Сборник съдебна практика

РЕШЕНИЕ НА ОБЩИЯ СЪД (пети състав)

20 септември 2019 година*

„Марка на Европейския съюз — Производство по възражение — Заявка за фигуративна марка на Европейския съюз „Idealogistic Compass Greatest care in getting it there“ — По-ранна международна фигуративна марка „IDÉA“ — Относително основание за отказ — Вероятност от объркване — Член 8, параграф 1, буква б) от Регламент (ЕС) 2017/1001“

По дело T-716/18

The Logistical Approach BV, установено в Йоден (Нидерландия), за което се явяват R. Milchior и S. Charbonnel, адвокати,

жалбоподател,

срещу

Служба на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO), за която се явява V. Ruzek, в качеството на представител,

ответник,

като другата страна в производството пред апелативния състав на EUIPO, встъпила в производството пред Общия съд, е

Idea Groupe, установено в Монтоар дьо Бретан (Франция), за което се явяват P. Langlais и C. Guyot, адвокати,

с предмет жалба срещу решението на четвърти апелативен състав на EUIPO от 21 септември 2018 г. (преписка R 2062/2017-4) относно производство по възражение между Idea Groupe и The Logistical Approach,

ОБЩИЯТ СЪД (пети състав),

състоящ се от: D. Gratsias, председател, I. Labucka (докладчик) и I. Ulloa Rubio, съдии,

секретар: I. Dragan, администратор,

предвид жалбата, подадена в секретариата на Общия съд на 5 декември 2018 г.,

предвид писмения отговор на EUIPO, подаден в секретариата на Общия съд на 22 февруари 2019 г.,

* Език на производството: френски.

предвид писмения отговор на встъпилата страна, подаден в секретариата на Общия съд на 20 февруари 2019 г.,

предвид писмения въпрос на Общия съд до страните,

след съдебното заседание от 15 май 2019 г.,

постанови настоящото

Решение [1]

[…]

От правна страна

13 В подкрепа на жалбата си жалбоподателят изтъква само едно основание, изведено от нарушение на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент 2017/1001. Той оспорва преценката на апелативния състав относно съответните потребители, сравнението на услугите, сравнението на знаците и наличието на вероятност от объркване.

[…]

По съответните потребители

18 Съгласно съдебната практика в рамките на общата преценка на вероятността от объркване следва да се вземе предвид средният потребител на съответната категория стоки, който е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен. Следва да се вземе предвид и фактът, че степента на внимание на средния потребител може да е различна в зависимост от категорията разглеждани стоки или услуги (вж. решение от 13 февруари 2007 г., Mundipharma/СХВП — Altana Pharma (RESPICUR), T-256/04, EU:T:2007:46, т. 42 и цитираната съдебна практика).

19 В конкретния случай и доколкото по-ранната марка е посочваща Съюза международна регистрация, апелативният състав съсредоточава анализа си относно вероятността от объркване върху възприемането от страна на англоезичните потребители в Съюза. Апелативният състав приема, че съответните потребители се състоят както от „средни потребители“, така и от специалисти професионалисти, и че широкият кръг потребители обикновено проявява средна степен на внимание, докато професионалните потребители по-скоро проявяват висока степен на внимание.

20 Жалбоподателят упреква апелативния състав за това, че е приел, че съответните потребители са „смесени“, съставени както от широкия кръг потребители, така и от професионалисти, и че не е определил съответните потребители за всяка от услугите, като е дал само някои примери. По-специално, що се отнася до услугите, обхванати от заявената марка, той изтъква, че услугите за „товаро-разтоварване на палетизирани стоки, включително мултимедия; услуги по групиране за палетизирани и непалетизирани стоки, както в рамките на специализирани услуги, така и в рамките на глобализирани услуги; услуги по транспортиране на стоки със специален размер и в ненасипно състояние (например машина или оборудване)“, са предназначени единствено за професионалните потребители, докато услугите „транспорт под охрана, услуги по експресно

1 Възпроизвеждат се само точките от настоящото съдебно решение, които Общият съд счита за уместно да публикува.

разнасяне до определени местоназначения, организиране на връщането на стоки и консултантска дейност в областта на товарната логистика“ се отнасят както за широкия кръг потребители, така и за професионалистите.

