PIRMĀS INSTANCES TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2004. gada 22. jūnijā *

Lieta T-185/02

Claude Ruiz-Picasso, ar dzīvesvietu Parīzē (Francija),

Paloma Ruiz-Picasso, ar dzīvesvietu Londonā (Apvienotā Karaliste),

Maya Widmaier-Picasso, ar dzīvesvietu Parīzē,

Marina Ruiz-Picasso, ar dzīvesvietu Ženēvā (Šveice),

Bernard Ruiz-Picasso, ar dzīvesvietu Parīzē,

ko pārstāv Č. Gīlens [*C. Gielen*], *avocat*,

prasītāji,

* Tiesvedības valoda — vācu.

pret

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

atbildētājs,

otrs procesa ITSB Apelāciju padomē dalībnieks un persona, kas iestājusies lietā Pirmās instances tiesā, —

DaimlerChrysler AG, Štutgarte (Vācija), ko pārstāv S. Felkers [*S. Völker*], *avocat*, kas norādīja adresi Luksemburgā,

par prasību par ITSB Apelāciju trešās padomes 2002. gada 18. marta lēmumu lietā R 0247/2001-3 par iebildumu procesu starp "Pikaso mantojumu" un *Daimler-Chrysler AG*.

EIROPAS KOPIENU PIRMĀS INSTANCES TIESA (otrā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs N. Dž. Forvuds [*N. J. Forwood*], tiesneši J. Pirungs [*J. Pirrung*] un A. V. H. Meijs [*A. W. H. Meij*],

sekretāre D. Kristensena [*D. Christensen*], administratore,

ņemot vērā rakstveida procesu un tiesas sēdi 2003. gada 11. novembrī,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

Prāvas priekšvēsture

1 1998. gada 11. septembrī persona, kas iestājusies lietā, Iekšējā tirgus saskaņošanas birojam (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB) iesniedza Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumu, pamatojoties uz grozīto Padomes 1993. gada 20. decembra Regulu (EK) Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi (OV 1994., L 11, 1. lpp.).

2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir vārdisks apzīmējums "PICARO".

3 Preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 12. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām, un attiecībā uz katru no klasēm atbilst šādam aprakstam: "transporta līdzekļi un to rezerves daļas; omnibusi".

4 1999. gada 25. maijā preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetens].

5 1999. gada 19. augustā "Pikaso mantojuma", kas ir kopīpašums Francijas Civilkodeksa 815. panta un turpmāko pantu izpratnē, kopīpašnieki, kas ir prasītāji, iesniedza iebildumu saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 42. panta 1. punktu pret pieteikto preču zīmi attiecībā uz visām precēm, attiecībā uz kurām preču zīme tika pieteikta. Iebilduma pamats bija sajaukšanas iespēja atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam. Iebildums tika balstīts uz jau reģistrētu Kopienas preču zīmi Nr. 614 867, kas pieder "Pikaso mantojumam" (turpmāk tekstā — "agrāka preču zīme"). Agrākā preču zīme, proti, vārdiskais apzīmējums "PICASSO", tika pieteikts 1997. gada 1. augustā un reģistrēts 1999. gada 26. aprīlī attiecībā uz precēm, kas ietilpst Nicas Nolīguma 12. klasē un kas atbilst šādam aprakstam: "transporta līdzekļi; pārvietošanās līdzekļi pa sauszemi, gaisu vai ūdeni, automobiļi, autobusi, kravas automobiļi, nelieli furgoni, treileri, tehniskās palīdzības treileri".

6 Ar 2001. gada 11. janvāra lēmumu Iebildumu nodaļa noraidīja iebildumu, pamatojoties uz to, ka nepastāv sajaukšanas iespēja starp attiecīgajām preču zīmēm.

7 2001. gada 7. martā "Pikaso mantojums" iesniedza apelācijas sūdzību ITSB atbilstoši Regulas Nr. 40/94 59. pantam ar mērķi panākt Iebildumu nodaļas lēmuma atcelšanu un preču zīmes pieteikuma noraidīšanu.

8 Ar 2002. gada 18. marta lēmumu, par kuru prasītājiem paziņoja 2002. gada 17. aprīlī (lieta R 247/2001-3, turpmāk tekstā — "Apstrīdētais lēmums"), ITSB Apelāciju trešā padome noraidīja apelācijas sūdzību. Tā, pēc būtības, uzskatīja, ka, ņemot vērā attiecīgās sabiedrības daļas paaugstināto uzmanības līmeni, attiecīgās preču zīmes nebija fonētiski vai vizuāli līdzīgas. Turklāt tā uzskatīja, ka agrākās preču zīmes konceptuālais iespaids bija tāds, kas neitralizētu jebkādu fonētisku un/vai vizuālu līdzību starp attiecīgajām preču zīmēm.

