PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (ceturtā palāta)

2004. gada 24. novembrī *

Lieta T-393/02

Henkel KGaA, Diseldorfa (Vācija), ko pārstāv K. Osterrīts [*C. Osterrieth*], advokāts, kas norādīja adresi Luksemburgā,

prasītāja,

pret

Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB), ko pārstāv U. Flēgars [*U. Pfleghar*] un G. Šneiders [*G. Schneider*], pārstāvji,

atbildētājs,

par prasības pieteikumu par ITSB Apelāciju ceturtās padomes 2002. gada 3. oktobra lēmumu (lietā R 313/2001-4) par trīsdimensiju apzīmējuma, ko veido balta un caurspīdīga flakona forma, reģistrāciju.

* Tiesvedības valoda — vācu.

EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA
(ceturtā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs I. Legāls [*H. Legal*], tiesneši V. Tīli [*V. Tiili*] un tiesnesis M. Vilars [*M. Vilaras*],

sekretārs J. Plingerss [*J. Plingers*], administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2002. gada 27. decembrī,

ņemot vērā atbildes rakstu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2003. gada 24. aprīlī,

ņemot vērā tiesas sēdi 2004. gada 10. jūnijā,

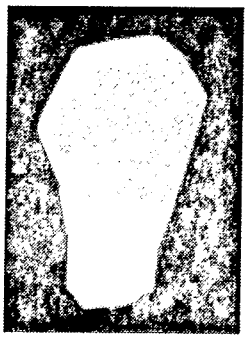
pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

1 1999. gada 5. maijā prasītāja atbilstoši grozītajai Padomes 1993. gada 20. decembra Regulai (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994, L 11, 1. lpp.) iesniedza Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi; turpmāk tekstā — ITSB) Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu.

2 Preču zīme, kuras reģistrācija tika lūgta, ir apzīmējums, kas attēlots šādi:



3 Pieteikuma anketā minētās krāsas ir balta un caurspīdīga.

4 Preces, attiecībā uz kurām reģistrācija tika lūgta, ietilpst 3. un 20. klasē saskaņā ar grozīto un laboto 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumu par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju zīmju reģistrācijai un atbilst šādam aprakstam:

— 3. klase: "ziepes; mazgāšanas un balināšanas līdzekļi; tīrīšanas, pulēšanas, attaukošanas un abrazīvie līdzekļi; aromatizētie mazgāšanas izstrādājumi, porcelāna, akmens, koka, stikla, metālu un plastmasas ķīmiskie tīrīšanas līdzekļi";

— 20. klase: "plastmasas tilpnes šķidrām, želejveida un pastas konsistences precēm".

5 Ar 2000. gada 28. septembra vēstuli pārbaudītājs informēja prasītāju — tā kā viņas preču zīmei nepiemīt atšķirtspēja Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē, tā nevar tikt reģistrēta, piemērojot minēto tiesību normu. Pārbaudītājs konstatēja, ka stāvus uz galvas nostatīta pudele kosmētikas nozarē nav nekas neparasts.

6 Ar 2000. gada 9. oktobra vēstuli prasītāja apstrīdēja savas preču zīmes atšķirspējas neesamību. Pēc tās domām, attiecīgā izmantotā forma un krāsas kopā veido atšķirību.

7 Ar 2001. gada 23. marta lēmumu pārbaudītājs noraidīja lūgumu, piemērojot Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu.

8 2001. gada 28. martā prasītāja saskaņā ar Regulas (EK) Nr. 40/94 59. pantu ITSB iesniedza prasību pret pārbaudītāja lēmumu.

9 Ar 2002. gada 3. oktobra lēmumu (turpmāk tekstā — "Apstrīdētais lēmums") ITSB Apelāciju ceturtā padome prasību noraidīja. Tā apstrīdēja reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei piemītošo atšķirtspēju saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu. Būtībā Apelāciju padome uzskatīja, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme sastāv no formas un krāsas, kas pamatā piemīt tīrīšanas līdzekļu tilpnēm, un ka to kombinācijai nepiemīt atšķirtspēja. Saskaņā ar Apelāciju padomes viedokli, nevienam no pieteikto apzīmējumu aprakstiem nav raksturīgās atšķirtspējas un tātad ir neiespējami, ka vidusmēra patērētājs, kas nepievērš lielu uzmanību mazgāšanās līdzekļu tilpnes formai un krāsai, uztvertu šīs īpašības kā norādi uz komerciālo izcelsmi.

