SODBA SODIŠČA PRVE STOPNJE (tretji senat)

z dne 18. junija 2008 *

V zadevi T-175/06,

The Coca-Cola Company, s sedežem v Atlanti, Georgia (Združene države), ki jo zastopata E. Armijo Chávarri in A. Castán Pérez-Gómez, odvetnika,

tožeča stranka,

proti

Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (UUNT), ki ga zastopata O. Montalto in L. Rampini, zastopnika,

tožena stranka,

druga stranka v postopku pred odborom za pritožbe UUNT, intervenientka pred Sodiščem prve stopnje, je

* Jezik postopka: italijanščina.

San Polo Srl, s sedežem v Montalcinu (Italija), ki jo zastopata G. Casucci in F. Luciani, odvetnika,

katere predmet je tožba zoper odločbo prvega odbora za pritožbe UUNT z dne 5. aprila 2006 (zadeva R 99/2005-1) v zvezi s postopkom z ugovorom med The Coca-Cola Company in San Polo Srl,

SODIŠČE PRVE STOPNJE
EVROPSKIH SKUPNOSTI (tretji senat),

v sestavi J. Azizi (poročevalec), predsednik, E. Cremona, sodnica, in S. Frimodt Nielsen, sodnik,

sodni tajnik: J. Palacio González, glavni administrator,

na podlagi tožbe, vložene v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 29. junija 2006,

na podlagi odgovora na tožbo UUNT, vloženega v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 5. februarja 2007,

na podlagi odgovora na tožbo, ki ga je intervenientka vložila v sodnem tajništvu Sodišča prve stopnje 25. januarja 2007,

na podlagi obravnave z dne 22. januarja 2008,

izreka naslednjo

Sodbo

Dejansko stanje

1 Intervenientka, družba Azienda Agricola San Polo Exe Srl, ki je postala San Polo Srl, je 31. maja 2001 pri Uradu za usklajevanje na notranjem trgu (znamke in modeli) (v nadaljevanju: UUNT) vložila prijavo znamke Skupnosti na podlagi Uredbe Sveta (ES) št. 40/94 z dne 20. decembra 1993 o znamki Skupnosti (UL 1994, L 11, str. 1), kot je bila spremenjena.

2 Znamka, za katero se zahteva registracija, je ta figurativna znamka:



3 Proizvodi, za katere se zahteva registracija znamke, spadajo v razred 33 Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk z dne 15. junija 1957, v revidirani in spremenjeni obliki, in ustrezajo opisu „Vina“.

4 Prijava znamke Skupnosti je bila objavljena v *Biltenu znamk Skupnosti* št. 110/2001 z dne 24. decembra 2001.

5 Tožeča stranka, družba The Coca-Cola Company, je 25. marca 2002 na podlagi členov 8(1)(b) in (5) Uredbe št. 40/94 vložila ugovor zoper registracijo prijavljene znamke.

6 Ta ugovor je temeljil na podlagi verjetnosti zmede med prijavljeno znamko in temi prejšnjimi pravicami:

– besedno znamko MEZZO, registrirano 28. novembra 1973 v Avstriji, ki označuje proizvode „pivo, ale in temno pivo; mineralne vode in sodavice ter druge brezalkoholne pijače; sirupi in drugi pripravki za proizvodnjo pijač“ iz razreda 32,

– besedno znamko MEZZOMIX, registrirano 5. marca 1975 v Nemčiji, ki označuje proizvode „mešane pijače iz limonade“ iz razreda 32.

7 Z odločbo z dne 30. novembra 2004 je oddelek za ugovore ugodil ugovoru, ker je obstajala verjetnost zmede med prijavljeno znamko in avstrijsko znamko MEZZO glede na celoten vtis podobnosti med zadevnima znakoma in na določene podobnosti med zadevnimi vrstami piva in vina. Oddelek za ugovore je menil, da taka ocena zadostuje za zavrnitev registracije znamke in da zato ni treba preučiti ugovora, vloženega na podlagi nemške znamke MEZZOMIX in njenega domnevnega ugleda.

8 Intervenientka je na podlagi členov od 57 do 62 Uredbe št. 40/94 27. januarja 2005 pri UUNT vložila pritožbo zoper odločbo oddelka za ugovore.

9 Prvi odbor za pritožbe je z odločbo z dne 5. aprila 2006 (v nadaljevanju: izpodbijana odločba) ugodil zahtevku intervenientke in razveljavil odločbo oddelka za ugovore.

Glede na stališče odbora za pritožbe med zadevnimi znamkami ni bilo verjetnosti zmede v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94. Poleg tega je odbor za pritožbe menil, da je treba zadevo vrniti v obravnavo oddelku za ugovore, ker se ta v svoji odločbi ni izrekel o uporabi člena 8(5) Uredbe št. 40/94.

Predlogi

10 Tožeča stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

– sprejme tožbo in njene priloge,

– ugotovi, da je bila tožba zoper izpodbijano odločbo vložena pravočasno in v ustrezni obliki,

– razveljavi izpodbijano odločbo,

– toženi stranki naloži plačilo stroškov.

11 Tožena stranka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

– tožbo zavrne,

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

12 Intervenientka Sodišču prve stopnje predlaga, naj:

– tožbo zavrne,

– tožeči stranki naloži plačilo stroškov.

Temelj

1. *Uvodne ugotovitve*

13 Tožeča stranka je na obravnavi potrdila, da se je v podporo svoji tožbi sklicevala le na tožbeni razlog kršitve člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94.

14 V zvezi s tem je treba poudariti, da se v skladu s členom 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 na ugovor imetnika prejšnje znamke zavrne registracija znamke, če zaradi njene enakosti ali podobnosti s prejšnjo znamko in zaradi enakosti ali podobnosti proizvodov ali storitev, ki jih znamki označujeta, obstaja verjetnost zmede v javnosti na območju, kjer je varovana prejšnja znamka. Verjetnost zmede pomeni verjetnost povezovanja s prejšnjo znamko.

15 Poleg tega je treba na podlagi člena 8(2)(a)(ii) Uredbe št. 40/94 za prejšnje znamke šteti znamke, ki so prijavljene v eni državi članici z datumom vložitve, starejšim od datuma prijave znamke Skupnosti.

16 V skladu z ustaljeno sodno prakso zato obstaja verjetnost zmede, ko javnost lahko verjame, da zadevni proizvodi ali storitve izhajajo iz istega podjetja ali glede na okoliščine primera iz ekonomsko povezanih podjetij (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 9. julija 2003 v zadevi Laboratorios RTB proti UUNT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, str. II-2821, točka 30 in navedena sodna praksa).

17 V skladu s to sodno prakso je treba obstoj verjetnosti zmede presojati celovito v skladu s tem, kako upoštevna javnost zaznava znake in zadevne proizvode, in ob upoštevanju vseh dejavnikov, ki se nanašajo na okoliščine primera, zlasti na soodvisnost med podobnostjo znakov in podobnostjo proizvodov ali storitev, ki jih ti označujejo (glej zgoraj v točki 16 navedeno sodbo GIORGIO BEVERLY HILLS, točke od 31 do 33 in navedena sodna praksa).

