VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (piektā palāta)

2019. gada 20. septembrī*

Eiropas Savienības preču zīme – Iebildumu process – Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes "Idealogistic Compass Greatest care in getting it there" reģistrācijas pieteikums – Agrāka starptautiska grafiska preču zīme "IDÉA" – Relatīvs atteikuma pamats – Sajaukšanas iespēja – Regulas (ES) 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts

Lietā T-716/18

The Logistical Approach BV, Udena [*Uden*] (Nīderlande), ko pārstāv *R. Milchior* un *S. Charbonnel*, advokāti,

prasītāja,

pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (*EUIPO*), ko pārstāv *V. Ruzek*, pārstāvis,

atbildētājs,

otra procesa *EUIPO* Apelācijas padomē dalībniece, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā –

Idea Groupe, Bretaņas Montuāra [*Montoir de Bretagne*] (Francija), ko pārstāv *P. Langlais* un *C. Guyot*, *avocats*,

par prasību par *EUIPO* Apelācijas ceturtās padomes 2018. gada 21. septembra lēmumu lietā R 2062/2017-4 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Idea Groupe* un *The Logistical Approach*,

VISPĀRĒJĀ TIESA (piektā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs D. Gracijs [*D. Gratsias*], tiesneši I. Labucka (referente) un I. Uljoa Rubio [*I. Ulloa Rubio*],

sekretārs: I. Dragans [*I. Dragan*], administrators,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2018. gada 5. decembrī,

ņemot vērā *EUIPO* atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2019. gada 22. februārī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kurš Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2019. gada 20. februārī,

ņemot vērā rakstveida jautājumu, ko Vispārējā tiesa uzdevusi lietas dalībniekiem,

* Tiesvedības valoda – franču.

pēc 2019. gada 15. maija tiesas sēdes

pasludina šo spriedumu.

Spriedums [1]

[..]

Juridiskais pamatojums

13 Prasības pamatojumam prasītāja izvirza vienu pamatu, kas saistīts ar Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu. Tā apstrīd Apelācijas padomes vērtējumus attiecībā uz konkrēto sabiedrības daļu, pakalpojumu salīdzinājumu, apzīmējumu salīdzinājumu un sajaukšanas iespējas esamību.

[..]

Par konkrēto sabiedrības daļu

18 Saskaņā ar judikatūru, veicot sajaukšanas iespējas visaptverošu vērtējumu, ir jāņem vērā attiecīgās preču kategorijas samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs 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).

19 Konkrētajā lietā, tā kā agrākai preču zīmei ir starptautiskā reģistrācija, kas attiecināta uz Savienību, Apelācijas padome savā sajaukšanas iespējas izvērtējumā ir koncentrējusies uz Savienības angliski runājošās sabiedrības uztveri. Tā ir secinājusi, ka konkrēto sabiedrības daļu veido gan "vidusmēra patērētāji", gan profesionāļi speciālisti un ka plaša sabiedrība parasti izrāda vidēju uzmanības līmeni, savukārt profesionālā sabiedrības daļa var izrādīt augstu uzmanības līmeni.

20 Prasītāja pārmet Apelācijas padomei, ka tā esot uzskatījusi, ka konkrētā sabiedrības daļa ir "jaukta", proti, to veido gan plaša sabiedrība, gan profesionāļi, un ka tā neesot definējusi konkrēto sabiedrības daļu attiecībā uz katru no pakalpojumiem, sniedzot tikai dažus piemērus. It īpaši runājot par pakalpojumiem, kas aptverti ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, tā norāda, ka pakalpojumi "uz paliktņiem novietotu preču, tostarp multivides preču, pārkraušana; uz paliktņiem novietotu vai nenovietotu preču komplektēšanas pakalpojumi, vai nu sniedzot īpašus pakalpojumus, vai arī vispārīgus pakalpojumus; īpaša vai parasta izmēra nefasētu preču pārvadāšanas pakalpojumi (piemēram, mašīnas vai aprīkojums)" esot domāti tikai profesionālai sabiedrības daļai, savukārt pakalpojumi "drošības transports; ātrās piegādes pakalpojumi uz īpašiem galamērķiem; nosūtīšanas organizēšana preču atgriešanas mērķiem un konsultācijas transporta loģistikas jomā" attiecas gan uz plašu sabiedrību, gan profesionāļiem.