Lietas dalībnieku prasījumi

10 Prasītājas prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt Apstrīdēto lēmumu;

— piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

11 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājai atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Juridiskais pamatojums

12 Prasītāja būtībā izvirza vienu pamatu, proti — Regulas (EK) Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

Lietas dalībnieku izvirzītie argumenti

13 Prasītāja apstrīd Apelāciju padomes vērtējumu, kurā tā konstatē, ka pieteiktajai preču zīmei nepiemīt atšķirtspējas. Preču zīmei piemīt konkrēta atšķirtspēja, ja sabiedrības daļa to uztver kā tādu līdzekli, kas nošķir viena uzņēmuma preces vai pakalpojumus no citu uzņēmumu precēm un pakalpojumiem. Atšķirtspēja ir jākonstatē, ievērojot pieteikumā norādītās preces un pakalpojumus (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 1999. gada 8. jūlija spriedumu lietā T-163/98 *Procter & Gamble*/ITSB (*BABY-DRY*), *Recueil*, II-2383. lpp., 21. punkts).

14 Kas attiecas uz patērētājam šķidrā veidā piedāvātajām precēm, pēc prasītājas domām, to ražotājiem ir plašas izvēles iespējas, ražojot iepakojumus, šajā gadījumā — tilpnes pudeles formā. Sabiedrības daļa apzināsies un turklāt zinās, ka ražotāji izstrādā un lieto iepakojumu kā preces izcelsmes norādi. Prasītāja kā piemēru min *Coca-Cola* pudeli, kuru tā novērtē kā labi pazīstamu visā pasaulē, jo pudeles forma var it īpaši norādīt uz preču izcelsmi.

15 Kas attiecas uz minēto formu, prasītāja norāda, ka, piemēram, preces, kuru tā ražo, tilpnei piemīt daudzas īpašības, kas to skaidri nošķir no tilpnēm, kuras tiek lietotas līdzīgiem produktiem. Prasītāja apraksta preču zīmi, kuras reģistrāciju tā pieteica kā pudeli, kas ir īpaši plakana un kuras ģeometriskā forma, ja to aplūko no priekšpuses, atgādina gaisa pūķi, proti — pamata formu, kas ir divi dažāda lieluma trijstūri, savienoti ar kopīgu pamatu, turklāt augšējais un apakšējais gals ir saplacināts. Pēc tās domām, augšējam trijstūrim, to nesaplacinot, ir gandrīz vienādmalu trijstūra forma, turpretim apakšējam trijstūrim ir vienādsānu trijstūra forma. Pudelei ir arī korķis.

16 Saskaņā ar prasītājas aprakstu korķis, kas sastāv no "necaurspīdīgas plastmasas", būtībā veido taisnstūra formas pamatnes elementu, kura malu garuma attiecība sānos un priekšpusē ir aptuveni 1 : 2. Korķim, kura augstums atbilst 20 % no visas pudeles augstuma, kam priekšpusē un aizmugurē ir uz ārpusi izvirzīts V-veida profils un kas saplūst ar korpusa vertikālajām malām. Virs korķa atrodas pudeles korpusa šaurākā daļa, kas veidota no caurspīdīgas pienbaltas plastmasas. Pudele saplacinās augšpusē, veidojot četrstūrainu virsmu un no priekšpuses un aizmugures viegli izliektu virspusi. Pudeles korpusa maksimālais biezums pamatā atbilst korķa sānu malu garumam.

