un apdomīgi.

20 Tāpat, kā to pamatoti norādījusi Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 26. punktā, pastāv vienprātība, ka ar pieteikto preču zīmi apzīmētās preces, kas ietilpst 32. un 33. klasē, ir identiskas precēm, kas apzīmētas ar agrāko preču zīmi un ietilpst tajās pat klasēs, un ka 30. klasē ietilpstošās preces, kas apzīmētas ar pieteikto preču zīmi, ir ļoti līdzīgas 32. un 33. klasē ietilpstošajām precēm, ko aptver agrākā preču zīme.

Par pretnostatīto apzīmējumu salīdzinājumu

21 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru attiecībā uz konkrēto preču zīmju vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas visaptverošam vērtējumam ir jābalstās uz šo preču zīmju radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirīgos un dominējošos elementus. Preču zīmju uztverei, kas ir attiecīgo preču vai pakalpojumu vidusmēra patērētājam, minētās sajaukšanas iespējas visaptverošajā vērtējumā ir noteicoša loma. Šajā sakarā vidusmēra patērētājs parasti uztver preču zīmi kā vienu veselumu un neanalizē tās dažādās sastāvdaļas (skat. Tiesas 2007. gada 12. jūnija spriedumu lietā C-334/05 P ITSB/*Shaker*, Krājums, I-4529. lpp., 35. punkts un tajā minētā judikatūra, un 2007. gada 20. septembra spriedumu lietā C-193/06 P *Nestlé*/ITSB, Krājumā nav publicēts, 34. punkts; Pirmās instances tiesas 2004. gada 30. jūnija spriedumu lietā T-186/02 *BMI Bertollo*/ITSB — *Diesel* ("DIESELIT"), Krājums, II-1887. lpp., 38. punkts).

22 Izskatāmajā lietā ir pretnostatīti divi trīsdimensionāli apzīmējumi, kuros attēlotas pudeles, kas sastāv no cilindriskas formas pudeles galvenās daļas un spirālveida pudeles kakliņa. Turklāt pieteiktais apzīmējums ietver vārdisku elementu "snipp", kas ir iegravēts uz pudeles apakšējās daļas ar maza izmēra burtiem, kas ir tādā pat krāsā kā pudele.

23 Kā tas izriet no konstatējumiem, kas veikti apstrīdētā lēmuma 28. punktā, kurus lietas dalībnieki nav apstrīdējuši, nevar veikt nekādu fonētisku salīdzinājumu tiktāl, ciktāl agrākā preču zīme neietver nekādu vārdisku elementu un maza izmēra vārdiskais elements "snipp", kas ir iegravēts pieteiktās preču zīmes apakšējā daļā, nevar ietekmēt preču zīmes radīto kopējo iespaidu. Tāpat nav iespējams konceptuāls salīdzinājums, jo pretnostatītajām preču zīmēm nav nekādas nozīmes. No tā izriet, ka pretnostatītās preču zīmes var salīdzināt vienīgi no vizuālā viedokļa.

24 Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 31. punktā uzskatīja, ka abu apzīmējumu visaptverošais vizuālais salīdzinājums parāda vairākas nozīmīgas atšķirības, balstoties cita starpā uz apstākli, ka pudeļu garuma un platuma proporcijas ir atšķirīgas, ka pieteiktā preču zīme ietver vārdisku preču zīmi, kuras nav agrākajā preču zīmē, un ka pudeļu kakliņu formas parāda nozīmīgas atšķirības.

25 Šajā ziņā, lai gan nevar izslēgt, ka pieteiktās preču zīmes vārdiskais elements "snipp", kas iegravēts tādā pat krāsā kā stikls, ir grūti uztverams un līdz ar to tam nevar būt ietekmes uz preču zīmes radīto kopējo iespaidu, un lai gan nevar neievērot, ka abu pretnostatīto apzīmējumu pudeļu kakliņi ir spirālveida formas un attiecīgi atšķiras no tradicionāliem pudeļu kakliņiem, tomēr radītais kopējais iespaids, kā to pamatoti secinājusi Apelāciju padome, parāda vairākas nozīmīgas atšķirības starp pretnostatītajiem apzīmējumiem.

26 Pirmkārt, agrākais apzīmējums no vidusmēra patērētāju, kas ir samērā informēti, uzmanīgi un apdomīgi, viedokļa šķiet esam garāks, plānāks un tādēļ smalkāk veidots nekā pieteiktais apzīmējums, kuram ir mazāks, biezāks un korpulentāks siluets, kas rada smagnējāku iespaidu. Turklāt pieteiktā apzīmējuma pudeles galvenās daļas forma tās izliekuma dēļ ir neregulāra, kamēr agrākā apzīmējuma forma ir taisna. Otrkārt, ir jānorāda, ka pudeļu kakliņi, lai arī tie abi ir spirālveida, attēlo atšķirīgas spirāles. Kamēr agrākā apzīmējuma pudeles kakliņš ir plānāks un veidots tikai no diviem spirālveida pagriezieniem, pieteiktā apzīmējuma pudeles kakliņš šķiet esam platāks un to veido vismaz četri spirāles pagriezieni.

27 Attiecīgi Apelāciju padome nav pieļāvusi kļūdu, apstrīdētā lēmuma 31. punktā konstatējot, ka apstāklim, ka abu pudeļu kakliņus var aprakstīt kā "spirāles formas", ir maza nozīme, ņemot vērā lielās atšķirības, kas pastāv starp abu pudeļu kakliņu formām.