18 Poleg tega mora v skladu s sodno prakso celovita presoja verjetnosti zmede glede vidne, slišne in pojmovne podobnosti zadevnih znakov temeljiti na njihovem splošnem vtisu ob upoštevanju zlasti njihovih razlikovalnih in prevladujočih elementov (sklep Sodišča z dne 28. aprila 2004 v zadevi Matratzen Concord proti UUNT, C-3/03 P, Recueil, str. I-3657, točka 29; glej po analogiji sodbi Sodišča z dne 11. novembra 1997 v zadevi SABEL, C-251/95, Recueil, str. I-6191, točka 23, in z dne 22. junija 1999 v zadevi Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, str. I-3819, točka 25).

19 Treba pa je dokazati, tudi če bi šlo za enakost z znamko, katere razlikovalni učinek je še posebej močan, da so si označeni proizvodi ali storitve podobni, saj je enakost ali podobnost označenega blaga ali storitev predpostavka za verjetnost zmede v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 (sklep Sodišča z dne 9. marca 2007 v zadevi Alecansan proti UUNT, C-196/06 P, še neobjavljena v ZOdl., točka 24; glej po analogiji sodbo

Sodišča z dne 29. septembra 1998 v zadevi Canon, C-39/97, Recueil, str. I-5507, točka 22).

20 Glede na ta načela je treba presoditi trditve strank.

21 Preden pa Sodišče prve stopnje opravi to presojo, poudarja, da sta prejšnji znamki, na katerih temelji ugovor, registrirani v Avstriji in Nemčiji ter označujeta proizvode za tekočo potrošnjo. Torej, kot je pravilno presodil odbor za pritožbe in česar stranki nista izpodbijali, je ciljna javnost, glede na katero je treba opraviti presojo verjetnosti zmede, povprečni potrošnik iz teh držav članic (glej v tem smislu zgoraj v točki 16 navedeno sodbo GIORGIO BEVERLY HILLS, točka 34). Presoja pomena zadevnih znamk mora zato upoštevati kontekst uporabe nemškega jezika.

2. *Primerjava zadevnih znakov*

Trditve strank

22 Tožeča stranka meni, da vidna podobnost med spornimi znamkami gotovo obstaja, saj je element „mezzo“ sestavni del njenih prejšnjih znamk in je tudi prvi element prijavljene znamke MEZZOPANE. V zvezi s tem opozarja na sodno prakso, na katero se sklicuje izpodbijana odločba, v skladu s katero potrošnik običajno osredotoči pozornost na prvi del razlikovalnega znaka (sodba Sodišča prve stopnje z dne 17. marca 2004 v združenih zadevah El Corte Inglés proti UUNT – González Cabello in Iberia Líneas Aéreas de España (MUNDICOR), T-183/02 in T-184/02, Recueil, str. II-965, točka 83).

23 Tožeča stranka poleg tega meni, da ima element „mezzo“ posebej privlačno zunanjo podobo zaradi dveh črk „z“, razporejenih v sredini besede. V prijavljeni znamki naj bi bila ta zunanja podoba besednega elementa poudarjena z okvirjem v obliki zelo tanke črte, ki ji daje videz etikete.

24 Nazadnje tožeča stranka poudarja, da so vse tri zadevne znamke zapisane enako, brez posebnosti v grafični predstavitvi, modelu ali pisavi.

25 Glede slišne podobnosti tožeča stranka meni, da liho število zlogov zadevnih znamk ne ovira slišne podobnosti. Po njenem mnenju obstajajo očitne glasovne podobnosti, če se upošteva enakost izgovarjave in ritma dveh zaporednih zlogov prijavljene znamke („mez“ in „zo“) in dveh zaporednih zlogov avstrijske znamke („mez“ in „zo“). Po mnenju tožeče stranke ti poudarki veljajo tudi za primerjavo med njeno znamko MEZZOMIX in prijavljeno znamko MEZZOPANE. Tožeča stranka nazadnje poudarja, da je pri nemški izgovarjavi teh dveh znakov pri obeh poudarek na prvem zlogu. Zaradi posebne zvočnosti, ki je vezana na črki „z“, bo element „mezzo“ prevladal nad besednim elementom „pane“ ali „mix“.

26 Tožeča stranka se glede pojmovne podobnosti strinja z odborom za pritožbe, da zadevni znaki v nemščini nimajo pomena. Ta vidik naj zato ne bi prispeval k razlikovanju zadevnih znamk.

27 Tožeča stranka poleg tega poudarja, da je že bilo razsojeno, da kadar je bil eden od dveh izrazov, ki je tvoril besedno znamko, na vidni in slušni ravni enak edinemu izrazu, ki je tvoril prejšnjo besedno znamko, in kadar ta izraza, skupaj ali ločeno, za upoštevno javnost nista imela nobenega pomena na pojmovni ravni, sta zadevni znamki, obravnavani vsaka zase kot celota, navadno veljali za podobni (sodbi Sodišča prve stopnje z dne 25. novembra 2003 v zadevi Oriental Kitchen proti UUNT – Mou Dybfrost (KIAP MOU), T-286/02, Recueil, str. II-4953, točka 39, in z dne 4. maja 2005 v zadevi Reemark proti UUNT – Bluenet (Westlife), T-22/04,

ZOdl., str. II-1559, točke od 37 do 40). Tako naj bi ta sodna praksa potrdila podobnost med znamkama MEZZO in MEZZOPANE.

28 Tožena stranka in intervenientka spodbijata navedbe, da naj bi odbor za pritožbe napravil napake pri presoji podobnosti in razlik med zadevnimi znamkami.

Presoja Sodišča prve stopnje

Uvod

29 Ob upoštevanju sodne prakse, navedene v točki 18, je treba preveriti, ali je splošni vtis zadevnih znakov na vidni, slišni in pojmovni ravni s strani odbora za pritožbe napačen.

Vidna podobnost

30 Odbor za pritožbe je glede vidne podobnosti menil, da so med zadevnimi znamkami obstajale podobnosti in razlike. Po njegovem mnenju so bile podobnosti v izrazu „mezzo“, ki je ustrezal prejšnji avstrijski znamki in je bil hkrati prvi del prijavljene znamke MEZZOPANE in prejšnje nemške znamke MEZZOMIX. Odbor za pritožbe poudarja, da ob upoštevanju začetnega položaja izraza MEZZO ima ta večji pomen kot drugi del prijavljene znamke in kot preostanek nemške znamke. Glede vidnih

razlik pa je odbor za pritožbe menil, da pripona „pane“ prijavljene znamke naredi to znamko daljšo, kot je avstrijska znamka, in jo razlikuje od nemške znamke.

31 Sodišče prve stopnje meni, da je treba tej presoji pritrditi. Kar zadeva namreč primerjavo med prejšnjo nemško znamko MEZZOMIX in prijavljeno znamko MEZZOPANE je treba poudariti, da je bilo že razsojeno, da je potrošnik običajno osredotočil pozornost na prvi del besed (glej v tem smislu zgoraj v točki 22 omenjeno sodbo Sodišča prve stopnje MUNDICOR, točka 81, in sodbo z dne 16. marca 2005 v zadevi L'Oréal proti UUNT – Revlon (FLEXI AIR), T-112/03, ZOdl., str. I-949, točki 64 in 65). Vendar ta obrazložitev ni mogoča v vseh primerih (glej v tem smislu sodbi Sodišča prve stopnje z dne 6. julija 2004 v zadevi Grupo El Prado Cervera proti UUNT – Héritiers Debuschewitz (CHUFAFIT), T-117/02, ZOdl., str. II-2073, točka 48, in z dne 16. maja 2007 v zadevi Trek Bicycle proti UUNT – Audi (ALLTREK), T-158/05, neobjavljena v ZOdl., točka 70).