21 Attiecībā uz pakalpojumiem, kas aptverti ar agrāko preču zīmi, pakalpojumi "preču izkraušana no vagoniem, lidmašīnām, kuģiem un kravas automobiļiem; transportlīdzekļu vilkšana tauvā; transportlīdzekļu iznomāšana; elektroniski uzkrātu datu vai dokumentu fiziska uzglabāšana; ar rūpniecību un ostām saistītā loģistika; plūsmu vadīšana, stividora pakalpojumi un preču pārvadājumu organizēšana; transportlīdzekļu, kuģu un lidmašīnu fraktēšana; montāžas konveijeru apgāde un aeronavigācijas elementu pārvietošana" esot domāti tikai profesionālai sabiedrības daļai, savukārt

1 Ietverti tikai tie šī sprieduma punkti, kuru publicēšanu Vispārējā tiesa uzskata par lietderīgu.

pakalpojumi "pārvadājumi; preču iesaiņošana, glabāšana un uzglabāšana, informācija pārvadājumu jomā un preču iesaiņošanas un uzglabāšanas jomā, tranzīta pakalpojumi; autopārvadājumu un dzelzceļa pārvadājumu maršrutu plānojums; transportlīdzekļu vilkšana tauvā; transportlīdzekļu iznomāšana" ir domāti gan profesionāļiem, gan plašai sabiedrībai.

22 *EUIPO* norāda, ka prasītājas arguments esot neiedarbīgs, jo Apelācijas padome ir konstatējusi sajaukšanas iespējas esamību gan attiecībā uz plašai sabiedrībai paredzētajiem pakalpojumiem, gan profesionālai sabiedrības daļai, kas izrāda augstu uzmanības līmeni, paredzētajiem pakalpojumiem. Šo nostāju atbalsta arī persona, kas iestājusies lietā.

23 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka tam, kā attiecīgās preču vai pakalpojumu kategorijas vidusmēra patērētājs uztver preču zīmes, ir izšķiroša nozīme sajaukšanas iespējas visaptverošajā vērtējumā (skat. spriedumu, 2007. gada 26. aprīlis, *Alcon*/ITSB, C-412/05 P, EU:C:2007:252, 59. punkts un tajā minētā judikatūra).

24 Tāpat saskaņā ar šā sprieduma 18. punktā minēto judikatūru konkrētās sabiedrības daļas uzmanības līmenis var mainīties atkarībā no attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem. Šis uzmanības līmenis ietekmē tostarp apzīmējumu uztveri.

25 No tā izriet, ka konkrētās sabiedrības daļas definīcijai un tās uzmanības līmenim attiecībā uz katru pakalpojumu vai pakalpojumu kategoriju ir būtiska nozīme sajaukšanas iespējas vērtējumā.

26 Kā norāda prasītāja, konkrētajā gadījumā Apelācijas padome ir uzskatījusi, ka attiecīgie pakalpojumi ir paredzēti plašai sabiedrībai un speciālistiem, un sniegusi tikai plašai sabiedrībai domāto pakalpojumu piemērus, t.i., "ātrās piegādes pakalpojumi uz īpašiem galamērķiem" vai "nosūtīšanas organizēšana preču atgriešanas mērķiem". Rīkojoties šādi, tā ir definējusi konkrēto sabiedrības daļu attiecībā uz konkrētajiem pakalpojumiem vispārīgā veidā. Tā tomēr nav identificējusi tos pakalpojumus, kas ir paredzēti tikai profesionāļiem, kuri izrāda augstu uzmanības līmeni, un tos pakalpojumus, kas ir paredzēti gan profesionāļiem, gan plašai sabiedrībai, kura izrāda vidēju uzmanības līmeni.