Process un lietas dalībnieku prasījumi

9 Ar prasības pieteikumu angļu valodā, kas tika iesniegts Pirmās instances tiesas kancelejā 2002. gada 13. jūnijā, prasītāji, rīkojoties ar nosaukumu "Pikaso mantojums" (*succession Picasso*), cēla šo prasību.

10 Tā kā persona, kas iestājusies lietā, Pirmās instances tiesas kancelejas noteiktajā termiņā iebilda pret to, ka angļu valoda kļūtu par tiesvedības valodu šajā lietā, vācu valoda tika pieņemta par tiesvedības valodu saskaņā ar Pirmās instances tiesas reglamenta 131. panta 2. punkta trešo daļu, jo šajā valodā bija uzrakstīts Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikums.

11 Pēc tiesneša referenta ziņojuma uzklausīšanas Pirmās instances tiesa (otrā palāta) nolēma atklāt mutvārdu procesu un procesa organizatorisko pasākumu ietvaros saskaņā ar Reglamenta 64. pantu uzdot jautājumus prasītājiem un ITSB, uz kuriem tika atbildēts noteiktajā termiņā.

12 2003. gada 11. novembra tiesas sēdē lietas dalībnieki iesniedza savus argumentus un atbildēja uz Pirmās instances tiesas jautājumiem.

13. Prasītāju prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— atcelt Apstrīdēto lēmumu;

— apmierināt iebildumu un noraidīt preču zīmes reģistrācijas pieteikumu;

— piespriest personai, kas iestājusies lietā, atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

14 ITSB prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājiem atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

15 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Pirmās instances tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību;

— piespriest prasītājiem atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

Par prasības pieņemamību

Lietas dalībnieku argumenti

16 Persona, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka prasība nav pieņemama, jo "Pikaso mantojums" nav ne fiziska, ne juridiska persona. Prasībā nav norādīts, pie kāda

juridiskās personas tipa šis veidojums pieder, un prasībai nav pievienoti nekādi pierādījumi par tās juridisko pastāvēšanu pretēji Reglamenta 44. panta 5. punkta prasībām.

17 Atbildot uz Pirmās instances tiesas rakstveida jautājumiem, prasītāji apgalvoja, ka, kaut gan kopīpašums Francijas Civilkodeksa 815. panta un turpmāko pantu izpratnē nav juridiska persona, tas ir atsevišķs tā dalībnieku veidojums, kas var būt kreditors vai debitors un kuram ir tiesības celt prasību tiesā. Pakārtoti prasītāji apgalvoja, ka prasība tika celta piecu kopīpašnieku vārdā. Vēl jo vairāk — tika izteikts paziņojums, ar kuru Kloda Ruisa-Pikaso [*Claude Ruiz-Picasso*] kungam piešķīra pilnvaras pārējo četru mantinieku vārdā veikt visas darbības, lai saglabātu viņu tiesības saistībā ar Pablo Pikaso darbu un vārdu.

18 ITSB paziņoja, ka "Pikaso mantojums" Kopienas preču zīmju reģistrā ir reģistrēts kā agrākas preču zīmes īpašnieks un tādēļ tas varēja būt par pusi iebildumu procesā atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) daļai saistībā ar 42. panta 1. punkta a) apakšpunktu.

Pirmās instances tiesas vērtējums

19 Lai parādītu, ka "Pikaso mantojumam" ir tiesībspēja celt prasību tiesā kā veidojumam, kas ir neatkarīgs no tā dalībniekiem, prasītāji atsaucās vienīgi uz Francijas Civilkodeksa 815. pantu un turpmākajiem pantiem. Pēc Pirmās instances tiesas aicinājuma papildināt savus paziņojumus šajā jautājumā un iesniegt pierādījumus saskaņā ar Reglamenta 44. panta 5. punktu prasītāji vēlreiz atsaucās uz Francijas Civilkodeksa 815. pantu un turpmākajiem pantiem. Tā vietā, lai

iesniegtu papildu materiālus, kuri, lai izpildītu Reglamenta 44. panta 5. punkta prasības, varētu apliecināt "Pikaso mantojuma" autonomiju un — kaut arī ierobežotu — atbildību un pierādītu, ka šī veidojuma pārstāvis, kuram ir piešķirtas atbilstošas pilnvaras, ir pienācīgi pilnvarojis advokātu, kopīpašnieki iesniedza savas adreses, pilnvaras, ko četri no viņiem bija nodevuši Klodam Ruisam-Pikaso, un pilnvaru, ko viņš bija izsniedzis.