28 Šo vērtējumu neliek apšaubīt prasītājas ar noteiktu valstu tiesu judikatūru un ITSB praksi saistītie argumenti. Pirmkārt, dalībvalstu tiesu judikatūra ir tikai viens no elementiem, ko, lai arī tas nav izšķirošs, var ņemt vērā Kopienas preču zīmes reģistrācijas mērķiem (Pirmās instances tiesas 2003. gada 5. marta spriedums lietā T-194/01 *Unilever*/ITSB (Ovāla tablete), *Recueil*, II-383. lpp., 68. punkts). Otrkārt, kas attiecas uz ITSB praksi, lēmumi, kas apelāciju padomēm saskaņā ar Regulu Nr. 40/94 ir jāpieņem attiecībā uz apzīmējuma reģistrāciju par Kopienas preču zīmi, ietilpst saistošās kompetences, nevis rīcības brīvības jomā. Tādēļ apzīmējuma spēja tikt reģistrētam par Kopienas preču zīmi ir jāizvērtē, vienīgi pamatojoties uz šo regulu, kā to interpretē Kopienas tiesas, nevis pamatojoties uz ITSB iepriekšējo praksi (skat. Tiesas 2007. gada 26. aprīļa spriedumu lietā C-412/05 P *Alcon*/ITSB, Krājums, I-3569. lpp., 65. punkts, un Pirmās instances tiesas 2005. gada 24. novembra spriedumu lietā T-346/04 *Sadas*/ITSB — *LTJ Diffusion* ("ARTHUR ET FELICIE"), Krājums, II-4891. lpp., 71. punkts).

29 Ievērojot iepriekš minētos apsvērumus, Apelāciju padome pamatoti ir norādījusi, ka pastāv nozīmīgas apzīmējumu atšķirības. Attiecīgi ir jāsecina, ka pretnostatītajiem apzīmējumiem ir tikai ļoti nenozīmīga vizuāla līdzība.

Par sajaukšanas iespēju

30 Sajaukšanas iespējas visaptverošs vērtējums nozīmē noteiktu savstarpējo saistību starp vērā ņemamajiem faktoriem, it īpaši preču zīmju līdzību un ar tām aptverto preču vai pakalpojumu līdzību. Tādējādi aptverto preču vai pakalpojumu nenozīmīgo līdzību var kompensēt augsta preču zīmju līdzības pakāpe un otrādi (Tiesas 1998. gada 23. septembra spriedums lietā C-39/97 *Canon*, *Recueil*, I-5507. lpp., 17. punkts, un Pirmās instances tiesas 2006. gada 14. decembra spriedums apvienotajās lietās T-81/03, T-82/03 un T-103/03 *Mast-Jägermeister*/ITSB — *Licorera Zacapaneca* ("VENADO" ar rāmi u.c.), Krājums, II-5409. lpp., 74. punkts).

31 Izskatāmajā lietā Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 24. punktā uzskatīja, ka agrākajai preču zīmei ir vidēja atšķirtspēja. Prasītāja šo konstatējumu neapstrīd, tomēr apgalvo, ka minētajai preču zīmei tās unikālā un neparastā izskata dēļ, ko it īpaši apstiprina dažādas balvas, kas saņemtas par pudeles īpašo dizainu, ir vismaz šāda atšķirtspēja. Turklāt, kā norādīja Apelāciju padome, prasītāja nav izvirzījusi nekādus argumentus, kas pierādītu, ka tās preču zīme ir ieguvusi atšķirtspēju intensīvas tās izmantošanas rezultātā vai tās reputācijas dēļ.

32 Tā kā pretnostatītajām preču zīmēm ir nozīmīgas atšķirības un prasītāja nav pierādījusi, kādā veidā agrākajai preču zīmei ir augsta atšķirtspēja, vienkāršais apstāklis, ka abām pudelēm ir spirālveida formas pudeles kakliņš, neļauj secināt, ka pastāv pretnostatīto preču zīmju sajaukšanas iespēja, neraugoties uz to, ka attiecīgās preces ir identiskas.

33 Šo secinājumu neliek apšaubīt prasītājas arguments, ka izskatāmajā lietā nozīmīga loma ir pretnostatīto preču zīmju radītajam taktilajam iespaidam. Kā pareizi norāda ITSB, no pudeļu pārdošanas kārtības — proti, tā, ka tās tiek izstādītas kā marķētas

preces lielveikalu pārtikas nodaļās vai tiek pasūtītas bārā vai restorānā, — izriet, ka patērētāji galvenokārt koncentrēsies uz to etiķešu vārdiskajiem un grafiskajiem elementiem, tādiem kā preču zīmes nosaukums, logo un/vai citi grafiskie elementi, kas norāda preces izcelsmi.

34 Ņemot vērā šos apsvērumus, pilnībā ir jānoraida vienīgais pamats un attiecīgi prasība kopumā.

Par tiesāšanās izdevumiem

35 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 87. panta 2. punktam lietas dalībniekam, kuram spriedums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram spriedums ir labvēlīgs.

36 Tā kā prasītājai spriedums ir nelabvēlīgs, tai ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (piektā palāta)

nospriež:

1) prasību noraidīt;

2) *Weldebräu GmbH & Co. KG* atlīdzina tiesāšanās izdevumus.

Vilaras Prek Ciucă

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2010. gada 4. martā.

[Paraksti]