VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (astotā palāta)

2010. gada 21. aprīlī *

Lieta T-361/08

***Peek & Cloppenburg***, Hamburga (Vācija),

***Van Graaf GmbH & Co. KG***, Vīne (Austrija),

ko pārstāv V. fon Bomharde [*V. von Bomhard*], A. Renks [*A. Renck*], T. Dolde [*T. Dolde*] un Ž. Pose [*J. Pause*], advokāti,

prasītājas,

* Tiesvedības valoda — vācu.

pret

**Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB)**, ko pārstāv S. Šēfners [*S. Schäffner*], pārstāvis,

atbildētājs,

persona, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā un kurai atļauts aizstāt *Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand* (Taizeme), otra procesa ITSB Apelāciju padomē dalībniece —

***The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand* (Taizeme)**, Bangkoka (Taizeme), ko pārstāv A. Kokleiners [*A. Kockläuner*], advokāts,

par prasību par ITSB Apelāciju ceturtās palātas 2008. gada 10. jūnija lēmumu lietā R 1677/2007-4 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Peek & Cloppenburg* un *Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand*.

šādā sastāvā: priekšsēdētāja E. Martinša Ribeiru [*E. Martins Ribeiro*] (referente), tiesneši S. Papasavs [*S. Papasavvas*] un N. Vāls [*N. Wahl*],

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

pasludina šo spriedumu.

**Spriedums**

**Prāvas priekšvēsture**

1 2004. gada 29. oktobrī *Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand* (Taizeme) [Taizemes premjerministra biroja pastāvīgā sekretāra birojs] 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.) (aizstāta ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Kopienas preču zīmi (OV L 78, 1. lpp.).

2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir grafisks apzīmējums, kas attēlots šādi:



3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta preču zīmes reģistrācija, ietilpst 24. un 25. 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 šīm klasēm atbilst šādam aprakstam:

— 24. klase: "zīds";

— 25. klase: "zīda apģērbi".

4 Šis pieteikums tika publicēts 2005. gada 13. jūnija *Bulletin des marques communautaires* [*Kopienas Preču Zīmju Biļetenā*] Nr. 24/2005.

5 2005. gada 7. septembrī viena no abām prasītājām šajā lietā, proti, *Peek & Cloppenburg*, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 42. pantu (tagad — Regulas Nr. 207/2009 41. pants), iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju, atsaucoties uz sajaukšanas iespēju Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta (tagad — Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts) izpratnē.

6 Iebildumi balstīti uz Vācijā veiktu šādas grafiskas preču zīmes reģistrāciju Nr. 30336340:



7 Šī preču zīme tika iesniegta 2003. gada 18. jūlijā un reģistrēta 2004. gada 14. jūnijā attiecībā uz šādām precēm un pakalpojumiem, kas ietilpst 18., 25. un 35. klasē:

— 18. klase: "ādas izstrādājumi, it īpaši jostas, somas, konteineri (ietilpst 18. klasē) un mākslinieciski ādas izstrādājumi, it īpaši naudas maki, portfeļi, atslēgu maki, lietussargi";

— 25. klase: "sieviešu, vīriešu un bērnu apģērbi (tostarp adīti, šūti un ādas apģērbi), it īpaši virsdrēbes, iekštelpu apģērbi, atpūtas un sporta apģērbi; apavi, tostarp zābaki un čības, jostas";

— 35. klase: "reklāma, darījumu vadīšana, uzņēmumu pārvaldīšana, biroja darbi, preču prezentēšana, paraugu izplatīšana reklāmas nolūkā, preču un pakalpojumu pārdošana izsolēs, tirgus izpēte".

8 Iebildumi bija vērsti pret visām reģistrācijas pieteikumā norādītajām precēm.

9 Ar 2007. gada 15. oktobra lēmumu Iebildumu nodaļa noraidīja iebildumus, motivējot ar to, ka konfliktējošie apzīmējumi nav līdzīgi un ka jebkurā gadījumā Kopienas teritorijā nepastāv nekāda sajaukšanas iespēja.

10 2007. gada 26. oktobrī *Peek & Cloppenburg* par Iebildumu nodaļas lēmumu iesniedza ITSB apelācijas sūdzību.

11 2007. gada 15. novembrī *Peek & Cloppenburg* iesniedza *Deutsches Patent- und Markenamt* (Vācijas Patentu un preču zīmju birojs) pieteikumu par agrākās preču zīmes nodošanu otrai prasītājai šajā lietā, proti, *van Graaf GmbH & Co. KG* (turpmāk tekstā — "*van Graaf*").