32 V obravnavanem primeru je res, da element „mezzo“ znamk MEZZOMIX in MEZZOPANE s svojim začetnim položajem ujame posebno pozornost upoštevnega potrošnika. Ta povečana pozornost pa ne pomeni, da ta upoštevni potrošnik ne zazna elementa „mix“ prejšnje nemške znamke, ki je beseda, poznana nemško govorečemu potrošniku, in elementa „pane“ prijavljene znamke MEZZOPANE.

33 Če je odbor za pritožbe pravilno ocenil, da je imel začetni položaj elementa „mezzo“ pomembnejši učinek kot ostanek prijavljene znamke, je zato prav tako pravilno ocenil, da priponi „pane“ prijavljene znamke in „mix“ prejšnje nemške znamke ti znamki razlikujeta.

34 Tudi kar zadeva primerjavo med prejšnjo avstrijsko znamko MEZZO in prijavljeno znamko MEZZOPANE Sodišče prve stopnje meni, da je treba priznati določeno podobnost med tem znamkama. Tako kot pri primerjavi med znamkama MEZZOMIX in MEZZOPANE je treba namreč ugotoviti, da element „mezzo“ s svojim začetnim položajem ujame posebno pozornost upoštevnega potrošnika.

Vendar pa je treba prav tako poudariti, da element „pane“ prijavljene znamke ločuje slednjo znamko od prejšnje avstrijske znamke MEZZO.

35 Tožeča stranka se sklicuje še na posebej privlačno zunanjo podobo elementa „mezzo“ zaradi dveh črk „z“, razporejenih v sredini znaka, na izpostavitev besednega elementa v prijavljeni znamki z okvirjem v obliki zelo tanke črte in na enako pisavo zadevnih znamk. Te ocene tožeče stranke so pravilne. Kljub temu Sodišče prve stopnje meni, da ne morejo postaviti pod vprašaj ocene odbora za pritožbe iz izpodbijane odločbe.

36 Natančneje, dve črki „z“, razporejeni v sredini izraza „mezzo“, sta v nemščini res neobičajni in zato povzročata vidno posebnost, ki lahko poudari podobnost med zadevnimi znamkami. Vendar ti črki ne zabrišeta razlik med zadevnimi znamkami ob upoštevanju končnice „pane“ prijavljene znamke. Kar zadeva izpostavitev besednega elementa „mezzopane“ z grafičnim elementom, je treba poudariti, da je izpodbijana odločba ta element upoštevala. Za razliko od razlage tožeče stranke ta izpostavitev besednega elementa ne omogoča ugotovitve, da obstaja med prijavljeno znamko MEZZOPANE in prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX večja podobnost, kot je tista, ki jo je ugotovil odbor za pritožbe. Čeprav etiketa z zelo tanko črto namreč izpostavlja izraz „mezzopane“, ta etiketa vendar istočasno ločuje prijavljeno znamko od prejšnjih znamk. Kar zadeva enoličnost zadevnih znamk zaradi njihove enake pisave Sodišče prve stopnje meni, da ta ne povzroča večje podobnosti, kot jo je ugotovil odbor za pritožbe. Ta podobnost namreč ne zabriše popolnoma razlik med zadevno znamko, če se upošteva okvir prijavljene znamke MEZZOPANE in razlike med izrazom „mezzopane“ ter izrazoma „mezzo“ in „mezzomix“ (glej zgoraj točke od 31 do 35).

37 Sodišče prve stopnje zato meni, da odbor za pritožbe ni napravil napake, s tem da je presodil, da so v obravnavani zadevi na vidni ravni obstajale hkrati podobnosti in razlike med prijavljeno znamko in prejšnjima znamkama. Iz tega sledi, da je treba ugotoviti, da obstaja povprečna vidna podobnost med prijavljeno znamko MEZZOPANE in prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX.

Slišna podobnost

38 Glede slišne podobnosti je odbor za pritožbe menil, da čeprav imajo zadevne znamke različno zlogovno zgradbo in torej različen zvočni ritem, so zvočno enake glede izraza „mezzo“.

39 Tej presoji odbora za pritožbe je treba pritrditi. Res je namreč, da so zadevne znamke enake, kar zadeva izraz „mezzo“. Vendar pa se prijavljena znamka MEZZOPANE razlikuje tako od prejšnje znamke MEZZO kot od prejšnje znamke MEZZOMIX glede na zlogovno zgradbo in zvočni ritem, ki se razlikujeta od prejšnjih znamk. Čeprav je treba poleg tega priznati, da bo upoštevni zadevni potrošnik pri izgovarjavi v nemščini poudaril prvi zlog zadevnih znakov, ta poudarek kljub temu ne zabriše slišnih razlik med prijavljeno znamko in prejšnjima znamkama zaradi zadnjih zlogov „pa“ in „ne“ prijavljene znamke. Zadnja zloga prijavljeni znamki dodata drugačen zvok v primerjavi s prejšnjo avstrijsko znamko. Poleg tega se zadnja zloga prijavljene znamke „pa“ in „ne“ razlikujeta od zadnjega zloga prejšnje nemške znamke „mix“.

40 Tožeča stranka kljub temu navaja, da bo s posebno zvočnostjo, ki je vezana na črki „z“, zvok „mezzo“ prevladal nad zaporedjem zvokov „pane“ in „mix“. Sodišče prve stopnje v zvezi s tem ocenjuje, da ni bilo dokazano, da dvojni „z“ v izrazu „mezzo“, vsaj v nemščini, v upoštevni javnosti daje temu izrazu posebno zvočnost. Očitek tožeče stranke, da bi bila posledica te zvočnosti, da bo upoštevna javnost štela, da zvok „mezzo“ prevlada v primerjavi z zaporedjem glasov „pane“ in „mix“, zato ni utemeljen.

41 Sodišče prve stopnje zato meni, da odbor za pritožbe ni napravil napake, s tem da je priznal, da so na slišni ravni obstajale hkrati podobnosti in razlike med prijavljeno znamko in prejšnjima znamkama. Iz tega sledi, da je treba ugotoviti, da obstaja

povprečna slišna podobnost med prijavljeno znamko MEZZOPANE in prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX.

Pojmovna podobnost

42 Odbor za pritožbe je ocenil, da spornih znakov ni bilo mogoče pojmovno primerjati, ker – gledano v celoti – niso imeli pomena.

43 V zvezi s tem je treba ugotoviti, da izrazi „mezzo“, „mezzomix“ in „mezzopane“ za upoštevno javnost nimajo posebnega pomena, ker ti izrazi v nemščini nič ne pomenijo. Tako ni mogoča pojmovna primerjava med prijavljeno znamko MEZZOPANE in prejšnjo znamko MEZZO ter to prijavljeno znamko in prejšnjo znamko MEZZOMIX. Slednje ocene ne more postaviti pod vprašaj okoliščina, na katero se sklicuje intervenientka, da upoštevna javnost lahko razume izraz „mix“, kot da označuje mešanico. Čeprav bi namreč upoštevna javnost lahko razumela izraz „mezzomix“, kot da označuje mešanico „mezzo“, vseeno drži, da izraz „mezzopane“ v nemščini nima pomena, tako da ne more biti podobnosti med prijavljeno znamko MEZZOPANE in prejšnjo znamko MEZZOMIX. To je toliko bolj res, ker izraz „mezzopane“ ne zajema le elementa „mezzo“, temveč tudi element „pane“, in ker noben od teh elementov, tudi če se obravnavata ločeno, v nemščini nima pojmovnega pomena.