21 Що се отнася до услугите, обхванати от по-ранната марка, услугите „разтоварване на стоки от вагони, самолети, кораби и камиони; теглене; отдаване под наем на превозни средства; материално съхраняване на носители на данни или на електронно съхранени документи; промишлена и пристанищна логистика, управление на потоци, обработка и превоз на стоки; наемане на превозни средства, кораби и самолети за превоз на стоки; снабдяване на линии за комплектоване и поддържка с авиационни компоненти“ били предназначени само за професионалните потребители, докато услугите „транспорт, пакетиране, съхранение и складиране на стоки, информация във връзка с транспорта и във връзка с пакетирането и складирането на стоки, спедиторски услуги; превоз по суша и железопътен превоз на стоки; теглене, отдаване под наем на превозни средства“, се отнасяли както за професионалистите, така и за широкия кръг потребители.

22 EUIPO изтъква, че доводът на жалбоподателя е неотносим, тъй като апелативният състав е приел наличието на вероятност от объркване както за услугите, предназначени за широкия кръг потребители, така и за услугите, предназначени за професионалните потребители, проявяващи висока степен на внимание. Този подход се подкрепя и от встъпилата страна.

23 В това отношение следва да се припомни, че възприемането на марките от средния потребител на съответната категория стоки или услуги играе решаваща роля в цялостната преценка на вероятността от объркване (вж. решение от 26 април 2007 г., Alcon/СХВП, C-412/05 P, EU:C:2007:252, т. 59 и цитираната съдебна практика).

24 Освен това съгласно цитираната в точка 18 по-горе съдебна практика степента на внимание на съответните потребители може да се променя в зависимост от разглежданите стоки или услуги. Тази степен на внимание оказва влияние по-специално върху възприемането на знаците.

25 От това следва, че определянето на съответните потребители и на степента им на внимание за всяка услуга или категория услуги е от съществено значение при преценката на вероятността от объркване.

26 Впрочем, както изтъква жалбоподателят, в конкретния случай апелативният състав е приел, че разглежданите услуги са предназначени за широкия кръг потребители и за специалистите, като е дал само примери за услуги, предназначени за широкия кръг потребители, а именно „услугите по експресно разнасяне до определени местоназначения“ или „организиране на връщането на стоки“. По този начин той е определил съответните потребители на разглежданите услуги по общ начин. Той обаче не е посочил кои са услугите, които се отнасят единствено за професионалистите, проявяващи висока степен на внимание, и кои услуги са предназначени както за професионалистите, така и за широкия кръг потребители, които проявяват средна степен на внимание.

27 Несъмнено, тъй като, както поддържа EUIPO, апелативният състав е приел в точки 56 и 57 от обжалваното решение, че съществува вероятност от объркване както за услугите, предназначени едновременно за професионалистите и за широкия кръг потребители, така и за услугите, предназначени само за професионалистите, за него е било възможно — по съображения за процесуална икономия — да не идентифицира средния потребител за всяка разглеждана услуга.

28 Този подход обаче е съвместим с принципите, които произтичат по-специално от цитираната в точки 18 и 23 по-горе съдебна практика, само в случай че заключението на апелативния състав, че вероятността от объркване съществува както за услугите, които са предназначени за потребители, съставени едновременно от широк кръг потребители, проявяващи средна степен

на внимание, и от професионални потребители, проявяващи висока степен на внимание, така и за услугите, които са предназначени единствено за професионалните потребители, не е опорочено от грешка.

29 Ако посоченото в точка 28 по-горе заключение на апелативния състав обаче е неправилно, тъй като вероятността от объркване съществува само за едни от разглежданите потребители, настоящото оплакване на жалбоподателя следва да се уважи и на това основание да се отмени обжалваното решение. Ето защо относимостта на настоящото оплакване зависи от основателността на заключението на апелативния състав, изложено в точки 56 и 57 от обжалваното решение, която ще бъде разгледана по-долу.

По сравнението на услугите

30 В случая апелативният състав приема в точки 25—32 от обжалваното решение, че разглежданите услуги са идентични. Жалбоподателят оспорва тези твърдения. На този етап обаче по съображения за процесуална икономия следва да се стъпи на предположението, че услугите, обхванати от конфликтните марки, са идентични. Именно в рамките на преценката за наличие на вероятност от объркване следва да се провери дали, основавайки се на това предположение, заключението на апелативния състав за наличието на тази вероятност е валидно (вж. т. 65—70 по-долу).