17 Turklāt prasītāja uzsver, ka attiecīgā tilpne apzināti veido kontrastu attiecībā pret pieejamām tradicionālām šāda veida tilpņu formām. Pēc prasītājas domām, tilpnei ir daudz leņķu, malu un virsmu, kas tai liek izskatīties pēc kristāla, un šo aspektu pastiprina baltā, pienainā krāsa. Tilpne balstās uz asumu un agresivitāti, un šajā sakarā prasītāja uzsver mērķi izmantot attiecīgo tilpni tualetes tīrīšanai domāta līdzekļa uzpildīšanai. Prasītāja apstiprina, ka, pretstatā citām tilpnēm, tilpnes korķis ir ietverts kopējā izskatā un iepakojums rada monolītu iespaidu. Visbeidzot prasītāja secina, ka tilpne atšķiras no citām pazīstamām formām ar to, ka tā ir īpaši plakana.

18 Prasītāja atgādina, ka tās preču zīme ir reģistrēta kā starptautiska preču zīme, piemērojot Protokolu par Madrides Nolīgumu par starptautisko preču zīmju reģistrāciju, kas parakstīts 1989. gada 27. jūnijā Madridē. Vienpadsmit Eiropas Kopienu dalībvalstis, proti — Beļģijas Karaliste, Dānijas Karaliste, Vācijas Federatīvā Republika, Spānijas Karaliste, Francijas Republika, Itālijas Republika, Luksemburgas Lielhercogiste, Nīderlandes Karaliste, Austrijas Republika, Portugāles Republika un Somijas Republika, nav iebildušas pret reģistrāciju. Dānijas Karaliste sākumā reģistrāciju noraidīja, taču Dānijas preču zīmju birojs beigu beigās atļāva preču

zīmes reģistrāciju, apstiprinot to, ka tas ņēma vērā ITSB praksi attiecībā uz trīsdimensiju preču zīmēm. Prasītāja piebilst, ka attiecīgā preču zīme ir reģistrēta kā valsts preču zīme Šveicē.

19 ITSB uzsver — Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka attiecīgajam trīsdimensiju apzīmējumam nav atšķirtspējas.

20 Lai iepakojums veidotu preču zīmi, tam ir jāspēj patērētājiem radīt priekšstatu par norādi uz preces izcelsmi un ietekmēt arī patērētāja pirkšanas lēmumu, jo tikai tādā gadījumā preces iepakojums var garantēt preces izcelsmi, proti — visas preces vai pakalpojumi, kas ar to tiek apzīmēti, ir ražoti viena vienīga uzņēmuma kontrolē (Tiesas 1998. gada 29. septembra spriedums lietā C-39/97 *Canon*, *Recueil*, I-5507. lpp., 28. punkts).

21 ITSB it īpaši norāda, ka preču iepakojums, bez kura tās nav iespējams pārdot, no patērētāju viedokļa tiek uztverts kā iepakojums, kas aizsargā preci. Plaša patēriņa preču gadījumos, kā šajā gadījumā, patērētājam preces forma vai iepakojums nesaistās ar preces komerciālo izcelsmi. Patērētājs uztver pašu preču iepakojumu kā izcelsmes norādi tikai tad, ja iepakojuma izskats īpaši pievērš uzmanību, piemēram, ja iepakojums būtiski atšķiras no parasti lietotā attiecīgo preču iepakojuma. ITSB atsaucas uz Pirmās instances tiesas 2002. gada 7. februāra spriedumu lietā T-88/00 *Mag Instrument*/ITSB ("Kabatas lukturīšu forma"), *Recueil*, II-467. lpp., 37. punkts, saskaņā ar kuru, ja attiecīgais patērētājs ir pieradis redzēt pieteiktajai preču zīmei analoģiskas formas, kam ir plašs modeļu variāciju klāsts, ir uzskatāms, ka šīs formas tiek uzskatītas drīzāk par vienu no parasto formu variantiem, nevis par preču komerciālās izcelsmes norādi.

22 Tādēļ saskaņā ar ITSB ir jānosaka, kādu iespaidu iepakojums atstāj uz mērķa patērētāju. Tātad ir jāņem vērā prezumpcija par to, ko sagaida samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs vidusmēra patērētājs (Tiesas 1998. gada 16. jūlija spriedums lietā C-210/96 *Gut Springenheide* un *Tusky*, *Recueil*, I-4657. lpp., 31. punkts).