Ugotovitev

44 Sodišče prve stopnje ob upoštevanju navedenih preudarkov meni, da je treba v okviru celovite presoje zadevnih znakov priznati, da so si povprečno podobni. Ne glede

na skupni element teh treh znakov, namreč izraz „mezzo“, se ti znaki razlikujejo v izrazih „mix“ prejšnje nemške znamke in „pane“ prijavljene znamke. Tehtanje med vsemi temi elementi pokaže povprečno podobnost med temi znaki.

45 Te ocene ne more postaviti pod vprašaj zakonodaja, na katero se sklicuje tožeča stranka, v skladu s katero velja, da kadar je pri prvi analizi eden od dveh izrazov, ki je tvoril besedno znamko, na vidni in slušni ravni enak edinemu izrazu, ki je tvoril prejšnjo besedno znamko, in kadar ta izraza, skupaj ali ločeno, za upoštevno javnost nimata nobenega pomena na pojmovni ravni, zadevni znamki, obravnavani vsaka zase kot celota, navadno veljata za podobni v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94 (zgoraj v točki 27 navedeni sodbi KIAP MOU, točka 39, in Westlife, točka 37).

46 Sodišče prve stopnje najprej opozarja, da uporaba te sodne prakse lahko privede le do prve analize. Ta uporaba zato ne more izključiti dodatne analize, da se zagotovi celotna ocena verjetnosti zmede med zadevnimi znamkami. Sodišče prve stopnje nato poudarja, da se ta sodna praksa nanaša na primerjavo med dvema besednima znamkama. V obravnavani zadevi je znamka MEZZOPANE figurativna znamka, kar relativizira ustreznost te sodne prakse za obravnavano zadevo. Nazadnje je treba opozoriti, kot je to zgoraj storilo Sodišče prve stopnje, da je v obravnavani zadevi treba v vsakem primeru priznati določeno podobnost med prijavljeno znamko MEZZOPANE in prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX.

47 Sodišče prve stopnje zato meni, da sodna praksa, navedena v točki 45, ne more postaviti pod vprašaj ugotovitve iz točke 44.

3. *Primerjava zadevnih proizvodov*

Trditve strank

48 Tožeča stranka spodbija oceno odbora za pritožbe o podrobnostih in razlikah med proizvodi, ki jih označujejo zadevne znamke.

49 Tožeča stranka glede primerjave med vrstami vina, označenimi s prijavljeno znamko, ter vrstami piva, aleja in temnega piva, na katere se nanaša znamka MEZZO, meni, da gre, prvič, za istovrstne proizvode: alkoholne pijače. Drugič, šlo naj bi za proizvode, ki imajo isti namen: prehrana ljudi. Tretjič, šlo naj bi za proizvode, ki jih potrošniki podobno uporabljajo: kot dodatek pri obedih ali aperitiv. Četrtič, šlo naj bi za proizvode, ki so namenjeni isti publiki: končnim potrošnikom. Petič, šlo naj bi za proizvode, ki se tržijo enako: v steklenicah. Šestič, šlo naj bi za proizvode, ki se distribuirajo po enakih poteh: v barih, restavracijah, samopostrežnih trgovinah, na velikih prodajnih površinah itd.; običajno naj bi bilo, da se jih na teh prodajnih mestih postavi ene poleg drugih in navedeni naj bi bili eni poleg drugih na menijih v restavracijah itd. Sedmič, oglaševanje teh proizvodov naj bi bilo opravljeno z enakimi sredstvi: prek televizije, radia, revij itd. Osmič, šlo naj bi za proizvode, ki si v določeni meri konkurirajo: potrošnik bi lahko izbral pitje vina ali piva pri obedu, kot aperitiv itd.

50 Tožeča stranka meni, da bi zaradi teh skupnih točk zadevnih proizvodov, ki jih v obravnavani zadevi spremljajo enaki ali podobni znaki, prilepljeni na proizvode za njihovo trženje, ciljna javnost lahko verjela, da so bili ti proizvodi izdelani pod nadzorom enega podjetja, ki je odgovorno za njihovo kakovost (glej po analogiji zgoraj v točki 19 navedeno sodbo Canon, točka 28).

51 Po mnenju tožeče stranke teh preudarkov ne izpodbije dejstvo, da se zadevni proizvodi med seboj razlikujejo glede na sestavine in postopek proizvodnje.

52 Prvič, tožeča stranka meni, da ni točno, da se sestavine in postopki proizvodnje piva in vina razlikujejo. Poudarja, da sta vino in pivo alkoholni pijači in da se pivo pridobi s fermentacijo ječmena, medtem ko se vino pridobi s fermentacijo stisnjenega grozdja.

53 Drugič, tožeča stranka meni, da razlika v sestavi vina in piva ne ovira zamenljivosti teh pijač, saj so namenjene zadostitvi iste potrebe.

54 Tretjič, tožeča stranka navaja, da čeprav bi se upoštevna javnost zavedala značilnosti, na podlagi katerih se ti proizvodi razlikujejo po sestavi in postopku izdelave, in bi jih opazila, iz tega ne bi sklepala, napačno ali pravilno, da te razlike ovirajo podjetje, da bi istočasno izdelovalo ali tržilo dve vrsti pijač. Po mnenju tožeče stranke so podobnosti, navedene v točki 49, pomembnejše od le dveh razlik, na katere se sklicuje odbor za pritožbe, to pa še toliko bolj, ker odbor za pritožbe ne navede nobenega objektivnega podatka, ki bi lahko ovrgel njegovo trditev, da bo povprečen avstrijski potrošnik menil, da je normalno, da vino in pivo izdelujejo različna podjetja.

55 Tožeča stranka meni, da ti preudarki veljajo tudi za primerjavo med vinom, označenim s prijavljeno znamko, in mešanimi pijačami iz limonade, na katere se nanaša njena znamka MEZZOMIX. Poudarja, da te pijače lahko vključujejo alkoholne pijače, ki lahko nadomestijo vino.

56 Po mnenju tožeče stranke ti preudarki lahko veljajo, čeprav v manjši meri, tudi za druge proizvode, ki jih zajema znamka MEZZO, namreč za mineralne vode in sodavice ter druge brezalkoholne pijače, sirupe in druge pripravki za proizvodnjo pijač. Čeprav alkoholne pijače niso izrecno vsebovane v tej kategoriji, tožeča stranka meni, da bi upoštevna javnost lahko dobila vtis, da gre za isto družino proizvodov. A priori nič ne preprečuje vtisa, da „pripravki za proizvodnjo pijač“ zajemajo pripravke za izdelavo tako alkoholnih kot brezalkoholnih pijač.

57 Tožeča stranka poudarja, da je njeno stališče skladno s tistim, ki ga je zagovarjal oddelek za ugovore v odločbi, ki jo je razveljavila izpodbijana odločba.