20 Šajos apstākļos tas, ka "Pikaso mantojums" bija reģistrēts kā agrākas preču zīmes īpašnieks un uz šī pamata piedalījās iebildumu procesā un procesā Apelāciju padomē, nav pietiekami, lai uzskatītu, ka tā vārdā celtā prasība atbilst Reglamenta 44. panta prasībām.

21 Pretēji personas, kas iestājusies lietā, norādītajam, tas nenozīmē, ka prasība ir nepieņemama. Izteiciens "Pikaso mantojums" apzīmē kolektīvi piecus kopīpašniekus, uz kuriem kā fiziskām personām neattiecas Reglamenta 44. panta 5. punkta prasības. Tādēļ ir jāuzskata, ka prasību cēla pieci kopīpašnieki.

22 Tas, ka kopīpašnieki izvēlējās celt prasību ar kolektīvu vārdu "Pikaso mantojums", neietekmē prasības pieņemamību. Personu identitāte, kas rīkojas ar šo kolektīvo apzīmējumu, netiek apšaubīta. Turklāt, ņemot vērā šīs lietas apstākļus, nevienas citas šī strīda puses likumīgās intereses neliedz Pirmās instances tiesai pēc saviem ieskatiem labot prasītāja vārdu šī sprieduma vajadzībām.

Par lietas būtību

23 Prasītāji izvirzīja divus pamatus prasības pamatošanai, apgalvojot, ka, pirmkārt, ir pārkāpts Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts un, otrkārt, nav ievēroti Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta beigās noteiktie procesuālie principi, jo Apelāciju padome apelācijas procesā pārkāpa strīda robežas starp pusēm. Vispirms jāapskata otrais pamats.

Par otro pamatu — procesuālo principu pārkāpums, jo Apelāciju padome apelācijas procesā pārkāpa strīda robežas starp pusēm

Lietas dalībnieku argumenti

24 Prasītāji apgalvo, ka pieņēmums par attiecīgās sabiedrības daļas uzmanības līmeni, kas bija norādīts Apstrīdētā lēmuma 15. punktā, un minējumi par agrākās preču zīmes ietekmi uz tirgu un par to, kā attiecīgā sabiedrības daļa uztver šo preču zīmi, kas izklāstīti lēmuma 19.–21. punktā, nav pamatots ne ar kādiem pušu iesniegtajiem materiāliem iebilduma procesā. Pēc prasītāju domām, Apelāciju padomei nebija tiesību pamatot savu lēmumu ar pieņēmumiem un minējumiem, kurus puses nebija izvirzījušas.

25 ITSB atbildēja, ka Apelāciju padome nepārkāpa Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta beigu daļu, pamatojot savu lēmumu ar faktiem, kas bija iesniegti procesā.

Tieši pretēji — pēc ITSB domām, Apelāciju padome pienācīgi veica labi zināmu faktu juridisko novērtējumu, ar kuriem Iebildumu nodaļa jau bija pamatojusi savu lēmumu.

26 Persona, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka ITSB ir tiesības pamatot savus lēmumus ar labi zināmiem faktiem, pat ja puse procesā nav uz tiem balstījusies. Personas, kas iestājusies lietā, skatījumā fakts, ka automobiļi ir preces, kas tiek pārdotas par augstām cenām, un fakts, ka, pērkot automobīli, īpaši liels skaits faktoru ietekmē patērētāja lēmumu, ir labi zināms.

Pirmās instances tiesas vērtējums

27 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 74. pantam "lietas izskatīšanas procesos, kas attiecas uz relatīvu pamatu reģistrācijas noraidīšanai, [ITSB] aprobežojas ar faktu, pierādījumu un argumentu, ko puses iesniegušas, pārbaudi".

28 Šis noteikums ierobežo ITSB veiktu izvērtēšanu divos veidos. Tas attiecas, pirmkārt, uz ITSB lēmumu faktisko pamatu, t.i., uz faktiem un pierādījumiem, ar kuriem lēmumus var juridiski korekti pamatot (šajā sakarā skat. Pirmās instances tiesas 2002. gada 13. jūnija spriedumu lietā T-232/00 *Chef Revival USA/*ITSB — *Massagué Marín (Chef)*, *Recueil*, II-2749. lpp., 45. punkts), un, otrkārt, uz šo lēmumu juridisko pamatojumu, t.i., uz noteikumiem, kas ir jāpiemēro iestādei, kura izskata lietu. Tādēļ Apelāciju padome, izskatot apelācijas sūdzību par lēmumu, ar kuru tika izbeigts iebilduma process, var pamatot savu lēmumu, tikai balstoties uz tiem relatīvajiem atteikuma pamatojumiem, uz kuriem ir balstījusies iesaistītā puse, un uz saistītajiem faktiem un pierādījumiem, ko tā ir iesniegusi (Pirmās instances tiesas 2003. gada 23. septembra spriedums lietā T-308/01 *Henkel/*ITSB — *LHS (UK) (KLEENCARE)*, *Recueil*, II-3253. lpp., 32. punkts).