23 ITSB arī apstiprina, ka Apelāciju padome pareizi ir izvērtējusi to, kā apzīmējumu uztver attiecīgā sabiedrības daļa. Lai gan minētajai tilpnei patiešām piemīt dažas īpatnības tās veidojumā kā, piemēram, tās forma un krāsa, ar ko tā atšķiras no citām tilpnēm, kas paredzētas parasti tirgū lietotajām tāda paša veida precēm, tomēr ar to nepietiek, lai tai piemistu atšķirtspēja un lai patērētājs to uztvertu kā norādi uz preces izcelsmi.

24 Kas attiecas uz iespējamo krāsu īpatnību, ITSB uzskata, ka vispārējā pieredze pierāda, ka balta korķa vai caurspīdīga pudeles korpusa izvēle attiecīgajā nozarē ir plaši izplatīta. Izvēlētās krāsas nevar tikt uzskatītas par neparastām. Atbilstoši ITSB teiktajam caurspīdīga pudeles korpusa izvēle neveido krāsas izvēli tās parastajā nozīmē. Faktiski tilpne paliek otrajā plānā, kad patērētājs tieši uztver tilpnē iepildīto vielu un tās krāsu.

25 Attiecībā uz prasītājas argumentu, saskaņā ar kuru attiecīgās tilpnes forma to būtiski atšķir no citiem tualetes tīrīšanai paredzētiem līdzekļiem, ITSB uzsver, ka prasītāja savu pieteikumu iesniedza par dažādām precēm, kas ietilpst 3. un 20. klasē, kuras saraksts ir ļoti plašs un kurā ir iekļautas arī tilpnes zobu pastai, kosmētiskajiem līdzekļiem, piemēram, dušas želejai, vai trauku mazgāšanas līdzekļiem, kuriem attiecīgā forma ir bieži lietota. Lai gan prasītāja paredz pieteikto formu lietot tikai tualetes tīrīšanas līdzekļiem, ITSB uzsver, ka tā pienākums ir noteikt pieteiktās

formas atšķirtspēju attiecībā uz visu preču kopumu, uz ko attiecas Kopienas preču zīmes pieteikums.

26 ITSB pieļauj, ka, iespējams, dažām pieteiktajām tilpnēm ir atšķirīga forma no tā apzīmējuma formas, kura reģistrācija tika pieteikta. Tas tomēr nenozīmē, ka attiecīgajam apzīmējumam piemīt atšķirtspēja. ITSB uzskata, ka izvēlētajai formai ir jāpiemīt specifiskām īpašībām, kas spēj pievērst patērētāja uzmanību, kas nozīmē, ka tai ir būtiski jāatšķiras no parastajām formām. Turklāt fakts, ka tilpne, kas paredzēta mazgāšanas un tīrīšanas līdzekļiem, var tikt nostatīta stāvus uz galvas, nerada specifisku īpašību, kas var pievērst patērētāja uzmanību; gluži pretēji, runa ir par samērā izplatītu prezentācijas veidu, piemēram, zobu pastas tūbiņām. Šajā lietā ITSB norāda, ka patērētājs nevar izvēlēto iepakojumu mazgāšanas un tīrīšanas līdzekļiem uztvert kā preču komerciālās izcelsmes norādi. ITSB tādēļ apstiprina, ka pat tilpnes elementu kombinācija nevar likt patērētājam uzskatīt formu, kuras reģistrācija tika pieteikta, nekā citādi, kā vienkāršu iepakojumu; īsāk sakot, patērētājs neuztver preču komerciālo izcelsmi.

27 Tāpat ITSB secina, ka pieteiktajai preču zīmei jebkurā gadījumā nepiemīt reģistrācijai nepieciešamā minimālā atšķirtspēja.

28 Turklāt attiecībā uz agrāk valsts līmenī reģistrētām preču zīmēm, ITSB piebilst — ir vēlams, lai attiecīgā dalībvalstu prakse sakristu ar ITSB praksi, lai arī juridiski valsts iestādēm nav saistoši ITSB lēmumi un otrādi. Tāpat ir ņemama vērā dalībvalstīs turpmāk veiktā reģistrācija, tomēr tā nav saistoša (Pirmās instances tiesas 2001. gada 31. janvāra spriedums lietā T-331/99 *Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld*/ITSB (*Giroform*), *Recueil*, II-433. lpp., 26. punkts).