58 Nazadnje se tožeča stranka sklicuje na sodbo z dne 15. januarja 2003 v zadevi Mystery Drinks proti UUNT – Karlsberg Brauerei (MYSTERY) (T-99/01, Recueil, str. II-43, točka 40), v kateri je Sodišče prve stopnje ugotovilo podobnost med pijačami, čeprav so se med seboj razlikovale glede sestavin in postopka izdelave, s tem da se je oprlo na njihove skupne značilnosti, njihov skupen namen in skupen postopek njihovega trženja. Enako naj bi bila v sodbi Sodišča prve stopnje z dne 8. julija 2004 v zadevi Sunrider proti UUNT – Espadafor Caba (VITAFRUIT) (T-203/02, ZOdl., str. II-2811, točki 66 in 67) ugotovljena podobnost med „mineraln[imi] vod[ami] in sodavic[ami] ter drug[imi] brezalkoholn[imi] pijač[ami]; sadn[imi] in zelenjavn[imi] pijač[ami], sadni[mi] sokovi; sirupi in drugi[mi] pripravki za proizvodnjo pijač; pijač[ami] na zeliščni in vitaminski osnovi“ in „koncentrirani[mi] sadni[mi] sokovi“.

59 Tožeča stranka sklepa, da obstaja očitna podobnost med proizvodi, ki jih označujejo sporne znamke.

60 Tožena stranka in intervenientka nasprotujeta stališčem tožeče stranke in v bistvu menita, da je odbor za pritožbe pravilno ocenil verjetnost zmede med zadevnimi proizvodi.

Presoja Sodišča prve stopnje

Uvod

61 Sodišče poudarja, da je treba pri presoji podobnosti med obravnavanimi proizvodi upoštevati vse pomembne dejavnike, ki označujejo razmerje med temi proizvodi. Ti dejavniki vključujejo zlasti njihove značilnosti, namen, uporabo in konkurenčni ali dopolnilni značaj (glej po analogiji zgoraj v točki 19 navedeno sodbo Canon, točka 23).

62 V obravnavani zadevi je treba primerjati vino, označeno s prijavljeno znamko MEZZOPANE, in „pivo, ale in temno pivo; mineralne vode in sodavice ter druge brezalkoholne pijače; sirup[e] in drug[e] pripravk[e] za proizvodnjo pijač“, označene s prejšnjo avstrijsko znamko MEZZO, ter vino, označeno s prijavljeno znamko MEZZOPANE, in mešane pijače iz limonade, označene s prejšnjo nemško znamko MEZZOMIX.

Primerjava med vinom in pivom

63 Najprej, kar zadeva značilnosti, namen in uporabo vina ter piva, aleja in temnega piva, je res, kot navaja tožeča stranka, da so to alkoholne pijače, pridobljene s postopkom fermentacije in zaužite pri obedih ali kot aperitiv.

64 Toda, kot je navedel odbor za pritožbe, je treba ugotoviti, da te pijače niso izdelane iz enakih osnovnih sestavin. Alkohol namreč ni sestavina, ki služi za izdelavo pijač, temveč je ena od komponent, ki jih ustvari ta postopek izdelave. Poleg tega, če se za proizvodnjo vsake od teh pijač zahteva proces fermentacije, se postopka proizvo-

dnje ne omejita na eno fermentacijo in se zelo razlikujeta. Tako stiskanje grozdja in spravljanje mošta v sode ne moreta veljati za podobna postopkom varjenja piva.

65 Poleg tega dejstvo, da se pivo pridobi s fermentacijo sladu, medtem ko je vino proizvedeno s fermentacijo grozdnega mošta, pomeni, da se končna proizvoda razlikujeta po barvi, vonju in okusu. Posledica te razlike v barvi, vonju in okusu je, da upoštevni potrošnik dojema ta proizvoda kot različna.

66 Dalje, kljub dejstvu, da lahko vino in pivo v določeni meri zadostita isto potrebo, namreč potrebo po zaužitju pijače ob obedu ali kot aperitiv, Sodišče prve stopnje meni, da ju upoštevni potrošnik dojema kot različna proizvoda. Odbor za pritožbe je torej pravilno odločil, da vrste vina in piva ne spadajo v isto družino alkoholnih pijač.

67 Kar zadeva dopolnilni značaj vina in piva v smislu sodne prakse, navedene v točki 61, Sodišče prve stopnje opozarja, da se ta dopolnilnost nanaša na ozko vez med proizvodi v smislu, da je en proizvod nujen ali pomemben za uporabo drugega proizvoda (glej sodbo Sodišča prve stopnje z dne 1. marca 2005 v zadevi Sergio Rossi proti UUNT – Sissi Rossi (SISSI ROSSI), T-169/03, ZOdl., str. II-685, točka 60). Sodišče prve stopnje v obravnavani zadevi meni, da vino ni nujno ali pomembno za uporabo piva in obratno. Poleg tega ne obstaja noben element, ki bi dopuščal sklep, da bo kupec enega od teh proizvodov kupil tudi drugega.

68 Glede konkurenčnega značaja vina in piva je bilo v drugih okoliščinah že razsojeno, da obstaja določena konkurenca med tema proizvodoma. Sodišče je tako odločilo,

da vino in pivo v določeni meri zadovoljita iste potrebe, tako da je treba priznati, da med njima obstaja določena stopnja zamenljivosti. Vendar pa je Sodišče ocenilo, da je treba ob upoštevanju obstoječih velikih razlik v kakovosti in ceni med vrstami vina odločilno konkurenčno razmerje med pivom, priljubljeno pijačo široke potrošnje, in vinom ugotoviti z vinom, ki so najbolj dostopno širši javnosti, ki je navadno manj močno in cenejše (glej po analogiji sodbo Sodišča z dne 9. julija 1987 v zadevi Komisija proti Belgiji, 356/85, Recueil, str. 3299, točka 10; glej zlasti sodbi Sodišča z dne 12. julija 1983 v zadevi Komisija proti Združenemu kraljestvu, 170/78, Recueil, str. 2265, točka 8, in z dne 17. junija 1999 v zadevi Socridis, C-166/98, Recueil, str. I-3791, točka 18). Nič ne kaže na to, da ta ocena ni uporabljiva za obravnavano zadevo. Iž tega sledi, da je treba pritrditi, kot je navedla tožeča stranka, da sta vino in pivo v določeni meri konkurenta.

69 Nazadnje je treba v skladu z oceno odbora za pritožbe priznati, da se bo povprečnemu avstrijskemu potrošniku zdelo normalno, da vino ter pivo, ale in temno pivo izdelujejo različna podjetja in da te pijače ne spadajo v isto družino alkoholnih pijač, in bo to torej pričakoval. Nič pa ne dopušča ugotovitve, da se avstrijska publika ne zaveda lastnosti in ne zazna lastnosti, ki ločujejo pivo in vino glede njune sestave in načina njune izdelave. Nasprotno, Sodišče prve stopnje ocenjuje, da zaradi teh razlik velja, da je malo verjetno, da isto podjetje istočasno izdeluje in trži dve vrsti pijače. Podredno Sodišče prve stopnje poudarja, da je splošno znano, da se v Avstriji tradicionalno izdelujeta pivo in vino, in sicer da ju izdelujejo različna podjetja. Povprečen avstrijski potrošnik zato pričakuje, da pivo, ale in temno pivo ter vino izdelujejo različna podjetja.

70 Glede na navedeno Sodišče prve stopnje meni, da za povprečnega avstrijskega potrošnika obstaja le nizka stopnja podobnosti med vrstami vina in piva.