29 Tomēr ierobežojums attiecībā uz faktiskā pamatojuma vērtēšanu, ko veic Apelāciju padome, neaizliedz tai ņemt vērā, papildus tiem faktiem, ko puses ir tieši iesniegušas iebildumu procesā, tos faktus, kas ir labi zināmi, t.i., tādi, ko varētu zināt visi vai ko var uzzināt no vispārēji pieejamiem avotiem.

30 No paša sākuma ir jāņem vērā tas, ka Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta beigās noteiktais juridiskais noteikums rada izņēmumu ITSB faktu pārbaudes principam, ko tas veic pēc savas iniciatīvas, kā tas ir noteikts *in limine* šajā noteikumā. Tādēļ šis izņēmums ir šauri jāinterpretē, definējot tā apjomu, lai nepārkāptu nepieciešamo tā mērķa sasniegšanai.

31 Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta beigās noteiktās tiesību normas mērķis ir atbrīvot ITSB no uzdevuma pašam izmeklēt faktus procesa pušu starpā ietvaros. Šis mērķis netiek pārkāpts, ja ITSB ņem vērā vispārzināmus faktus.

32 No otras puses, Regulas Nr. 40/94 74. panta 1. punkta beigu daļas mērķis nevar būt tāds, kas liek Iebildumu nodaļai vai Apelāciju padomei apzināti pieņemt lēmumu uz faktisku hipotēžu pamata, kuras ir acīmredzami nepilnīgas vai pretējas īstenībai. Tam nav arī mērķa pieprasīt no iebildumu procesa pusēm iesniegt ITSB ikvienu labi zināmu faktu, kas varētu būt nozīmīgs lēmuma pieņemšanai. Interpretējot šo noteikumu kā tādu, kas izslēdz labi zināmu faktu ņemšanu vērā pēc iestādes iniciatīvas, puses tiktu iedrošinātas iekļaut savos apsvērumos vispārzināmu faktu apskatus kā piesardzības pasākumu, tādējādi riskējot padarīt iebildumu procesu daudz pārslogotāku.

33 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, ir jāizvērtē, vai Apelāciju padome nepārkāpa strīda robežas starp pusēm, ņemot vērā dažādus jautājumus, kas minēti šajos pamatos.

34 Pirmkārt, prasītāji kritizē Apstrīdētā lēmuma 15. punktu, kas nosaka, ka vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis visticamāk mainīsies atkarībā no attiecīgās preču kategorijas un ka "ir pieļaujami uzskatīt, ka attiecīgais patērētājs, pērkot šādus produktus, pievērsīs tiem īpašu uzmanību" (proti, transporta līdzekļiem un to rezerves daļām un omnibusiem). Otrkārt, prasītāji kritizē Apelāciju padomi, jo tā ņēma vērā Apstrīdētā lēmuma 19. punktā vārda "PICASSO" konceptuālo ietekmi uz atbilstošo tirgu un apgalvoja, ka "varētu iedomāties, ka vairākums Eiropas patērētāju saistīs vārdu "PICASSO" ar XX gadsimta pasaules visslavenāko gleznotāju Pablo Pikaso". Treškārt, prasītāji uzskata, ka Apelāciju padome Apstrīdētā lēmuma 20. un 21. punktā nevarēja balstīties uz apgalvojumiem, ka "apzīmējuma "PICASSO" raksturīgā atšķirtspēja ir tik augsta, ka ikkatra uztverama atšķirība var izslēgt ikkatru sajaukšanas iespēju atbilstošajiem patērētājiem", un ka "atbilstošais patērētājs, sastapies ar vārdu "PICASSO" un preču zīmi, kas to ietver, nekad neuztvers preču zīmi "PICARO" saistībā ar spāņu mākslinieku, kā tas būtu ar preču zīmi "PICASSO"".