12 Ar 2008. gada 10. jūnija lēmumu (turpmāk tekstā — "apstrīdētais lēmums") ITSB Apelāciju ceturtā padome noraidīja apelācijas sūdzību. Tā atstāja spēkā Iebildumu nodaļas lēmumu par to, ka attiecīgie apzīmējumi ir vizuāli, fonētiski un konceptuāli atšķirīgi, tādējādi nav jāsalīdzina attiecīgās preces, jo nav īstenojies viens no Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētajiem nosacījumiem. Tā precizēja, ka, pat pieņemot, ka vienīgi apzīmējumu konceptuālās līdzības dēļ apzīmējumi ir līdzīgi, rezultāts nemainītos pat tad, ja attiecīgās preces tiktu uzskatītas par identiskām, jo konkrētā sabiedrības daļa nekļūdītos attiecībā uz to komerciālo izcelsmi.

13 2008. gada 11. augustā *Deutsches Patent- und Markenamt* izsniedza apliecību, no kuras izriet, ka *van Graaf* ir preču zīmes jaunais īpašnieks, kas aizstāj *Peek & Cloppenburg* no 2007. gada 17. novembra.

**Process un lietas dalībnieku prasījumi**

14 Ar prasības pieteikumu, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegts 2008. gada 27. augustā, prasītājas cēla šo prasību.

15 ITSB un *The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand* [Taizemes Lauksaimniecības un kooperatīvu ministrijas pastāvīgā sekretāra biroja Karalienes Sirikitas zīdkopības institūts] iesniedza savus iebildumus rakstus Pirmās instances tiesas kancelejā 2008. gada 16. decembrī.

16 2008. gada 16. decembrī *The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand* sava iebildumu raksta ietvaros iesniedza pieteikumu par aizstāšanu, lai iestātos lietā Pirmās instances

tiesā, aizstājot *Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand* [Taizemes premjerministra biroja pastāvīgā sekretāra biroju] un 2009. gada 8. janvārī iesniedza Pirmās instances tiesas kancelejā līguma par Kopienas preču zīmes "Thai Silk" nodošanu kopiju.

17 Ar vēstuli, kas Pirmās instances tiesas kancelejā reģistrēta 2009. gada 2. februārī, ITSB pauda savu piekrišanu šim pieteikumam par aizstāšanu. Ar vēstuli, kas reģistrēta tajā pašā dienā, prasītājas norādīja, ka tām nav iebildumu pret šo aizstāšanu.

18 Ar 2009. gada 19. jūnija rīkojumu Pirmās instances tiesa atļāva *The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand* aizstāt *Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand* kā personai, kas iestājas lietā Pirmās instances tiesā.

19 Ar 2009. gada 9. jūlija lēmumu Pirmās instances tiesa nolēma noraidīt kā nepieņemamu *The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand* iebildumu rakstu, motivējot ar to, ka tā ir kļuvusi par personu, kas iestājusies lietā, vienīgi no Pirmās instances tiesas 2009. gada 19. jūnija rīkojuma dienas, tādējādi minētā iebilduma raksta iesniegšanas dienā, proti, 2008. gada 16. decembrī, tā nebija lietas dalībniece. Pirmās instances tiesa lūdza personu, kas iestājusies lietā, sniegt savu argumentāciju attiecībā uz šo lietu tiesas sēdē.

20 Ar vēstuli, kas Pirmās instances tiesas kancelejā iesniegta 2009. gada 24. jūlijā, *The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand* vēlreiz iesniedza savu 2008. gada 16. decembra iebildumu rakstu, kā arī tā pielikumus, lai tie tiktu ņemti vērā šīs lietas izskatīšanas ietvaros, nolūkā faktiski nodrošināt savas tiesības tikt uzklausītai.

21 Pirmās instances tiesas astotās palātas priekšsēdētājs, ņemot vērā šīs lietas īpašos apstākļus, nolēma akceptēt minēto dokumentu un atļaut pārējiem lietas dalībniekiem paust par to viedokli tiesas sēdē.

22 Prasītāju *Peek & Cloppenburg* un *van Graaf* prasījumi Vispārējai tiesai [iepriekš — Pirmās instances tiesa] ir šādi:

— atcelt apstrīdēto lēmumu;

— piespriest ITSB atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

23 ITSB prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt *van Graaf* prasību kā nepieņemamu;

— noraidīt *Peek & Cloppenburg* prasību kā nepamatotu;

— piespriest prasītājām atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

24 Personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:

— noraidīt prasību kā nepieņemamu;

— noraidīt prasību kā nepamatotu;

— piespriest prasītājām atlīdzināt tiesāšanās izdevumus

25 2009. gada 8. novembra tiesas sēdē tika uzklausīti lietas dalībnieku mutvārdu paskaidrojumi un to atbildes uz Pirmās instances tiesas uzdotajiem jautājumiem.

**Par prasības pieņemamību**

*Lietas dalībnieku argumenti*

26 Prasītājas precizē, ka *Peek & Cloppenburg* ir cēlusi prasību procesuālu apsvērumu un piesardzības dēļ kā formāli skartā puse Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punkta (tagad — Regulas Nr. 207/2009 65. panta 4. punkts) izpratnē un ka *van Graaf* ir cēlusi prasību kā materiāli skartā puse. Tās arī lūdz, lai tās informē par jebkādu iespējamo Vispārējās tiesas lēmumu, saskaņā ar kuru tikai vienai no tām būtu tiesības celt prasību.