Primerjava med vinom, označenim s prijavljeno znamko, in drugimi pijačami, označenimi s prejšnjimi znamkami, ki niso pivo

– Uvod

71 Kar zadeva primerjavo med vinom, označenim s prijavljeno znamko MEZZOPANE, ter „mineraln[imi] vod[ami] in sodavic[ami] ter drug[imi] brezalkoholn[imi] pijač[ami]; sirupi in drugi[mi] pripravki za proizvodnjo pijač“, označenimi s prejšnjo znamko MEZZO, in „mešan[imi] pijač[ami] iz limonade“, označenimi s prejšnjo znamko MEZZOMIX, Sodišče prve stopnje ocenjuje, da je nujno, da se najprej ugotovi, ali navedeni proizvodi, označenimi z zadevnima prejšnjima znamkama, zajemajo tako brezalkoholne kot alkoholne pijače.

72 V zvezi s tem sta odbor za pritožbe in tožeča stranka navedla, da med pijače, označene s prejšnjima znamkama, lahko spadajo alkoholne pijače, ki niso pivo. Tožena stranka tej oceni nasprotuje, ker ni skladna s sistematičnostjo razvrstitve proizvodov iz razredov 32 in 33, v katere spadajo zadevni proizvodi, in pojasnili seznama razredov proizvodov in storitev iz navedenega Nicejskega aranžmaja o mednarodni klasifikaciji blaga in storitev zaradi registracije znamk (v nadaljevanju: pojasnila).

73 Sodišče prve stopnje opozarja, da so bile „mineralne vode in sodavice ter druge brezalkoholne pijače, sirupi in drugi pripravki za proizvodnjo pijač“ znamke MEZZO in „mešane pijače iz limonade“ znamke MEZZOMIX registrirane v razredu 32.

74 Iz jasnega in nedvoumnega besedila razreda 33 pa izhaja, da so v tem razredu zajete vse alkoholne pijače, razen piva. Zgolj okoliščina, da se izraz „brezalkoholne“ iz razreda 32 ne nanaša izrecno na „sadne pijače in sadn[e] sokov[e]“ in na „sirup[e] in drug[e] pripravk[e] za proizvodnjo pijač“, ni pomembna za vprašanje, ali bi ta razred lahko zajemal tudi druge alkoholne pijače, kot je pivo. Ne le da besedilo razreda 33

ne dopušča druge možnosti razlage, kot da zajema vse alkoholne pijače, razen piva, temveč tudi pojasnila razredov 32 in 33 pripomorejo k razlagi, v skladu s katero so v razredu 33 zajete vse alkoholne pijače, razen piva. V skladu s pojasnilom razreda 33 se alkoholno pijačo v trenutku, ko je „dezalkoholizirana“, umakne iz razreda 33, da se jo umesti v razred 32. To potrjuje pojasnilo razreda 32 in navaja, da so v tem razredu zajete „dezalkoholiziran[e]“ pijače.

75 Splošen opis, zajet v pojasnilu razreda 32, v skladu s katerim so v tem razredu zajete „predvsem“ brezalkoholne pijače, je treba zato obravnavati skupaj z besedilom razreda 33. Tako je treba začetek pojasnila tega razreda in druge navedbe pojasnila razreda 32 razumeti tako, da so v razredu 32 načeloma zajete le brezalkoholne pijače in brezalkoholni pripravki, pri čemer je pivo edina izjema od brezalkoholnih pijač iz tega razreda.

76 Te presoje ne postavi pod vprašaj sodna praksa iz sodbe Sodišča prve stopnje z dne 15. februarja 2005 v zadevi Lidl Stiftung proti UUNT – REWE-Zentral (LINDENHOF) (T-296/02, ZOdl., str. II-563), ker s to sodbo ni bila priznana teoretična možnost, da se za sadne pijače in sadne sokove lahko šteje, da vključujejo alkoholne pijače, ne da bi se sistematično razlagalo razreda 32 in 33. Poleg tega Sodišče prve stopnje meni, da se je v zgoraj navedeni sodbi LINDENHOF štelo, da se izraza „sadne pijače“ in „sadni sokovi“ uporabljata le za brezalkoholne proizvode (točka 53 sodbe).

77 Torej, šteti je treba, da med „mineralne vode in sodavice ter druge brezalkoholne pijače, sirup[e] in drug[e] pripravk[e] za proizvodnjo pijač“ znamke MEZZO in „mešane pijače iz limonade“ znamke MEZZOMIX iz razreda 32 spadajo le proizvodi brez alkohola.

78 Ob upoštevanju te ugotovitve je treba preučiti verjetnost zmede med vinom, označenim s prijavljeno znamko MEZZOPANE, in „mineraln[imi] vod[ami] in sodavic[ami] ter drug[imi] brezalkoholn[imi] pijač[ami], sirupi in drugi[mi] pripravki za proizvodnjo pijač“ znamke MEZZO in „mešan[imi] pijač[ami] iz limonade“ znamke MEZZOMIX.

– Primerjava med vinom in mineralnimi vodami in sodavicami ter drugimi brezalkoholnimi pijačami, sirupi in drugimi pripravki za proizvodnjo pijač ter mešanimi pijačami iz limonade

79 Najprej, kar zadeva značilnosti, namen in uporabo vina, označenega s prijavljeno znamko, in brezalkoholnih pijač, označenih s prejšnjima znamkama, je treba opozoriti, da se značilnosti teh proizvodov razlikujejo glede na prisotnost ali odsotnost alkohola v njihovi sestavi.

80 V zvezi s tem je že bilo razsojeno, da je povprečen nemški potrošnik navajen in pozoren na ločitev med alkoholnimi in brezalkoholnimi pijačami, ki je poleg tega potrebna, saj nekateri potrošniki ne želijo, ali pa celo ne smejo, uživati alkohola (zgoraj v točki 76 navedena sodba LINDENHOF, točka 54). Tako bo povprečen nemški potrošnik razlikoval na podlagi primerjave med vinom prijavljene znamke in nealkoholnimi pijačami prejšnje znamke MEZZOMIX.

81 Nobena navedba tožeče stranke ne dopušča sklepa, da ta presoja ne velja tudi za povprečnega avstrijskega potrošnika. Sodišče prve stopnje meni, da je treba upoštevati, da je ta potrošnik prav tako navajen in pozoren na ločitev med alkoholnimi in brezalkoholnimi pijačami. Iz tega sledi, da bo razlikoval na podlagi primerjave med vinom prijavljene znamke in nealkoholnimi pijačami prejšnje znamke MEZZO.

82 Tako je odbor za pritožbe pravilno ocenil, da so „peneča vina […] alkoholne pijače in kot taka razločno ločena od proizvodov, zajetih s prejšnjo znamko MEZZO

tako v trgovinah kot na seznamih pijač“ in da je v obravnavani zadevi „povprečni potrošnik navajen na ločitev med alkoholnimi in brezalkoholnimi pijačami in da je taka ločitev nujna, saj nekateri potrošniki ne želijo, ali pa celo ne smejo, uživati alkohola“.

83 Glede namena in uporabe vina in brezalkoholnih pijač je treba ugotoviti, da se jih primerja podobno. Uživanje vina ne izključuje uživanja brezalkoholnih pijač in obratno, vendar uživanje ene od teh pijač ne pomeni nujno uživanja druge. Poleg tega je vino običajno namenjeno pokušanju in ne odžejanju, medtem ko so brezalkoholne pijače, označene s prejšnjima znamkama, običajno namenjene odžejanju ali le odžejanju, če gre za mineralne vode in sodavice. Prisotnost ali odsotnost alkohola in razlika v okusu med vinom in drugimi brezalkoholnimi pijačami, označenimi s prejšnjimi znamkami, sta za upoštevnega potrošnika pomembnejši kot skupen namen in skupna uporaba.