35 Iepriekš minētajos Apstrīdētā lēmuma teksta fragmentos Apelāciju padome neiekļāva jaunus faktus — ne labi zināmus, ne arī mazāk zināmus, — bet precizēja un piemēroja kritēriju, kas atbilstoši Tiesas judikatūrai ir svarīgs, lai novērtētu, vai starp attiecīgajām preču zīmēm pastāv sajaukšanas iespēja, proti, prezumēta vidusmēra patērētāja uztvere, kas ir pietiekami vērīgs un apdomīgs, attiecībā uz konkrēto preču vai pakalpojumu kategoriju (Eiropas Kopienu Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedums lietā C-251/95 *SABEL*, *Recueil*, I-6191. lpp., 23. punkts; Eiropas Kopienu Tiesas 1998. gada 16. jūlija spriedums lietā C-210/96 *Gut Springenheide et Tusky*, *Recueil*, I-4657. lpp., 31. punkts, un Eiropas Kopienu Tiesas 1999. gada 22. jūnija spriedums lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, *Recueil*, I-3819. lpp., 25. un 26. punkts). Tādēļ tā bija būtiska Apelāciju padomes argumentācijas daļa. Prasītāji nevar apgalvot, ka, pielietojot kritēriju, kas nepieciešams sajaukšanas iespējas novērtēšanai, Apelāciju padome būtu pārkāpusi strīda robežas starp pusēm.

36 Saistībā ar otro iepriekš minēto punktu būtu jāpiebilst, ka "Pikaso mantojums" pats savā procesuālā raksta, kurā tas izklāstīja apelācijas sūdzības pamatus ITSB Apelāciju padomē, 3. lappusē norādīja:

"[ITSB] atzīmē, pirmkārt, ka Eiropas patērētāji atpazīs "PICASSO" kā slaveno spāņu gleznotāju. Apelācijas sūdzības iesniedzējs piekrīt šim uzskatam. (*The Office firstly notes that PICASSO will be recognized by the European consumers as a famous Spanish painter. The Appellant shares this point of view.*)."

37 Šādos apstākļos prasītāji nevar kritizēt Apelāciju padomi par to, ka tā Apstrīdētajā lēmumā ņēma vērā prezumēto sabiedrības uztveri, ko "Pikaso mantojums" tieši apstiprināja iepriekš citētajā procesuālajā rakstā. Šajā aspektā pamats ir kļūdains arī faktu ziņā.

38 Tādējādi otrais pamats nav dibināts.

Par pirmo pamatu — Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpums

Lietas dalībnieku argumenti

39 Prasītāji izvirzīja sešus argumentus, lai pamatotu šo pamatu.

40 Pirmkārt, prasītāji kritizē Apelāciju padomi par to, ka tā ir balstījusi savu lēmumu uz pieņēmumu, ka vidusmēra patērētājs ir īpaši vērīgs un uzmanīgs, pērkot transporta līdzekļus un to rezerves daļas. Viņi apgalvo, ka šis pieņēmums attiecas tikai uz pirkšanas brīdi, turpretī, sastopoties ar precēm citās situācijās nekā pārdošana, kas marķētas ar attiecīgajām preču zīmēm, piemēram, redzot šos transporta līdzekļus uz ceļa, pat vērīgi patērētāji varētu būt vedināti uzskatīt, ka šīs preces ir kaut kādā veidā vienādas vai ka starp tām ir ekonomiska vai cita saistība komerciālās izcelsmes ziņā. Tādējādi Apelāciju padome neņēma vērā "pēcpārdošanas sajaukšanas teoriju", kaut gan tā ir vispārēji atzīta preču zīmju tiesībās, jo īpaši Eiropas Kopienu Tiesas 2002. gada 12. novembra spriedumā lietā C-206/01 *Arsenal Football Club* (*Recueil*, I-10273. lpp.). Prasītāji uzsver, ka šajā sakarā sajaukšanas iespējas jēdziens ietver netiešas sajaukšanas iespēju. Turklāt prasītāji kritizē Apelāciju padomi par to, ka tā nenorādīja pamatojumu savam pieņēmumam par attiecīgās sabiedrības daļas īpašo vērību un uzmanību.

41 Otrkārt, viņi apgalvo, ka attiecīgās preču zīmes ir vizuāli un fonētiski līdzīgas. Viņi piebilst, ka vizuālā, fonētiskā un jēdzieniskā līdzība ir jāvērtē uz šo preču zīmju salīdzināšanas pamata, neņemot vērā attiecīgās sabiedrības daļas sastāvu, jo tas kā faktors kļūst svarīgs tikai visaptverošā sajaukšanas iespējas novērtējumā.