[…]

По наличието на вероятност от объркване

[…]

63 В случая апелативният състав изтъква, че разглежданите услуги са идентични и че разглежданите знаци, макар и да имат разлики, имат ниска степен на сходство във визуално, фонетично и концептуално отношение поради общия им елемент „idea“. Той стига до заключението, че в конкретния случай съществува вероятност от объркване по смисъла на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент 2017/1001 както за услугите, предназначени за широк кръг потребители, така и за услугите, предназначени за професионалните потребители, доколкото последните, подобно на широкия кръг потребители, само рядко имат възможност да направят пряко сравнение между различните марки, а трябва да се доверят на техния несъвършен образ, останал в паметта им.

64 Що се отнася до отличителния характер на по-ранната марка, апелативният състав приема, за целите на общата преценка на вероятността от объркване, че той е нормален, без да разгледа доводите на встъпилата страна относно засиления отличителен характер вследствие интензивно използване на пазара. Всъщност апелативният състав преценява, че средната степен на отличителност е достатъчна, за да се приеме, че в настоящия случай е налице вероятност от объркване.

65 В случая разглежданите знаци имат ниска степен на сходство във визуално, фонетично и концептуално отношение (вж. т. 49, 56 и 61 по-горе). Сред факторите, които трябва да се вземат предвид при преценката на вероятността от объркване, фигурира по-специално степента на внимание, която съответните потребители проявяват по отношение на разглежданите услуги. В конкретния случай апелативният състав обаче е приел, че част от услугите са насочени единствено към професионалните потребители, които имат висока степен на внимание и отделят време да проучат конфликтните марки.

66 Дори да се предположи, че разглежданите услуги са идентични, както е приел апелативният състав (вж. т. 30 по-горе), и предвид нормалния отличителен характер на по-ранната марка (вж. т. 64 по-горе), апелативният състав е трябвало да изключи наличието на вероятност от объркване поне що се отнася до услугите, предназначени единствено за професионалните потребители, които проявяват висока степен на внимание. Всъщност поради високата степен на внимание при избора на разглежданите услуги и с оглед на ниската степен на сходство на разглежданите знаци, по-специално поради факта че структурите им са различни, което не ще убегне от вниманието на особено наблюдателни и съобразителни потребители, не може да има вероятност от объркване по отношение на търговския произход на тези услуги.

67 В това отношение следва да се отбележи, че обратно на изтъкнатото от апелативния състав в точка 57 от обжалваното решение, обстоятелството, че професионалистите рядко имат възможността да сравнят пряко различните марки, а трябва да се доверят на несъвършения образ, останал в паметта им, не може да води до заключението, че образът на разглежданите марки в настоящия случай се определя до голяма степен от общия им елемент „idea“.

68 Всъщност, макар елементът „idea“ да е включен в един от доминиращите елементи на заявената марка и да е отличителният елемент на по-ранната марка, той няма да бъде запомнен от професионалистите като единствения елемент, позволяващ да се идентифицират разглежданите марки.

69 Следователно настоящото основание трябва да се уважи по отношение на услугите, обхванати от заявената марка, които са предназначени изключително за професионалните потребители.

70 Тъй като в настоящия случай апелативният състав обаче не е определил изчерпателно кои услуги са предназначени единствено за професионалистите, проявяващи висока степен на внимание, и кои услуги са предназначени както за професионалистите, така и за широкия потребители, проявяващи средна степен на внимание (вж. т. 26 по-горе), настоящото основание следва да се уважи изцяло и обжалваното решение да се отмени в неговата цялост.

[…]

По изложените съображения

ОБЩИЯТ СЪД (пети състав),

реши:

1) Отменя решението на четвърти апелативен състав на Службата на Европейския съюз за интелектуална собственост (EUIPO) от 21 септември 2018 г. (преписка R 2062/2017-4).

2) EUIPO и Idea Groupe понасят направените от тях съдебни разноски, както и, всяко от тях, половината от съдебните разноски, направени от The Logistical Approach BV.

Gratsias Labucka Ulloa Rubio

Обявено в открито съдебно заседание в Люксембург на 20 септември 2019 година.

Подписи