Pirmās instances tiesas vērtējums

29 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 4. pantam preču vai to iepakojuma forma var veidot Kopienas preču zīmi ar nosacījumu, ka tās var atšķirt dažādu uzņēmumu preces un pakalpojumus. Turklāt saskaņā ar minētās regulas 7. panta 1. punkta b) apakšpunktu nereģistrē "preču zīmes, kam nav atšķirtspējas".

30 Pirmkārt, ir jāatgādina, ka saskaņā ar judikatūru Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunktā minētās preču zīmes, it īpaši tās, kuras konkrētā sabiedrības daļa uzskata par tirdzniecībā parasti lietotām, piedāvājot attiecīgās preces vai pakalpojumus, vai par kurām ir vismaz konkrētas norādes, kas ļauj secināt, ka tās var tikt lietotas šādā veidā [Pirmās instances tiesas 2002. gada 20. novembra spriedums apvienotajās lietās T-79/01 un T-86/01 *Bosch*/ITSB (*Kit Pro* un *Kit Super Pro*), *Recueil*, II-4881. lpp., 19. punkts, un 2003. gada 3. decembra spriedums lietā T-305/02 *Nestlé Waters France*/ITSB ("Pudeles forma"), *Recueil*, II-5207. lpp., 28. punkts]. Turklāt šajā noteikumā minētie apzīmējumi nespēj izpildīt preču zīmes būtisko funkciju, proti — norādīt uz preces vai pakalpojuma izcelsmi, lai ļautu patērētājam, kas saņem preci vai pakalpojumu, ja ir gūta pozitīva pieredze, izvēlēties vēlāk to pašu preci vai citu, ja pieredze ir bijusi negatīva [Pirmās instances tiesas 2002. gada 27. februāra spriedums lietā T-79/00 *Rewe-Zentral*/ITSB (*LITE*), *Recueil*, II-705. lpp., 26. punkts; iepriekš minētā sprieduma *Kit Pro* un *Kit Super Pro*, 19. punkts; 2003. gada 30. aprīļa spriedums apvienotajās lietās T-324/01 un T-110/02 *Axions* un *Belce*/ITSB ("Brūnas krāsas un zelta stieņa cigāra forma"), *Recueil*, II-1897. lpp., 29. punkts, un iepriekš minētā sprieduma "Pudeles forma", 28. punkts].

31 Turklāt attiecībā uz trīsdimensiju preču zīmēm, jo vairāk forma, kuras reģistrācija ir pieteikta, līdzinās citai formai, jo vairāk iespējams, ka attiecīgajai formai nav atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē. Turpretī

preču zīmei, kas būtiski atšķiras no sektora normām vai ieradumiem un tāpēc var pildīt tās pamata funkciju — norādīt izcelsmi, netrūkst atšķirtspējas (Tiesas 2004. gada 12. februāra spriedums lietā C-218/01 *Henkel, Recueil*, I-1725. lpp., 49. punkts, un 2004. gada 29. aprīļa spriedums apvienotajās lietās C-456/01 P un C-457/01 P *Henkel*/ITSB, *Recueil*, I-5089. lpp., 39. punkts).

32 Preču zīmes atšķirtspēja var tikt noteikta tikai, pirmkārt, attiecībā uz precēm un pakalpojumiem, par kuriem ir pieteikta reģistrācija, un, otrkārt, ņemot vērā attiecīgās sabiedrības daļas uztveri (iepriekš minētie spriedumi *LITE*, 27. punkts, un *Kit Pro* un *Kit Super Pro*, 20. punkts).

33 Jāatgādina, ka ar pieteikto preču zīmi apzīmētās preces ir plaša patēriņa preces, kas ir paredzētas visiem patērētājiem. Tātad ir jānosaka pieteiktās preču zīmes atšķirtspēja, ņemot vērā prezumpciju par to, ko sagaida samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs vidusmēra patērētājs (Tiesas 1999. gada 22. jūnija spriedums lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer, Recueil*, I-3819. lpp., 26. punkts).