27 ITSB, pamatojoties uz Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punktu, norāda, ka *Peek & Cloppenburg* bija procesa Apelāciju padomē dalībniece, tādējādi vienīgi tai ir tiesības celt prasību. Protams, preču zīme esot tikusi nodota *van Graaf* un to materiāli ietekmējot apstrīdētais lēmums. Tomēr, lai piemērotu šo normu, izšķirošs esot formālais lietas dalībnieka apelācijas procesā statuss. Tā kā *van Graaf* nekad neesot bijusi procesa Apelāciju padomē dalībniece, tai neesot tiesību celt prasību.

28 ITSB, pamatojoties uz Vispārējās tiesas judikatūru, uzskata, ka *van Graaf* varētu iestāties lietā *Peek & Cloppenburg* vietā tādēļ, ka ir notikusi agrākās preču zīmes nodošana, ar nosacījumu, ka *van Graaf* lūdz aizstāt *Peek & Cloppenburg* attiecībā uz tās tiesībām un ka Vispārējā tiesa atļauj šo aizstāšanu, izdodot par to rīkojumu. Tomēr *van Graaf* neesot iesniegusi nekādu pieteikumu par aizstāšanu.

29 Persona, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka prasība ir nepieņemama tādēļ, ka pirmkārt, *Peek & Cloppenburg* vairs nav preču zīmes īpašniece kopš 2007. gada 17. novembra, tādējādi apstrīdētais lēmums nevarot būt tai nelabvēlīgs Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punkta izpratnē, un, otrkārt, *van Graaf* nebija procesa Apelāciju padomē dalībniece un nebija iestājusies šajā procesā, lai gan tā bija kļuvusi par agrākās preču zīmes īpašnieci neilgi pēc apelācijas procesa uzsākšanas Apelāciju padomē. Attiecīgi nevienai no prasītājām neesot tiesību celt prasību.

*Vispārējās tiesas vērtējums*

30 Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punktā ir paredzēts, ka prasību par Apelāciju padomes lēmumiem "var celt jebkura lietas izskatīšanas procesā Apelācijas padomē iesaistīta puse, ko nelabvēlīgi ietekmējis padomes lēmums".

31 Šajā sakarā ir jānorāda, ka lietā, kurā preču zīmes nodošana bija notikusi pēc Apelāciju padomes lēmuma, bet pirms prasības celšanas Pirmās instances tiesā, tika nolemts, ka atbilstoši Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punktam agrākās preču zīmes jaunie īpašnieki var celt prasību Pirmās instances tiesā un tiem ir jāļauj būt lietas dalībniekiem, ja vien tie ir pierādījuši, ka tiem ir tiesības, uz kurām tika izdarīta atsauce ITSB (Pirmās instances tiesas 2005. gada 28. jūnija spriedums lietā T-301/03 *Canali Ireland*/ITSB — *Canal Jean* ("CANAL JEAN CO. NEW YORK"), Krājums, II-2479. lpp., 19. punkts).

32 Tāpat ir jānorāda, ka šajā lietā, kas bija pamatā iepriekš 31. punktā minētajam spriedumam "CANAL JEAN CO. NEW YORK", tā kā agrākās preču zīmes jaunais īpašnieks bija pierādījis attiecīgās preču zīmes nodošanu viņam par labu un ITSB bija reģistrējis šo nodošanu pēc procesa Apelāciju padomē, šis jaunais īpašnieks bija kļuvis par procesa ITSB dalībnieku.

33 Izskatāmajā lietā no lietas materiāliem izriet, ka ar 2007. gada 15. novembra vēstuli *Peek & Cloppenburg* lūdza *Deutsches Patent- und Markenamt* vairāku preču zīmju, tostarp agrākās preču zīmes, nodošanu par labu *van Graaf* un ka *Deutsches Patent- und Markenamt* 2008. gada 11. augustā izsniedza *van Graaf* pārstāvim apliecību, kas apliecina tiesību uz šo preču zīmi nodošanu par labu *van Graaf* 2007. gada 17. novembrī, tādējādi tā kļuva par procesa ITSB dalībnieci Regulas Nr. 40/94 63. panta 4. punkta izpratnē (šajā ziņā skat. arī Pirmās instances tiesas 2007. gada 13. decembra spriedumu lietā T-134/06 *Xentral*/ITSB — *Pages jaunes* ("PAGESJAUNES.COM"), Krājums, II-5213. lpp.).

34 Šo secinājumu nevar atspēkot fakts, ka agrākās preču zīmes nodošanu oficiāli reģistrēja *Deutsches Patent- und Markenamt*, nevis ITSB, jo agrākā preču zīme bija reģistrēta Vācijā un nav ticis apstrīdēts, ka ir notikusi šīs preču zīmes nodošana par labu *van Graaf*.