42 Treškārt, prasītāji apstrīd argumentu, ka vārda "Picasso" konceptuālais iespaids dominē pār attiecīgo preču zīmju fonētisko un vizuālo līdzību. Viņi precizē, ka saistībā ar attiecīgajām precēm, proti, transporta līdzekļiem, vārdiskajam apzīmējumam "PICASSO" nav nozīmes. Viņi apgalvo, ka Apelāciju padomei bija jāvērtē sajaukšanas iespēja tikai attiecībā uz šīm precēm, un nav būtiski ņemt vērā nozīmes, kas šim apzīmējumam varētu būt ārpus transportlīdzekļu konteksta. Tiesas sēdē viņi minēja, ka, izmantojot šādu pieeju — ka vārds "Picasso" tiek saprasts kā tāds un vienmēr uztverts kā norādošs uz gleznotāju, nevis transporta līdzekļiem, — sekas varētu būt tādas, ka šai preču zīmei tiek liegta spēja nodrošināt to, ka preces var

atšķirt, kaut gan to ir reģistrējis ITSB. Turklāt šāda pieeja ierobežotu "PICASSO" preču zīmes aizsardzību tādā ziņā, ka to varētu pretstatīt tikai precīzi identiskiem apzīmējumiem, jo semantiskais saturs vienmēr neitralizēs vizuālās un fonētiskās līdzības, kuras šim vārdiskajam apzīmējumam varētu būt ar nedaudz atšķirīgiem apzīmējumiem.

43 Turklāt prasītāji apgalvo — tas, ka divas preču zīmes ir līdzīgas tikai saistībā ar vienu no būtiskajiem kritērijiem, tādiem kā vizuālais un fonētiskais kritērijs, varētu būt pietiekami, lai konstatētu sajaukšanas iespējas pastāvēšanu.

44 Ceturtkārt, prasītāji norāda, ka Apstrīdētais lēmums pārkāpj noteikumu, atbilstoši kuram sajaukšanas iespējas esamību ir daudz vieglāk konstatēt, ja agrākā preču zīme ir ar atšķirtspēju. Viņi apgalvo, ka vārdiskajam apzīmējumam "PICASSO" ir augsta raksturīgā atšķirtspēja, un tas, ka šis apzīmējums ir arī slavena gleznotāja vārds, viņuprāt, šajā sakarā nav būtisks.

45 Piektkārt, viņi uzskata, ka Apstrīdētā lēmuma 21. punktā Apelāciju padome kļūdījās, apskatot vienīgi jautājumu, vai attiecīgā sabiedrības daļa, sastopoties ar agrāko preču zīmi, domātu par reģistrācijai pieteikto preču zīmi. Viņu skatījumā tai — tieši pretēji — vajadzēja izvērtēt, vai šī sabiedrības daļa, sastopoties ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, varētu uztvert saikni ar agrāko preču zīmi. Viņi apgalvo, ka tāds ir šis gadījums, ņemot vērā attiecīgo preču līdzību.

46 Sestkārt un visbeidzot, prasītāji apgalvo, ka Apelāciju padome pārprata argumentu, ka personas, kas iestājusies lietā, nolūks bija izmantot agrāko preču zīmi un apzināti radīt sajaukšanu starp attiecīgajām preču zīmēm. Viņi atzīst, ka iebildums ir pamatots ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, nevis ar 8. panta

5. punktu, bet precizē, ka arguments ietilpst tajā kontekstā apelācijas procesā, kurā "Pikaso mantojums" apgalvoja — persona, kas iestājusies lietā, preču zīmes pieteikuma iesniegšanas laikā zināja, ka tiks izlaisti produkti ar agrāko preču zīmi.

47 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, uzskata, ka pamats nav dibināts, jo atšķirība starp attiecīgajām preču zīmēm ir pietiekama, lai izslēgtu starp tām sajaukšanas iespēju.

Pirmās instances tiesas vērtējums

48 Saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, ja agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieprasīto preču zīmi nereģistrē, ja tās identiskuma vai līdzības dēļ ar agrāko preču zīmi un preču vai pakalpojumu, ko aptver preču zīmes, identiskuma vai līdzības dēļ pastāv iespēja maldināt sabiedrību [sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja] tajā teritorijā, kurā ir aizsargāta agrākā preču zīme.

49 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi nāk no viena uzņēmuma vai, attiecīgā gadījumā, no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem, rada sajaukšanas iespēju.

50 Šī judikatūra arī nosaka, ka sajaukšanas iespēja ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā to, kā konkrētā sabiedrības daļa uztver apzīmējumus un preces vai pakalpojumus, ņemot vērā visus uz konkrēto lietu attiecināmos faktorus, jo īpaši savstarpējo

saistību starp apzīmējumu līdzību un preču vai pakalpojumu, kurus šie apzīmējumi aptver, līdzību (skat. Pirmās instances tiesas 2003. gada 9. jūlija spriedumu lietā T-162/01 *Laboratorios RTB*/ITSB — *Giorgio Beverly Hills* (*GIORGIO BEVERLY HILLS*), *Recueil*, II-2821. lpp., 31.–33. punkts, un minētā judikatūra).

51 Šajā lietā agrākā preču zīme Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta nozīmē ir Kopienas preču zīme. Izvērtējot iepriekšējā punktā minētos apstākļus, ir jāņem vērā sabiedrības skatījums visā Kopienā. Ņemot vērā preču raksturu, uz kurām agrākā preču zīme ir reģistrēta, attiecīgo sabiedrības daļu veido gala patērētāji.