27 Ir taisnība, ka, ņemot vērā, kā to apgalvo *EUIPO*, ka apstrīdētā lēmuma 56. un 57. punktā Apelācijas padome ir secinājusi, ka sajaukšanas iespēja pastāv gan attiecībā uz pakalpojumiem, kas paredzēti vienlaikus profesionāļiem un plašai sabiedrībai, gan pakalpojumiem, kas domāti tikai profesionāļiem, tā varēja procesuālās ekonomijas apsvērumu dēļ neidentificēt vidusmēra patērētāju attiecībā uz katru konkrēto pakalpojumu.

28 Tomēr šī pieeja ir saderīga ar tostarp no šā sprieduma 18. un 23. punktā minētās judikatūras izrietošajiem principiem tikai tad, ja Apelācijas padomes secinājumā, saskaņā ar kuru sajaukšanas iespēja pastāv gan attiecībā uz pakalpojumiem, kas paredzēti sabiedrībai, kuru veido vienlaikus plaša sabiedrība ar vidēju uzmanības līmeni un profesionāļi ar augstu uzmanības līmeni, gan pakalpojumiem, kas domāti tikai profesionāļiem, nav pieļauta kļūda.

29 Turpretim, ja šā sprieduma 28. punktā minētajā Apelācijas padomes secinājumā ir pieļauta kļūda tādā ziņā, ka sajaukšanas iespēja pastāv tikai attiecībā uz kādu vienu no attiecīgajām sabiedrības daļām, būtu jāapmierina šis prasītājas iebildums un, pamatojoties uz to, jāatceļ apstrīdētais lēmums. Šī iebilduma atbilstība tātad ir atkarīga no apstrīdētā lēmuma 56. un 57. punktā izteiktā Apelācijas padomes secinājuma pamatotības, kas tiks pārbaudīta turpmāk.

Par pakalpojumu salīdzinājumu

30 Izskatāmajā lietā Apelācijas padome apstrīdētā lēmuma 25.–32. punktā ir uzskatījusi, ka konkrētie pakalpojumi ir identiski. Prasītāja apstrīd šos apgalvojumus. Tomēr šajā stadijā procesuālās ekonomijas apsvērumu dēļ ir jābalstās uz pieņēmumu, ka ar konfliktējošajām preču zīmēm aptvertie pakalpojumi ir

identiski. Tieši sajaukšanas iespējas novērtēšanas ietvaros būtu jāpārbauda, vai, balstoties uz šo premisu, Apelācijas padomes secinājums attiecībā uz šīs iespējas esamību ir pareizs (skat. šā sprieduma 65.–70. punktu).

[..]

Par sajaukšanas iespējas esamību

[..]

63 Konkrētajā gadījumā Apelācijas padome ir norādījusi, ka attiecīgie pakalpojumi ir identiski un ka starp attiecīgajiem apzīmējumiem, lai gan tajos ir novērojamas atšķirības, pastāv neliela līdzības pakāpe vizuālā, fonētiskā un konceptuālā ziņā, ņemot vērā tiem kopīgu elementu "idea". Tā ir secinājusi, ka aplūkojamajā gadījumā pastāv sajaukšanas iespēja Regulas 2017/1001 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē gan attiecībā uz plašai sabiedrībai paredzētajiem pakalpojumiem, gan profesionālai sabiedrības daļai domātiem pakalpojumiem, jo profesionālai sabiedrības daļai – tāpat kā plašai sabiedrībai – tikai reti ir iespēja tieši salīdzināt dažādas preču zīmes un tai ir jāuzticas nepilnīgam attēlam, ko tā ir saglabājusi atmiņā.

64 Attiecībā uz agrākās preču zīmes atšķirtspēju Apelācijas padome sajaukšanas iespējas visaptveroša vērtējuma mērķiem ir noteikusi, ka tā ir parasta, neizvērtējot personas, kas iestājusies lietā, argumentus par paaugstinātu atšķirtspēju intensīvas izmantošanas tirgū dēļ. Proti, Apelācijas padome uzskatīja, ka ar vidējo atšķirtspēju pietiek, lai secinātu, ka konkrētajā gadījumā pastāv sajaukšanas iespēja.