34 Tāpat ir jāatgādina, ka to, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver preču zīmes, ietekmē tās pievērstās uzmanības pakāpe, kas var mainīties atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (pēc analoģijas skat. iepriekš minēto spriedumu lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, 26. punkts). Tas ir vispārzināms, ka mazgāšanas un tīrīšanas līdzekļu tirgus, kam raksturīga spēcīga konkurence, dalībnieki ir pakļauti iepakojuma tehniskai nepieciešamībai, lai komercializētu minētās preces, un nepieciešamībai izmantot etiķetes. Šādos apstākļos tirgus dalībnieki ir spiesti padarīt savas preces atpazīstamas attiecībā uz konkurentu precēm, it īpaši attiecībā uz to izskatu un iepakojumu, lai pievērstu patērētāju uzmanību. Līdz ar to vidusmēra patērētājs bez

problēmām ir spējīgs uztvert attiecīgo preču iepakojuma formu kā to komerciālās izcelsmes norādi, ja vien šai formai ir pietiekamas īpašības, kas pievērš uzmanību (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā "Pudeļu forma", 34. punkts).

35 Turklāt ir jānorāda, ka Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkts nenosaka nevienu atšķirību attiecībā uz dažādām preču zīmju kategorijām. Līdz ar to, izvērtējot trīsdimensiju preču zīmju atšķirtspēju, ko veido pašu preču forma vai minēto preču iepakojuma forma, nav pamata piemērot stingrākus kritērijus kā kritērijus, kas piemērojami citu kategoriju preču zīmēm (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lietā "Pudeļu forma", 35. punkts).

36 Apstrīdētajā lēmumā Apelāciju padome secināja, ka pieteiktajai preču zīmei nepiemīt atšķirtpēja, ņemot vērā to, ka "attiecīgais apzīmējums pamatā veido tilpni, kuras forma atgādina otrādi apgrieztu bumbieri, tādā nozīmē kur viens gals ir platāks nekā otrs un kuras sāni ir samērā plakani". Tā arī konstatē, ka "nevienai īpašībai, vai tās aplūkotu atsevišķi vai kombinācijā ar citām, nepiemīt atšķirtspēja", ka "attiecīgā forma nevar tikt uzskatīta par raksturīgu atšķirību", ka "ne plakanie sāni, ne plakanā augšējā un apakšējā virsma būtībā nerada iespaidu par preci, ko radījusi forma" un ka "nav pierādāms, ka attiecīgais patērētājs pievērš uzmanību šīm īpašībām un uztver tās kā norādi uz īpašu komerciālo izcelsmi". Attiecībā uz konkrētajai formai pieteikto krāsu kombināciju, Apelāciju padome konstatē, ka arī tas nepastiprina preču zīmes atšķirtspēju. Līdz ar to Apelāciju padome secina, ka "no šīs neatšķirīgo trīsdimensiju un krāsu īpašību kombinācijas neizriet apzīmējums, kas veido minimālu atšķirtspēju".

37 Jāatgādina, ka, lai izvērtētu, vai sabiedrības daļa var uztvert attiecīgo flakona formu, kā norādi uz preces izcelsmi, ir jāizvērtē minētā flakona kopējais radītais iespaids (šajā sakarā skat. Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedumu lietā C-251/95 *SABEL*, *Recueil*, I-6191. lpp., 23. punkts; iepriekš minētais spriedums lietā "Pudeļu forma", 39. punkts).

38 Šajā gadījumā pieteikto preču zīmi veido balta un caurspīdīga flakona forma. Runa ir par plastmasas tilpni, kas sastāv no caurspīdīga korpusa un balta korķa. Korķa priekšpusē un aizmugurē ir uz ārpusi izvirzīts V-veida profils, kas saplūst ar korpusa vertikālajām malām. Tilpne ir attēlota tādējādi, ka tā ir novietota stāvus uz korķa.