35 Līdz ar to prasība attiecībā uz *van Graaf* ir pieņemama.

36 Tā kā runa ir par vienu vienīgu prasību, nav nepieciešams izvērtēt, vai *Peek & Cloppenburg* ir tiesības celt prasību (šajā ziņā skat. Tiesas 1993. gada 24. marta spriedumu lietā C-313/90 *CIRFS* u.c./Komisija, *Recueil*, I-1125. lpp., 31. punkts; Pirmās instances tiesas 2003. gada 8. jūlija spriedumu lietā T-374/00 *Verband der freien Rohrwerke* u.c./Komisija, *Recueil*, II-2275. lpp., 57. punkts, un 2007. gada 9. jūlija spriedumu lietā T-282/06 *Sun Chemical Group* u.c./Komisija, Krājums, II-2149. lpp., 50. punkts).

37 No visa iepriekš minētā izriet, ka prasība ir atzīstama par pieņemamu.

**Par lietas būtību**

38 Prasītājas izvirza tikai vienu pamatu, proti, Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.

*Lietas dalībnieku argumenti*

39 Prasītājas apgalvo, ka ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptvertās preces, kas ietilpst 25. klasē, ir identiskas tām, ko aptver agrākā preču zīme. Attiecībā uz precēm, ko aptver reģistrācijai pieteiktā preču zīme un kas ietilpst 24. klasē, un precēm, ko aptver agrākā preču zīme un kas ietilpst 25. klasē, eksistējot līdzība, jo apģērbi tāpat kā zīds ietilpst tekstilpreču kategorijā. Turklāt, tā kā apģērbi ir paredzēti valkāšanai tāpat kā to sastāvā ietilpstošais zīds, šīs preces esot konkurējošas. Tāpat izplatīšanas kanāli un tirdzniecības vietas bieži esot identiskas.

40 Prasītājas uzsver, ka vizuālajā ziņā attiecīgie apzīmējumi ir ļoti līdzīgi tādēļ, ka tajos dominē pāva attēls, kas nozīmē, ka minimālās atšķirības starp abos apzīmējumos attēlotajiem pāviem un starp otršķirīgajiem elementiem neesot pietiekamas, lai patērētājam rastos atšķirīga šo apzīmējumu uztvere. Tās apgalvo, ka nereāli un absolūti neizprotami ir uzskatīt, kā to darīja Apelāciju padome, ka ir neiespējami "asociēt attiecīgos grafiskos elementus ar konkrētas sugas dzīvnieku". Gluži pretēji, tās uzskata, ka vidusmēra patērētājs konkrētajos apzīmējumos atpazīs pāva attēlu, kam vispār nav aprakstoša rakstura attiecībā 24. un 25. klasē ietilpstošajām precēm, tādējādi piesaistot minētā patērētāja uzmanību. Turklāt elementi, kas atšķirot vienu apzīmējumu no otra, proti, ietvars, līnija un krāsas, esot otršķirīgi, jo tie nenovēršot vidusmēra patērētāja uzmanību no kopējiem dominējošiem elementiem. Tāpat izteiciens "thai silk" esot zīdu un apģērbus aprakstošs attiecībā uz vācu patērētāju, kurš lieliski saprotot tā nozīmi, un attiecīgi tas neietekmējot reģistrācijai pieteiktās preču zīmes uztveri.

41 Prasītājas uzskata, ka daudzos Pirmās instances tiesas spriedumos ir konstatēta sajaukšanas iespēja līdzīgu vizuālo elementu dēļ, turpretim viens no salīdzināmajiem apzīmējumiem drīzāk ietver vārdisko elementu, neņemot vērā otra apzīmējuma paaugstināto atšķirtspēju.

42 Prasītājas piebilst, ka fonētiskajā ziņā attiecīgie apzīmējumi ir vai nu ļoti līdzīgi, vai nesalīdzināmi un ka konceptuālajā ziņā tie ir ļoti līdzīgi vai identiski.

43 Tās secina, ka Vācijas tirgū attiecīgajai sabiedrības daļai, ko veido samērā informēti, uzmanīgi un apdomīgi patērētāji, pastāv sajaukšanas iespēja. Turklāt esot jāņem vērā fakts, ka, pirmkārt, patērētājs saglabā atmiņā neprecīzu preču zīmju attēlu un ka, otrkārt, agrākajai preču zīmei piemīt augsta raksturīgā atšķirtspēja. Preču zīmju vizuālā

salīdzināšana esot īpaši būtiska attiecībā uz konkrētajām precēm, kuras parasti pārdod pašapkalpošanās veikalos.

44 ITSB un persona, kas iestājusies lietā, lūdz šo pamatu noraidīt.

*Vispārējās tiesas vērtējums*

45 Atbilstoši Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, 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, kur ir aizsargāta agrākā preču zīme; iespēja maldināt [sajaukšanas iespēja] ir asociāciju iespēja ar agrāko preču zīmi".