84 Dalje, glede dopolnilnosti zadevnih proizvodov v smislu sodne prakse, navedene v točkah 61 in 67, je treba ugotoviti, da ne obstaja tesna vez med proizvodi v smislu, da je nakup enega proizvoda nujen ali pomemben za uporabo drugega proizvoda, in da ne obstaja noben element, ki bi dopuščal sklep, da bo kupec enega od teh proizvodov kupil tudi drugega.

85 Poleg tega Sodišče prve stopnje glede konkurenčnega značaja zadevnih proizvodov meni, da je posledica razlike v okusu in razlike zaradi prisotnosti ali odsotnosti alkohola, da povprečen nemški ali avstrijski potrošnik, ki namerava pridobiti vino, praviloma tega ne kupi med brezalkoholnimi pijačami, označenimi s prejšnjima znamkama, temveč kupi vino ali eno izmed teh brezalkoholnih pijač. V tem smislu bi odbor za pritožbe lahko pravilno ocenil, da vino ni pijača, ki nadomesti pijače, označene s prejšnjima znamkama.

86 Ta zadnja ocena je skladna s sodno prakso iz sodbe LINDENHOF, navedene zgoraj v točki 76, v kateri je bilo razsojeno, da se ne more šteti, da peneča vina konkurirajo nealkoholnim pijačam, glede na to, da so peneča vina atipična pijača za zamenjavo pijač iz prijave znamke (točka 56 sodbe).

87 Nazadnje, to sodišče je tudi menilo, da bi povprečen nemški potrošnik štel za normalno in bi tako pričakoval, da bodo peneča vina po eni strani in pijače, poimenovane „mineralne […] vode [in sodavice] in druge brezalkoholne pijače, sadne pijače in sadni sokovi“, po drugi strani ponujala različna podjetja (zgoraj v točki 76 navedena sodba LINDENHOF, točka 51). Sodišče prve stopnje je dodalo, da se zlasti ne more šteti, da peneča vina in zgoraj omenjene pijače pripadajo isti družini pijač ali so celo elementi splošne vrste pijač, ki bi lahko imeli skupno trgovsko poreklo (zgoraj v točki 76 navedena sodba LINDENHOF, točka 51).

88 To zadnjo oceno se lahko prenese v okoliščine obravnavanega primera. Povprečen avstrijski potrošnik, ki se sreča z vinom prijavljene znamke MEZZOPANE in brezalkoholnimi pijačami znamke MEZZO, ali povprečen nemški potrošnik, ki se sreča z vinom znamke MEZZOPANE in brezalkoholnimi pijačami MEZZOMIX, ne bo pričakoval, da imajo te pijače isto trgovsko poreklo.

89 Sodišče prve stopnje zato meni, da je odbor za pritožbe pravilno ocenil, da upoštevni potrošnik ne bo pričakoval, da vina in brezalkoholne pijače, označene s prejšnjimi znamkami, izdeluje isto podjetje in da se te pijače ne more šteti za elemente splošne vrste pijač, ki bi lahko imeli skupno trgovsko poreklo.

90 Glede na vse navedeno Sodišče prve stopnje meni, da je treba šteti, da vino in brezalkoholne pijače, označene s prejšnjima znamkama, niso podobni.

91 Ker ta ugotovitev potrjuje presojo odbora za pritožbe, te presoje ne morejo postaviti pod vprašaj trditve tožeče stranke, da se vse te proizvode streže v restavracijah in barih, da se jih prodaja v trgovinah in barih ene poleg drugih v steklenicah, da so namenjeni za prehrano ljudi in da se zanje uporablja enaka prodajna in oglaševalska mreža. Te okoliščine namreč veljajo za vse pijače, vključno z najbolj različnimi (zgoraj v točki 76 navedena sodba LINDENHOF, točka 58), in zato ne zadostuje, da se dokaže, da povprečni nemški in avstrijski potrošniki za vina in pijače, označene s prejšnjima znamkama, menijo, da jih izdeluje isto podjetje.

– Sodna praksa v zadevah MYSTERY in VITA FRUIT

92 Sodišče prve stopnje meni, da sodbi MYSTERY in VITA FRUIT, navedeni zgoraj v točki 58, na kateri se sklicuje tožeča stranka, ne vplivata na navedene ugotovitve o razlikah med zadevnimi proizvodi.

93 Natančneje, Sodišče prve stopnje poudarja, da je bilo v zadevi, v kateri je bila izdana sodba MYSTERY, navedena v točki 58 (točki 3 in 4), treba primerjati brezalkoholne pijače, razen brezalkoholnih vrst piva, ter pivo in pijače, ki vsebuje pivo. Ob upoštevanju razlike med vinom in pivom (točka 63 in naslednje) ta primerjava ni ustrezna za primerjavo vina, označenega s prijavljeno znamko MEZZOPANE, in brezalkoholnih pijač, označenih s prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX, v obravnavanem primeru.

94 Natančneje, v odgovor na trditve tožeče stranke, da je Sodišče prve stopnje v zadevi, v kateri je bila izdana sodba MYSTERY, navedena zgoraj v točki 58, ugotovilo podobnost med pijačami, čeprav so se med seboj razlikovale glede sestavin in postopka izdelave, s tem da se je oprlo na njihove skupne značilnosti, njihov skupen namen in

skupen postopek njihovega trženja, je treba opozoriti, da je Sodišče prve stopnje v tej zadevi ocenilo, da se med povprečnimi nemškimi potrošniki mešane pijače iz piva lahko nadomesti s pivom in brezalkoholnimi pijačami (sodba MYSTERY, navedena zgoraj v točki 58, točki 37 in 40). Enake stopnje zamenljivosti pa se ne more ugotoviti na podlagi primerjave med vinom, označenim s prijavljeno znamko MEZZOPANE, in pijačami, označenimi s prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX, s strani upoštevnega nemškega ali avstrijskega potrošnika. Iz razlogov, navedenih v točki 66 in naslednjih, se ne more šteti, da upoštevni nemški ali avstrijski potrošnik lahko brez težav z vinom nadomesti pivo. Poleg tega, iz razlogov, navedenih v točki 85 in naslednjih, ne more šteti, da upoštevni nemški ali avstrijski potrošnik lahko brez težav z vinom nadomesti druge brezalkoholne pijače, označene s prejšnjima znamkama.

95 Sodišče prve stopnje glede zadeve, v kateri je bila izdana sodba VITAFRUIT, navedena zgoraj v točki 58, na katero se sklicuje tožeča stranka, poudarja, da se vprašanje podobnosti med proizvodi nanaša le na pijače iz zelišč in vitaminov in na sadne sokove (zgoraj v točki 58 navedena sodba VITAFRUIT, točka 64). Ta zadeva se torej ni v ničemer nanašala na primerjavo med vinom in drugimi pijačami ter zato nima posledic za primerjavo med zadevnimi proizvodi v obravnavani zadevi.

– Ugotovitev

96 Sodišče prve stopnje ob upoštevanju vsega navedenega meni, da je treba pritrditi ugotovitvi odbora za pritožbe, da si zadevni proizvodi niso podobni.

4. *Celovita presoja verjetnosti zmede*

Trditve strank

97 Tožeča stranka poudarja, da ima v okviru celovite presoje verjetnosti zmede povprečen potrošnik le redko možnost neposredno primerjati različne znamke in se mora zanesti na nepopolno podobo, ki jo ima v spominu. Po mnenju tožeče stranke iz tega sledi, da je treba nameniti posebno pomembnost primerjavi zadevnih znakov, kar je v obravnavani zadevi izraz „mezzo“ v obeh znamkah.