39 Kas attiecas uz dažādu elementu izvērtēšanu, ir jāatgādina, ka apzīmējumam, kuru veido elementu kombinācija, no kuriem nevienam nepiemīt atšķirtspēja, var piemist atšķirtspēja ar nosacījumu, ka pastāv konkrēti norādes punkti, it īpaši kādā veidā šie dažādie elementi ir savstarpēji kombinēti, norādot uz to, ka apzīmējums ir kas vairāk nekā tīra un vienkārša elementu kopsumma (šajā sakarā skat. iepriekš minēto spriedumu lieta *Kit Pro* un *Kit Super Pro*, 29. punkts, un iepriekš minēto spriedumu lietā "Pudeļu forma", 40 punkts).

40 Konkrētāk runājot par attiecīgo formu, ir jākonstatē, ka no lietas dalībnieku visu tiesas sēdē sniegto dokumentu izvērtējuma izriet, ka elementu kombinācija ir patiešām specifiska un nav uzskatāma par kopīgu visai attiecīgajai preču grupai. Faktiski ir jānorāda, ka tilpnei, kuras reģistrācija ir pieteikta, ir dažas īpatnības, kas to atšķir no citām parasti tirgū lietotajām tilpnēm mazgāšanas un tīrīšanas līdzekļiem. Šajā sakarā ir jākonstatē, kā to norāda prasītāja, ka attiecīgā tilpne ir īpaši stūraina un ka šie stūri, malas un virsmas atgādina kristālu. Turklāt tilpne rada monolītu iespaidu, tā kā tilpnes korķis iekļaujas kopējā izskatā. Visbeidzot, tilpne ir īpaši plakana. Šī kombinācija tātad piešķir attiecīgajam flakonam īpašu un neparastu izskatu, kas pievērš attiecīgās sabiedrības daļas uzmanību un ļauj šai sabiedrībai,

kurai ir pastiprināta interese par attiecīgās preces iepakojumu, atšķirt reģistrācijas pieteikumā minētās preces no tām, kam ir cita komerciālā izcelsme [šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 6. marta spriedumu lietā T-128/01 *Daimler-Chrysler*/ITSB (*Calandre*), *Recueil*, II-701. lpp., 46. un 48. punkts, un iepriekš minēto spriedumu lietā "Pudeļu forma", 41. punkts].

41 Turklāt, ņemot vērā salīdzināmām precēm lietotās tilpnes, it īpaši prasītājas norādītos piemērus, ir jākonstatē, ka flakona baltais un caurspīdīgais aspekts neizvirza jautājumu par apzīmējuma, kura reģistrācija tika pieteikta, atšķirtspēju.

42 Kopumā ir jāatgādina, ka pietiek ar minimālu atšķirtspēju, lai absolūtais atteikuma pamats, kas paredzēts Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkts b) apakšpunktā, netiktu piemērots [skat. Pirmās instances tiesas 2002. gada 27. februāra spriedumu lietā T-34/00 *Eurocool Logistik*/ITSB (*EUROCOOL*), *Recueil*, II-683. lpp., 39. punkts, un šajā sakarā iepriekš minēto spriedumu lietā *Calandre*, 49. punkts]. Turklāt, kā tas arī iepriekš tika minēts, tā kā pieteikto preču zīmi veido īpašu elementu kombinācija, kas to atšķir no citām attiecīgajām precēm paredzētajām tirgū sastopamajām formām, līdz ar to ir jāuzskata, ka pieteiktajai preču zīmei, aplūkojot to visā kopumā, piemīt kā priekšnoteikums izvirzītā minimālā atšķirtspēja.

43 Turklāt ir jāatgādina, ka vienpadsmit no piecpadsmit dalībvalstīm, kas ietilpa Eiropas Kopienā reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas brīdī, neiebilda pret to, ka kā starptautiska preču zīme tiek reģistrēta identiska forma, ievērojot Madrides sistēmu attiecībā uz starptautisko preču zīmju reģistrāciju. Turklāt vienpadsmit dalībvalstīs, proti, Beļģijā, Dānijā, Vācijā, Spānijā, Francijā, Itālijā, Luksemburgā, Nīderlandē,

Austrijā, Portugālē un Somijā, šīs preču zīmes aizsardzība ir tāda pati kā tā, kas reģistrēta tieši attiecīgās valsts preču zīmju birojā.