46 Turklāt saskaņā ar Regulas Nr. 40/94 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) daļu (tagad — Regulas Nr. 207/2009 8. panta 2. punkta a) apakšpunkta ii) daļa) agrākas preču zīmes ir dalībvalstī reģistrētas preču zīmes, kuru pieteikuma iesniegšanas datums ir pirms Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datuma.

47 Saskaņā ar pastāvīgo judikatūru sajaukšanas iespēja ir iespēja, ka sabiedrība varētu uzskatīt, ka attiecīgās preces vai pakalpojumi ir no viena uzņēmuma vai attiecīgā gadījumā no ekonomiski saistītiem uzņēmumiem (skat. Pirmās instances tiesas 2008. gada 10. septembra spriedumu lietā T-325/06 *Boston Scientific*/ITSB — *Terumo* ("CAPIO"), Krājumā nav publicēts, 70. punkts un tajā minētā judikatūra; pēc analoģijas skat. arī Tiesas 1998. gada 29. septembra spriedumu lietā C-39/97 *Canon*, *Recu-*

*eil*, I-5507. lpp., 29. punkts, un 1999. gada 22. jūnija spriedumu lietā C-342/97 *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, *Recueil*, I-3819. lpp., 17. punkts).

48 Turklāt sajaukšanas iespēja no sabiedrības viedokļa ir jāvērtē visaptveroši, ņemot vērā visus faktorus, kam ir nozīme konkrētajā lietā (skat. iepriekš 47. punktā minēto spriedumu lietā "CAPIO", 71. punkts un tajā minētā judikatūra; pēc analoģijas skat. Tiesas 1997. gada 11. novembra spriedumu lietā C-251/95 *SABEL*, *Recueil*, I-6191. lpp., 22. punkts, un 2000. gada 22. jūnija spriedumu lietā C-425/98 *Marca Mode*, *Recueil*, I-4861. lpp., 40. punkts).

49 Šis visaptverošais vērtējums nozīmē, ka starp faktoriem, kas tiek ņemti vērā, un it īpaši starp preču zīmēm un to aptverto preču vai pakalpojumu līdzību pastāv noteikta savstarpēja atkarība. Tādējādi nenozīmīgu līdzību starp aptvertajām precēm vai pakalpojumiem var kompensēt preču zīmju augsta līdzības pakāpe un otrādi (Tiesas 2007. gada 13. septembra spriedums lietā C-234/06 P *Il Ponte Finanziaria*/ITSB, Krājums, I-7333. lpp., 48. punkts, un Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā T-6/01 *Matratzen Concord*/ITSB — *Hukla Germany* ("MATRATZEN"), *Recueil*, II-4335. lpp., 25. punkts). Šo faktoru savstarpējā atkarība ir atspoguļota Regulas Nr. 40/94 preambulas septītajā apsvērumā, saskaņā ar kuru jēdziens "līdzīgs" būtu jāizskaidro [jāinterpretē] saistībā ar sajaukšanas iespēju, kuras novērtējums ir atkarīgs no vairākiem faktoriem un it īpaši no preču zīmes pazīstamības tirgū, no asociācijām, ko var saistīt ar izmantoto vai reģistrēto apzīmējumu, no līdzības pakāpes starp preču zīmi un apzīmējumu un starp apzīmētajām precēm vai pakalpojumiem (skat. iepriekš 47. punktā minēto spriedumu lietā "CAPIO", 72. punkts un tajā minētā judikatūra).

50 Turklāt visaptverošs vērtējums saistībā ar konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko un konceptuālo līdzību ir jābalsta uz šo apzīmējumu kopējo radīto iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirtspējīgos un dominējošos elementus. No Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta formulējuma, saskaņā ar kuru "sabiedrībai pastāv sajaukšanas iespēja", izriet, ka sajaukšanas iespējas visaptverošajā vērtējumā izšķiroša nozīme ir preču zīmju uztverei no konkrētās preces vai pakalpojumu kategorijas vidusmēra patērētāja viedokļa. Vidusmēra patērētājs parasti uztver preču zīmi kopumā un neveic tās dažādo detaļu pārbaudi (skat. iepriekš 47. punktā minēto spriedumu lietā "CAPIO", 73. punkts un tajā minētā judikatūra; pēc analoģijas skat. arī

iepriekš 48. punktā minēto spriedumu lietā *SABEL*, 23. punkts, un iepriekš 47. punktā minēto spriedumu lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, 25. punkts).