65 Aplūkojamajā lietā starp konkrētajiem apzīmējumiem ir neliela līdzības pakāpe vizuālā, fonētiskā, un konceptuālā ziņā (skat. šā sprieduma 49., 56. un 61. punktu). Starp faktoriem, kas ņemami vērā, vērtējot sajaukšanas iespēju, ir arī uzmanības līmenis, kuru konkrētā sabiedrības daļa izrāda attiecībā uz attiecīgajiem pakalpojumiem. Konkrētajā gadījumā Apelācijas padome ir uzskatījusi, ka daļa no pakalpojumiem ir paredzēti vienīgi profesionālai sabiedrības daļai, kurai ir augsts uzmanības līmenis un kas veltī noteiktu laiku, lai izpētītu konfliktējošās preču zīmes.

66 Ja tiktu pieņemts, ka konkrētie pakalpojumi ir identiski, kā to uzskatījusi Apelācijas padome (skat. šā sprieduma 30. punktu), un ņemot vērā agrākās preču zīmes parasto atšķirtspēju (skat. šā sprieduma 64. punktu), Apelācijas padomei bija jāizslēdz sajaukšanas iespējas esamība – vismaz attiecībā uz pakalpojumiem, kas paredzēti tikai profesionālai sabiedrības daļai, kura izrāda augstu uzmanības līmeni. Proti, ņemot vērā augsto izmanības līmeni konkrēto pakalpojumu izvēlē un to, ka starp attiecīgajiem apzīmējumiem ir neliela līdzības pakāpe, tostarp tāpēc, ka to struktūras atšķiras – un šo apstākli īpaši uzmanīga sabiedrība noteikti pamanīs –, nevar pastāvēt sajaukšanas iespēja attiecībā uz šo pakalpojumu komerciālo izcelsmi.

67 Šajā ziņā ir jānorāda, ka pretēji tam, ko Apelācijas padome apgalvojusi apstrīdētā lēmuma 57. punktā, apstāklis, ka profesionāļiem tikai reti ir iespēja tieši salīdzināt dažādas preču zīmes un ka tiem ir jāuzticas nepilnīgam attēlam, ko tie ir saglabājuši atmiņā, nevar likt secināt, ka aplūkojamo preču zīmju attēlu konkrētajā gadījumā lielā mērā nosaka tām kopīgs elements "idea".

68 Proti, lai gan elements "idea" ir iekļauts vienā no dominējošajiem reģistrācijai pieteiktās preču zīmes elementiem un tas ir atšķirtspējīgs elements agrākajā preču zīmē, profesionāļi to neuzskatīs par vienīgo elementu, kas ļauj identificēt konkrētās preču zīmes.

69 Līdz ar to ir jāapmierina šis prasības pamats attiecībā uz ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertajiem pakalpojumiem, kas paredzēti tikai profesionālai sabiedrības daļai.

70 Tomēr, tā kā konkrētajā gadījumā Apelācijas padome izsmeļoši nav identificējusi pakalpojumus, kas adresēti tikai profesionāļiem, kuri izrāda augstu uzmanības līmeni, un pakalpojumus, kas adresēti gan profesionāļiem, gan plašai sabiedrībai, kura izrāda vidēju uzmanības līmeni (skat. šā sprieduma 26. punktu), ir jāapmierina šis prasības pamats kopumā un ir pilnībā jāatceļ apstrīdētais lēmums.

[..]

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (piektā palāta)

nospriež:

1) Atcelt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas ceturtās padomes 2018. gada 21. septembra lēmumu lietā R 2062/2017-4.

2) *EUIPO* un *Idea Groupe* sedz savus tiesāšanās izdevumus, kā arī katrs sedz pusi *The Logistical Approach BV* tiesāšanās izdevumu.

Gratsias Labucka Ulloa Rubio

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2019. gada 20. septembrī.

[Paraksti]