52 Tā ir parasta situācija, ka preces, kuras ir norādītas preču zīmes reģistrācijas pieteikumā, un tās, saistībā ar kurām ir reģistrēta agrākā preču zīme, ir daļēji identiskas un daļēji līdzīgas.

53 Tādēļ būtu jāizvērtē, vai līdzības pakāpe starp attiecīgajiem apzīmējumiem ir pietiekami liela, lai varētu uzskatīt, ka starp tiem pastāv sajaukšanas iespēja. No pastāvīgās judikatūras izriet, ka attiecībā uz konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību sajaukšanas iespējas visaptverošajam vērtējumam ir jābalstās uz šo apzīmējumu radīto kopējo iespaidu, jo īpaši ņemot vērā to atšķirīgus un dominējošus elementus (Pirmās instances tiesas 2003. gada 14. oktobra spriedums lietā T-292/01 *Phillips Van Heusen*/ITSB — *Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)*, *Recueil*, II-4335. lpp., 47. punkts, un minētā judikatūra). Šajā ziņā prasītāju arguments — ka līdzība starp diviem apzīmējumiem ir jāvērtē, neņemot vērā attiecīgās sabiedrības daļas sastāvu, jo tam ir nozīme tikai visaptverošā sajaukšanas iespējas novērtēšanā, — ir jānoraida. Attiecīgo apzīmējumu līdzības novērtējums ir būtisks visaptverošās sajaukšanas iespējas novērtēšanas elements. Tādēļ tas, gluži kā novērtējums, ir jāveic attiecībā uz attiecīgās sabiedrības daļas uztveri.

54 Saistībā ar vizuālo un fonētisko līdzību prasītāji pareizi atzīmē, ka attiecīgie apzīmējumi ietver trīs zilbes, satur vienādus patskaņus atbilstošās vietās un tādā pašā secībā, un, izņemot attiecīgi burtus "ss" un "r", arī satur vienādus līdzskaņus, kas turklāt ir atbilstošās vietās. Visbeidzot, tas, ka pirmās divas zilbes un pēdējie burti ir identiski, ir īpaši nozīmīgs. No otras puses, dubultā līdzskaņa "ss" izruna atšķiras no līdzskaņa "r" izrunas. No tā izriet, ka šie divi apzīmējumi ir vizuāli un fonētiski līdzīgi, bet līdzīguma pakāpe attiecībā uz pēdējo aspektu ir zema.

55 No jēdzieniskā skata punkta raugoties, vārdiskais apzīmējums "PICASSO" ir attiecīgajai sabiedrības daļai īpaši labi zināms kā slavenā gleznotāja Pablo Pikaso vārds. Vārdisko apzīmējumu "PICARO" spāņu valodā runājošas personas varētu uztvert kā tādu, kas tostarp norāda uz spāņu literatūras personāžu, toties tam nav nekāda semantiska konteksta attiecīgās sabiedrības daļai (vairākumam), kas nerunā spāņu valodā. Tādēļ apzīmējumi nav līdzīgi, raugoties no jēdzieniskā skata punkta.

56 Šādas jēdzieniskās atšķirības noteiktos apstākļos var neitralizēt vizuālo un fonētisko līdzību starp attiecīgajiem apzīmējumiem. Lai šāda neitralizēšana būtu iespējama, vismaz vienam no attiecīgajiem apzīmējumiem, raugoties no attiecīgās sabiedrības daļas skata punkta, jābūt skaidrai un specifiskai nozīmei, lai šī sabiedrība būtu spējīga to uzreiz uztvert (*BASS*, minēts iepriekš 53. punktā, 54. punkts).

57 Vārdiskajam apzīmējumam "PICASSO" ir skaidra un specifiska semantiskā nozīme attiecīgajai sabiedrības daļai. Pretēji prasītāju apgalvojumiem, novērtējot sajaukšanas iespēju, apzīmējuma nozīmes svarīgumu šajā gadījumā nav ietekmējis tas, ka šai nozīmei nav nekādas saistības ar attiecīgajām precēm. Gleznotāja Pablo Pikaso reputācija ir tāda, ka ir neticami uzskatīt, trūkstot īpašiem pierādījumiem, kas liecinātu par pretējo — ka apzīmējums "PICASSO" kā transporta līdzekļu preču

zīme varētu vidusmēra patērētāja uztverē pārspēt gleznotāja vārdu tā, ka patērētājs, sastopoties ar apzīmējumu "PICASSO" attiecīgo preču kontekstā, neņems vērā apzīmējuma nozīmi kā gleznotāja vārdu un pamatā to uztvers tostarp kā transporta līdzekļu preču zīmi.