51 Sajaukšanas iespējas visaptverošā vērtējuma nolūkā attiecīgo preču vidusmēra patērētājs tiek uzskatīts par samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu. Turklāt jāņem vērā fakts, ka vidusmēra patērētājam ir tikai reta iespēja veikt dažādo preču zīmju tiešu salīdzināšanu, bet viņam ir jāpaļaujas uz neprecīzu to attēlu, ko tas ir saglabājis savā atmiņā. Jāņem vērā arī fakts, ka vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis var mainīties atkarībā no konkrēto preču vai pakalpojumu kategorijas (Pirmās instances tiesas 2002. gada 23. oktobra spriedums lietā T-104/01 *Oberhauser*/ITSB — *Petit Liberto* ("Fifties"), *Recueil*, II-4359. lpp., 28. punkts, un 2004. gada 30. jūnija spriedums lietā T-186/02 *BMI Bertollo*/ITSB — *Diesel* ("DIESELIT"), Krājums, II-1887. lpp., 38. punkts; pēc analoģijas skat. iepriekš 47. punktā minēto spriedumu lietā *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, 26. punkts).

52 Izskatāmajā lietā no apstrīdētā lēmuma 16. punkta izriet, ka, pirmkārt, Apelāciju padome ņēma vērā Vācijas sabiedrību, jo agrākā preču zīme ir Vācijas preču zīme, un, otrkārt, ka konkrēto sabiedrības daļu, attiecībā uz kuru ir jāvērtē sajaukšanas iespēja, veido vācu valodā runājošs vidusmēra patērētājs, kas uzskatāms par samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu. Šī premisa, ko prasītājas turklāt nav apstrīdējušas, ir jāapstiprina.

53 Persona, kas iestājusies lietā, apgalvo, ka konkrētā sabiedrības daļa ir sabiedrība ar augstu uzmanības pakāpi.

54 Tomēr attiecībā uz tādām precēm kā izskatāmajā lietā, kas ir plaša patēriņa preces, ir jākonstatē, ka Apelāciju padome pamatoti uzskatīja, ka konkrēto sabiedrības daļu veido vidusmēra patērētājs, kas uzskatāms par samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu (šajā ziņā skat. Pirmās instances tiesas 2005. gada 5. oktobra spriedumu lietā

T-423/04 *Bunker & BKR*/ITSB — *Marine Stock* ("B.K.R."), Krājums, II-4035. lpp., 54. punkts un tajā minētā judikatūra).

Par apzīmējumu līdzību

55 Pirmkārt, attiecībā uz vizuālo salīdzinājumu Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 17. punktā pamatoti konstatēja, ka attiecīgie apzīmējumi ir vizuāli atšķirīgi.

56 Ir tiesa, ka abus apzīmējumus veido elements, kas attēlo dzīvnieku. Tā reģistrācijai pieteikto preču zīmi veido dzīvnieks, kas uzskatāms par stilizētā veidā attēlotu pāvu no profila skatpunkta, kas stāv, pagriezies virzienā pa labi, tā kājas nav redzamas un tā garā aste šķiet klāta ar actiņu rakstu. Šis elements ir zilā krāsā un atrodas arī zilas krāsas aplī, zem kura ir uzraksts "thai silk". Salīdzinājumā agrāko preču zīmi veido elements, kas arī attēlo putnu no profila skatpunkta, kas stāv, pagriezies pa labi, un kurš nav acumirklī nosakāms kā pāva attēls, jo attēlojums ir shematisks. Šim putnam ir cekuls, shematiski attēlotas kājas un aste, kas šķiet klāta ar zvīņām. Tomēr, pat ja kāda konkrētās sabiedrības daļa var uztvert šo grafisko elementu kā pāva attēlu, tas ir tik attālināts no šī dzīvnieka stilizētā attēla reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē, ka minētā sabiedrības daļa tās vizuāli uztvers atšķirīgi.

57 Kā to arī pamatoti norādīja Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 21. punktā, tas fakts vien, ka abi attēli ir orientēti virzienā pa labi, nevar radīt konfliktējošo apzīmējumu vizuālo līdzību.

58 Otrkārt, attiecībā uz fonētisko salīdzinājumu ir jāatgādina, ka kombinēta apzīmējuma fonētiskais atveidojums stingrā nozīmē atbilst visiem tā vārdiskajiem elementiem neatkarīgi no to grafiskajām īpatnībām, kas drīzāk attiecas uz apzīmējuma analīzi no vizuālā viedokļa (Pirmās instances tiesas 2005. gada 25. maija spriedums lietā T-352/02 *Creative Technology*/ITSB — *Vila Ortiz* ("PC WORKS"), Krājums, II-1745. lpp., 42. punkts).