44 Neapšaubāmi Apelāciju padome Apstrīdētajā lēmumā pareizi norādīja, ka ITSB ir jāveic neatkarīga pārbaude katrā atsevišķā gadījumā.

45 Faktiski, Kopienu preču zīmju tiesiskais regulējums ir autonoma sistēma, ko veido tiesību kopums un kam ir savi īpaši mērķi, tā kā tās piemērošana ir neatkarīga no visās valstīs pastāvošajām sistēmām [skat. Pirmās instances tiesas 2000. gada 5. decembra spriedumu lietā T-32/00 *Messe München*/ITSB (*electronica*), *Recueil*, II-3829. lpp., 47. punkts]. Līdz ar to tas, vai apzīmējums ir reģistrējams kā Kopienu preču zīme, ir izvērtējams tikai pamatojoties uz attiecīgo Kopienu regulējumu. Tādējādi ITSB un, ja nepieciešams, Kopienu tiesai nav saistoši dalībvalstu vai pat trešo valstu pieņemtie lēmumi, kas šī paša apzīmējuma reģistrējamās īpašības novērtē kā valsts preču zīmi (iepriekš minētais spriedums lietā "Kabatas lukturīšu forma", 41. punkts).

46 Tomēr dalībvalstīs jau reģistrētas preču zīmes veido elementus, kurus, pat tad, ja nav saistoši, var ņemt vērā, reģistrējot Kopienu preču zīmi [Pirmās instances tiesas 2000. gada 16. februāra spriedums lietā T-122/99 *Procter & Gamble*/ITSB (ziepju forma), *Recueil*, II-265. lpp., 61. punkts; 2001. gada 31. janvāra spriedums lietā T-24/00 *Sunrider*/ITSB (*VITALITE*), *Recueil*, II-449. lpp., 33. punkts, un 2001. gada 19. septembra spriedums lietā T-337/99 *Henkel*/ITSB ("Apaļa sarkana un balta tablete"), *Recueil*, II-2597. lpp., 58. punkts]. Tāpat minētā reģistrācija var būt izmantota par argumentu izvērtējot Kopienu preču zīmes reģistrācijas pieteikumu [Pirmās instances tiesas 2003. gada 26. novembra spriedums lietā T-222/02 *HERON Robotunits*/ITSB (*ROBOTUNITS*), *Recueil*, II-4995. lpp., 52. punkts].

47 Kā Pirmās instances tiesa minēja šī sprieduma 40. punktā, ir jānorāda, ka pieteiktā trīsdimensiju preču zīme ir neparasta un ļauj atšķirt attiecīgās preces no tām, kam ir cita komerciālā izcelsme. Šo apsvērumu apstiprina prasītājas šajā gadījumā pieteiktās identiskas formas preču zīmes reģistrācija vienpadsmit dalībvalstīs.

48 No visiem iepriekš izklāstītajiem apsvērumiem, neizvērtējot citus prasītājas argumentus, izriet, ka Apelāciju padome kļūdaini uzskatīja, ka pieteiktajai preču zīmei nav atšķirtspējas Regulas Nr. 40/94 7. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.

49 Līdz ar to prasītājas izvirzītais pamats ir dibināts un Apstrīdētais lēmums ir jāatceļ.

Par tiesāšanās izdevumiem

50 Atbilstoši Pirmās instances 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.

51 Tā kā ITSB spriedums ir nelabvēlīgs, tam jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar prasītājas prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (ceturtā palāta)

nospriež:

1) **atcelt Iekšējā tirgus saskaņošanas biroja (preču zīmes, paraugi un modeļi) Apelāciju ceturtās padomes 2002. gada 3. oktobra lēmumu (lietā R 313/2001-4);**

2) **piespriest atbildētājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.**

Legal Tiili Vilaras

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2004. gada 24. novembrī.

Sekretārs

H. Jung

Priekšsēdētājs

H. Legal