58 No tā izriet, ka šajā lietā jēdzieniskās atšķirības, kas šķir attiecīgos apzīmējumus, ir tādas, kas neitralizē 54. punktā apskatītās vizuālās un fonētiskās līdzības.

59 Visaptverošās sajaukšanas iespējas novērtēšanas kontekstā ir jāņem vērā arī tas, ka, ņemot vērā attiecīgo preču iezīmes un jo īpaši to cenu un augsti tehnoloģisko raksturu, attiecīgās sabiedrības daļas uzmanības līmenis, veicot pirkumu, ir īpaši augsts. Prasītāju izvirzītā iespējamība — ka attiecīgās sabiedrības daļas locekļi varētu uztvert attiecīgās preces arī situācijās, kurās tie nepievērš precēm tādu uzmanību, — neliedz ņemt vērā šo uzmanības līmeni. Atteikums reģistrēt preču zīmi sakarā ar tās sajaukšanas iespēju ar agrāku preču zīmi ir pamatots, ja šāda sajaukšana varētu pārmērīgi ietekmēt attiecīgos patērētājus brīdī, kad tie pieņem lēmumu saistībā ar attiecīgajām precēm vai pakalpojumiem. No tā izriet — lai novērtētu sajaukšanas iespēju, ir jāņem vērā vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis brīdī, kad tas izvēlas starp dažādām precēm vai pakalpojumiem tajā kategorijā, kurā preču zīme ir reģistrēta.

60 Ir jāpiebilst, ka jautājums par attiecīgās sabiedrības daļas uzmanības līmeni, kas ir jāņem vērā, vērtējot sajaukšanas iespēju, atšķiras no jautājuma par to, vai apstākļi pēc pirkuma izdarīšanas varētu būt būtiski, vērtējot, vai ir noticis preču zīmju tiesību pārkāpums, kā tas ir atzīts lietā *Arsenal Football Club* (minēta 40. punktā), uz kuru pamatojās prasītāji lietā par apzīmējuma lietošanu, kas ir identisks preču zīmei.

61 Turklāt, prasītāji šajā lietā kļūdaini pamatojās uz judikatūru, kas nosaka, ka preču zīmēm, kurām ir augsta atšķirtspēja *per se* vai sakarā ar to pazīstamību tirgū, ir plašāka aizsardzība nekā preču zīmēm, kurām ir mazāka atšķirtspēja (*SABEL*, minēts 35. punktā, 24. punkts, un Eiropas Kopienu Tiesas 1998. gada 29. septembra spriedums lietā C-39/97 *Canon, Recueil*, I-5507. lpp., 18. punkts). Tas, ka vārdiskais apzīmējums "PICASSO" ir plaši pazīstams kā atbilstošs slavenā gleznotāja Pablo Pikaso vārdam, nevar paaugstināt sajaukšanas iespēju starp divām preču zīmēm saistībā ar attiecīgajām precēm.

62 Ņemot vērā visus iepriekš minētos elementus, līdzības pakāpe starp attiecīgajām preču zīmēm nav pietiekami augsta, lai uzskatītu, ka attiecīgā sabiedrības daļa varētu domāt, ka attiecīgās preces ir no viena uzņēmuma vai — attiecīgā gadījumā — no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Tādēļ Apelāciju padome pareizi konstatēja, ka starp tām nav sajaukšanas iespējas.

63 Nobeigumā, attiecībā uz argumentu, kas tika izvirzīts procesuālajā rakstā, kurā tika izklāstīti apelācijas sūdzības pamati ITSB — ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izvēle personai, kas iestājusies lietā, varētu kalpot tikai mērķim krāpnieciskā veidā gūt nepamatotu labumu no agrākās preču zīmes komerciālajiem panākumiem, — Apelāciju padome pareizi uzskatīja, ka šis arguments varēja būt nozīmīgs tikai Regulas 40/94 8. panta 5. punkta kontekstā, uz kura iebildums netika balstīts.

64 Tādēļ pirmais pamats arī ir jānoraida.

65 No tā izriet, ka prasība ir jānoraida kopumā.

Par tiesāšanās izdevumiem

66 Atbilstoši 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. Tā kā prasītājiem spriedums ir nelabvēlīgs, tiem jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar atbildētāja un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

PIRMĀS INSTANCES TIESA (otrā palāta)

nospriež:

1) prasību noraidīt;

2) prasītāji atlīdzina tiesāšanās izdevumus.

Forwood Pirrung Meij

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2004. gada 22. jūnijā.

Sekretārs

H. Jung

Priekšsēdētājs

J. Pirrung