59 Šajā ziņā, kā to arī pamatoti norādīja Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 23. punktā, ir pamats uzskatīt, ka attiecīgie apzīmējumi arī ir atšķirīgi. Reģistrācijai pieteikto preču zīmi veido vārdiskais elements "thai silk", kas neatrodas agrākajā preču zīmē. Tā kā konkrētā sabiedrības daļa izmantos šo vārdisko elementu, lai atsauktos uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi, nav nekādas fonētiskās līdzības, ko attiecīgā gadījumā varētu radīt fakts, ka minētā sabiedrības daļa identificētu abos apzīmējumos vienu un to pašu dzīvnieku. Nevar iedomāties, ka konkrētā sabiedrības daļa atsaucas uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi, neizrunājot tās vārdisko elementu, bet gan vārdu vācu valodā, kas atbilst šīs preču zīmes grafiskajā elementā attēlotā dzīvnieka, kurš turklāt ir nedaudz neprecīzs, nosaukumam, jo nevar izslēgt, ka minētā sabiedrības daļa šajā grafiskajā elementā tieši neatpazīst pāvu.

60 Pat pieņemot, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes vārdisko elementu var uzskatīt par aprakstošu, kā to arī apgalvo prasītājas, tas neizslēdz, ka konkrētā sabiedrības daļa gadījumā, kad būs jāatsaucas uz minēto preču zīmi, izrunās vienīgi tās vārdisko elementu, nevis vārdu, kas atbilst tās grafiskajā attēlā esošā dzīvnieka nosaukumam, jo šī atbilstība pēc sava rakstura ir netieša un šajā gadījumā pastāv neskaidrība attiecībā uz minēto nosaukumu, neraugoties uz prasītāju norādīto judikatūru, saskaņā ar kuru sabiedrība neuzskata kombinētās preču zīmes aprakstošo elementu par šīs preču zīmes radītā kopējā iespaida atšķirīgo un dominējošo elementu (skat. Pirmās instances tiesas 2008. gada 22. maija spriedumu lietā T-205/06 *NewSoft Technology*/ITSB — *Soft* ("Presto! Bizcard Reader"), Krājumā nav publicēts, 56. punkts un tajā minētā judikatūra).

61 Treškārt, attiecībā uz konceptuālo salīdzinājumu ir pareizi, kā to arī norādīja Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 24. punktā, ka, lai būtu līdzība, konkrētajai sabiedrī-

bas daļai abi attēli ir tieši jāuztver kā pāva attēls. Tāpat ir tiesa, ka šo hipotēzi nevar apstiprināt gadījumā, kad abi attēli ir vizuāli atšķirīgi.

62 Tomēr nevar izslēgt, ka kāda konkrētās sabiedrības daļa abos grafiskajos elementos atpazīst pāvu, kas tādējādi varētu radīt zināmu konfliktējošo apzīmējumu līdzību. Agrākajā preču zīmē, lai arī tā ir attēlota shematiski, ir ietverti atsevišķi pāva atribūti, proti, cekuls un garā aste. Reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei ir vairāk tiešas līdzības ar pāva attēlu actiņu raksta un kopējās pozas dēļ.

63 Šajā sakarā ir jāatgādina, ka konceptuālā līdzība izriet no fakta, ka abās preču zīmēs ir izmantoti attēli ar saskaņotu semantisko saturu (iepriekš 48. punktā minētais spriedums lietā *SABEL*, 24. punkts). Tādējādi tiktāl, ciktāl būtu uzskatāms, ka konkrētā sabiedrības daļa konfliktējošos apzīmējumos varētu uztvert pāva attēlu, šajos apzīmējumos ir izmantoti attēli ar saskaņotu konceptuālo saturu, kas nozīmē, ka šādi attēli rosina vai sniedz minētajai sabiedrības daļai ideju par attiecīgo preču skaistumu vai eleganci, proti, īpašību, kas tradicionāli tiek piedēvēta pāvam.

64 Tomēr ir jākonstatē, ka šāda konceptuālā līdzība ir uzskatāma par vāju tādēļ, ka konfliktējošie apzīmējumi rosina vai sniedz konkrētajai sabiedrības daļai vienu un to pašu konceptuālo saturu netiešā veidā.

65 Līdzīgi ir jākonstatē, ka Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 24. punktā kļūdaini secināja par attiecīgo apzīmējumu konceptuālās līdzības neesamību. Tomēr ir jānorāda, ka šis konstatējums šajā stadijā nevar būt pamats apstrīdētā lēmuma atcelšanai, jo Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 29. punktā, vērtējot, vai pastāv attiecīgo apzīmējumu konceptuālā līdzība, turklāt izvērtēja eventuālas sajaukšanas iespējas esamību.

Par preču līdzību

66 Kā tas arī izriet no apstrīdētā lēmuma 29. punkta, ar agrāko preču zīmi aptvertās preces ietilpst 25. klasē, proti, apģērbi, tostarp tie, ko aptver Kopienas grafiskā preču zīme "Thai Silk" un kas ietilpst 24. un 25. klasē, attiecīgi zīds un zīda apģērbi.

67 No tā izriet, ka attiecīgās preces ir jāuzskata par identiskām, tādējādi personas, kas iestājusies lietā, argumentu, saskaņā ar kuru apģērbi un zīds neesot identiski, nevar pieņemt.