98 Poleg tega tožeča stranka meni, da ugled njene znamke MEZZOMIX v Nemčiji zahteva večjo strogost in večjo zaščito, kot jo za prijavljeno znamko terja njen ugled. Tožeča stranka v zvezi s tem poudarja, da je intervenientka med postopkom izrecno priznala ugled znaka MEZZOMIX.

99 Tožeča stranka iz sodne prakse v zadevi Canon, navedeni zgoraj v točki 19 (točka 19), sklepa, da čeprav bi moralo Sodišče prve stopnje oceniti, da podobnost med proizvodi, označenimi z zadevnimi znamkami, ni očitna, ta neobstoj podobnosti ne more prevladati ob upoštevanju podobnosti med znamkami in razlikovalnega učinka prejšnje znamke MEZZOMIX.

100 Iz navedenega sledi, da po mnenju tožeče stranke med zadevnimi znamkami obstaja dovolj velika podobnost z vidika njihove uporabe in da so vidno in slišno podobne, tako da bi jih povprečni avstrijski ali nemški potrošnik, ki jih običajno zaznava kot celoto, ne da bi se ustavljal ob podrobnostih, in ki ima le redko možnost, da jih neposredno primerja, lahko zamenjal. Tožeča stranka zato meni, da med spornimi znaki obstaja nevarnost zmede v smislu člena 8(1)(b) Uredbe št. 40/94, zaradi česar je izpodbijana odločba nezakonita.

101 Tožena stranka in intervenientka nasprotujeta tej oceni in menita, da celovita presoja verjetnosti zmede med prijavljeno znamko in prejšnjima znamkama pokaže, da med njimi ni verjetnosti zmede.

Presoja Sodišča prve stopnje

102 Sodišče prve stopnje poudarja, da celovita presoja verjetnosti zmede pomeni določeno soodvisnost med upoštevanimi dejavniki in zlasti podobnostjo znamk ter podobnostjo označenih proizvodov ali storitev. Tako lahko majhna podobnost med označenimi proizvodi ali storitvami odtehta večjo podobnost med znamkami in obratno (glej po analogiji sodbo Canon, navedeno zgoraj v točki 19, točka 17, in sodbo Lloyd Schuhfabrik Meyer, navedeno zgoraj v točki 18, točka 19).

103 Poleg tega je bilo razsojeno, da je verjetnost zmede toliko večja, kolikor večji razlikovalni učinek ima prejšnja znamka (sodba SABEL, navedena zgoraj v točki 18, točka 24). Prav tako je bilo razsojeno, da se registracijo znamke lahko zavrne kljub nižji stopnji podobnosti med označenimi proizvodi in storitvami, ko je podobnost med znamkama velika in ko je razlikovalni učinek prejšnje znamke močan in predvsem njen ugled velik (glej po analogiji sodbo Canon, navedeno zgoraj v točki 19, točka 19).

104 V obravnavani zadevi je odbor za pritožbe po celoviti presoji verjetnosti zmede ocenil, da kljub vidnim in slišnim podobnostim med zadevnimi znaki ne obstaja nevarnost zmede med zadevnimi znamkami.

105 Natančneje, glede primerjave med prijavljeno znamko in prejšnjo avstrijsko znamko je odbor za pritožbe ocenil, da ob upoštevanju normalnega razlikovalnega učinka prejšnje znamke ter očitnega razkoraka med zadevnim blagom ne obstaja verjetnost občutne zmede v avstrijski ciljni javnosti. Glede primerjave med prijavljeno znamko in prejšnjo nemško znamko je odbor za pritožbe ocenil, da kljub ugledu prejšnje nemške znamke za mešani pijači kola in limonada povprečen nemški potrošnik ne bo mislil, da ima vino prijavljene znamke in mešane pijače iz limonade prejšnje nemške znamke isto poreko. Odbor za pritožbe je ocenil, da je posledica očitnih razlik med zadevnimi proizvodi to, da so v celoviti presoji nevarnosti zmede podobnosti med zadevnimi znamkami nevtralizirane.

106 Ta ocena odbora za pritožbe ni napačna. Upoštevni potrošniki imajo v spominu res le nepopolno podobo zadevnih znamk, tako da njihov skupni element „mezzo“ ustvarja podobnost med njimi. Poleg tega nesporni ugled znamke MEZZOMIX povečuje verjetnost zmede med to prejšnjo znamko in prijavljeno znamko MEZZOPANE.

107 Vendar pa Sodišče prve stopnje meni, da v obravnavani zadevi ob upoštevanju soodvisnosti med različnimi dejavniki, ki jih je treba upoštevati, in ugleda prejšnje znamke MEZZOMIX ni mogoče ugotoviti, da obstaja verjetnost zmede med prijavljeno znamko MEZZOPANE in prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX. Sodišče prve stopnje namreč meni, da kljub ugledu prejšnje znamke MEZZOMIX neobstoj podobnosti med zadevnimi proizvodi skupaj s povprečno vidno in slišno podobnostjo zadevnih znamk ter z neobstojem pomena zadevnih znamk v nemščini ne omogoča nastanka nevarnosti zmede med upoštevnimi potrošniki glede trgovskega porekla proizvodov, označenih s prijavljeno znamko MEZZOPANE, in proizvodov, označenih s prejšnjima znamkama MEZZO in MEZZOMIX. Razlike med zadevnimi znamkami in proizvodi, navedene v točki 29 in naslednjih ter točki 61 in naslednjih, so namreč dovolj pomembne, da se v celoviti presoji izključi, da bi upoštevna javnost lahko verjela, da imajo vino, označeno s prijavljeno znamko, ter pivo in druge

brezalkoholne pijače, označene s prejšnjima znamkama, isto poreklo, in to tudi če se upošteva ugled prejšnje znamke MEZZOMIX za mešane pijače iz limonade.

108 Sodišče prve stopnje zato meni, da tožeča stranka iz sodne prakse v zadevi Canon, navedeni zgoraj v točki 19, napačno sklepa, da v obravnavani zadevi neobstoj podobnost med zadevnimi proizvodi ne more prevladati ob upoštevanju podobnosti med zadevnimi znamkami in razlikovalnega učinka prejšnje znamke MEZZOMIX.

109 Glede na vse navedeno Sodišče prve stopnje meni, da iz celovite presoje verjetnosti zmede med prijavljeno znamko in prejšnjima znamkama izhaja, da med njimi ne obstaja verjetnost zmede.

Stroški

110 V skladu s členom 87(2) Poslovnika se neuspeli stranki naloži plačilo stroškov, če so bili ti priglašeni.

111 V obravnavani zadevi tožeča stranka s svojim predlogom ni uspela. Tožena stranka in intervenientka sta predlagali, naj se tožeči stranki naloži plačilo stroškov. Tožeči stranki je zato treba naložiti plačilo stroškov tožene stranke in intervenientke.

Iz teh razlogov je

SODIŠČE PRVE STOPNJE (tretji senat)

razsodilo:

1. Tožba se zavrne.

2. Coca-Cola Company se naloži plačilo stroškov.

Azizi Cremona Frimodt Nielsen

Razglašena na javni obravnavi v Luksemburgu, 18. junija 2008.

Sodni tajnik Predsednik

E. Coulon J. Azizi