Par sajaukšanas iespēju

68 Lai gan attiecīgās preces ir identiskas un ir konfliktējošo preču zīmju vāja konceptuālā līdzība, Apelāciju padome pamatoti secināja, ka attiecīgo preču zīmju radītais kopējais iespaids nevar radīt sajaukšanas iespēju konkrētās sabiedrības daļas apziņā.

69 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka nevar noliegt, ka konceptuālā līdzība, kas izriet no fakta, ka abās preču zīmēs ir izmantoti attēli ar saskaņotu semantisko saturu, var radīt sajaukšanas iespēju gadījumā, kad agrākajai preču zīmei ir īpaša atšķirtspēja, kas ir vai nu tai raksturīga, vai iegūta preču zīmes pazīstamības sabiedrībā dēļ. Tomēr gadījumā, kad preču zīme nav īpaši pazīstama un to veido attēls, kas ietver neizteiksmīgus iztēles elementus, vienkārša preču zīmju konceptuālā līdzība nav pietiekama, lai radītu sajaukšanas iespēju (skat. iepriekš 48. punktā minēto spriedumu lietā *SABEL*, 24. un 25. punkts).

70 Ir jākonstatē, ka ne no lietas materiāliem, ne no prasītāju argumentiem nekādi neizriet, ka agrākajai preču zīmei ir īpaša atšķirtspēja, kas ir vai nu raksturīga, vai iegūta tās šķietamās pazīstamības dēļ.

71 Turklāt ir jānorāda, ka sajaukšanas iespējas visaptverošā vērtējumā konfliktējošo apzīmējumu vizuālajiem, fonētiskajiem un konceptuālajiem aspektiem ne vienmēr ir vienāda nozīme. Ir svarīgi analizēt objektīvos apstākļus, kādos preču zīmes var atrasties tirgū. Apzīmējumu līdzība vai atšķirība it īpaši var būt atkarīga no apzīmējumu raksturīgajām īpašībām vai no apstākļiem, kādos tiek pārdotas preces vai pakalpojumi, ko aptver konfliktējošās preču zīmes. Ja preces, ko aptver attiecīgās preču zīmes, tiek pārdotas pašapkalpošanās veikalos, kuros pircējs pats izvēlas preces un tāpēc galvenokārt paļaujas uz preču zīmes attēlu, kas ir uz šīs preces, tad parasti apzīmējumu vizuālajai līdzībai ir lielāka nozīme. Turpretim, ja attiecīgā prece galvenokārt tiek pārdota, piedāvājot mutiski, tad lielāka nozīme parasti tiks piešķirta apzīmējumu fonētiskajai līdzībai (Pirmās instances tiesas 2004. gada 6. oktobra spriedums apvienotajās lietās no T-117/03 līdz T-119/03 un T-171/03 *New Look*/ITSB — *Naulover* ("NLSPORT", "NLJEANS", "NLACTIVE" un "NLCollection"), Krājums, II-3471. lpp., 49. punkts).

72 Saistībā ar konkrētajām precēm un to pārdošanas veidu ir jākonstatē, ka neeksistē tieša attiecīgo apzīmējumu vizuālā un fonētiskā līdzība, kam šajā lietā ir vislielākā nozīme.

73 Tādējādi konstatētās vizuālās un fonētiskās atšķirības ir tādas, kas var neitralizēt vājo konceptuālo līdzību. Sastopoties ar abiem attiecīgajiem apzīmējumiem, ir pilnīgi izslēgts, ka konkrētā sabiedrības daļa var izveidot starp tiem saikni, kas tās apziņā rada sajaukšanas iespēju un kas tai liktu domāt, ka konkrētās preces ir no viena un tā paša uzņēmuma vai savstarpēji ekonomiski saistītiem uzņēmumiem. Turklāt, pat ja apģērbu ražotāji dažkārt izveido vairākas preču līnijas, ir pilnīgi neticami, kā to pamatoti konstatēja Apelāciju padome apstrīdētā lēmuma 32. punktā, ka konkrētā sabiedrības daļa, sastopoties ar abiem attiecīgajiem apzīmējumiem, varētu domāt, ka

tie ir vienas un tās pašas preču zīmes varianti vai viena un tā paša ražotāja atvasinātas preču zīmes.

74 Šajos apstākļos vienīgais pamats un attiecīgi prasība ir noraidāmi.

**Par tiesāšanās izdevumiem**

75 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 *Peek & Cloppenburg*, kā arī *van Graaf* spriedums ir nelabvēlīgs, tām ir jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus atbilstoši ITSB un personas, kas iestājusies lietā, prasījumiem.

Ar šādu pamatojumu

VISPĀRĒJĀ TIESA (astotā palāta)

nospriež:

**1) prasību noraidīt;**

**2)** ***Peek & Cloppenburg*****, kā arī** ***van Graaf*** **atlīdzina tiesāšanās izdevumus.**

Martins Ribeiro Papasavvas Wahl

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2010. gada 21. aprīlī.

[Paraksti]