РЕШЕНИЕ НА ОБЩИЯ СЪД (осми състав)

21 април 2010 година *

По дело T-361/08

Peek & Cloppenburg, установено в Хамбург (Германия),

van Graaf GmbH & Co. KG, установено във Виена (Австрия),

представлявани от адв. V. von Bomhard, адв. A. Renck, адв. T. Dolde и адв. J. Pause, avocats,

жалбоподатели,

* Език на производството: немски.

срещу

Служба за хармонизация във вътрешния пазар (марки, дизайни и модели) (СХВП), за която се явява г-н S. Schäffner, в качеството на представител,

ответник,

като страна, встъпила в производството пред Общия съд на мястото на Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand (Тайланд), и друга страна в производството пред апелативния състав на СХВП е

The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand (Тайланд), установено във Банкок (Тайланд), за което се явява адв. A. Kockläuner, avocat,

с предмет жалба срещу решението на четвърти апелативен състав на СХВП от 10 юни 2008 г. (преписка R 1677/2007-4) във връзка с производство по възражение между Peek & Cloppenburg и Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand,

ОБЩИЯТ СЪД (осми състав),

състоящ се от: г-жа M. E. Martins Ribeiro (докладчик), председател, г-н S. Papasavvas и г-н N. Wahl, съдии,

секретар: г-н J. Plingers, администратор,

постанови настоящото

Решение

Обстоятелства, предхождащи спора

1 На 29 октомври 2004 г. Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand (Тайланд) подава заявка за регистрация на марка на Общността пред Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки, дизайни и модели) (СХВП) съгласно Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността (ОВ L 11, стр. 1; Специално издание на български език, 2007 г., глава 17, том 1, стр. 146), изменен (заменен с Регламент (ЕО) № 207/2009 на Съвета от 26 февруари 2009 година относно марката на Общността (ОВ L 78, стр. 1).

2 Марката, чиято регистрация се иска, е възпроизведеният по-долу фигуративен знак:



3 Стоките, за които се иска регистрацията, спадат към класове 24 и 25 по смисъла на Ницката спогодба относно Международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 г., ревизирана и допълнена, и отговарят за всеки от тези класове на следното описание:

— клас 24: „Коприна“,

— клас 25: „Дрехи от коприна“.

4 Заявката е публикувана в Бюлетин на марките на Общността № 24/2005 от 13 юни 2005 г.

5 На 7 септември 2005 г. една от двете страни, жалбоподатели по настоящото дело, а именно Peek & Cloppenburg, подава възражение срещу регистрацията на заявената марка въз основа на член 42 от Регламент № 40/94 (понастоящем член 41 от Регламент № 207/2009), като изтъква вероятност от объркване по смисъла на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 (понастоящем член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 207/2009).

6 Възражението се основава на германската регистрация № 30336340 на следната фигуративна марка:



7 Тази марка е заявена на 18 юли 2003 г. и регистрирана на 14 юни 2004 г. за следните стоки и услуги, спадащи към класове 18, 25 и 35:

— клас 18: „Кожени изделия, по-конкретно колани, чанти, калъфи (спадащи към клас 18) и кожени галантерийни изделия, по-конкретно портмонета, портфейли, ключодържатели, чадъри“,

— клас 25: „Дрехи (включително трикотажно и плетено облекло и кожено облекло) за жени, мъже и деца, по-конкретно върхни дрехи, бельо, облекло за свободното време и спортно облекло; обувки, включително ботуши и пантофи, колани“,

— клас 35: „Реклама, управление на търговски сделки, търговска администрация, административна дейност, представяне на стоки, разпространение на мостри с рекламна цел, продажба на търг на стоки и услуги, проучване на пазара“.

8 Възражението се отнася до всички стоки, посочени в заявката за регистрация на марката.

9 С решение от 15 октомври 2007 г. отделът по споровете отхвърля възражението, на основание че конфликтните знаци не са сходни и че при всички положения не съществува никаква вероятност от объркване на територията на Общността.

10 На 26 октомври 2007 г. Peek & Cloppenburg подава жалба пред СХВП срещу решението на отдела по споровете.

11 На 15 ноември 2007 г. Peek & Cloppenburg иска от Deutsches Patent- und Markenamt (германско патентно ведомство) по-ранната марка да се прехвърли на другата страна жалбоподател по настоящото дело, а именно на van Graaf GmbH & Co. KG (наричано по-нататък „Van Graaf“).

12 С решение от 10 юни 2008 г. (наричано по-нататък „обжалваното решение“) четвърти апелативен състав на СХВП отхвърля жалбата. Последният потвърждава решението на отдела по споровете в това, че разглежданите знаци са визуално, фонетично и концептуално различни, поради което не се налага сравняване на съответните стоки, щом като едно от условията по член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 не е изпълнено. Той уточнява, че дори да се предположи, че е налице сходство между знаците единствено поради концептуалното им сходство, това не би довело до по-различен извод, дори да се приеме, че съответните стоки са идентични, тъй като съответните потребители не са подведени по отношение на търговския произход на стоките.

13 На 11 август 2008 г. Deutsches Patent- und Markenamt издава удостоверение, от което е видно, че от 17 ноември 2007 г. Van Graaf е новият притежател на марката на мястото на Peek & Cloppenburg.

Производство и искания на страните

14 Жалбоподателите подават настоящата жалба в секретариата на Общия съд на 27 август 2008 г.

15 СХВП и The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand представят писмените си отговори в секретариата на Общия съд на 16 декември 2008 г.

16 На 16 декември 2008 г. в рамките на писмения си отговор The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand, подава молба за замяна с цел да встъпи в производството

пред Общия съд на мястото на Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand, и изпраща на 8 януари 2009 г. до секретариата на Общия съд копие от договора за прехвърляне на марката на Общността „Thai Silk".

17 С писмо, регистрирано в секретариата на Общия съд на 2 февруари 2009 г., СХВП уважава тази молба за замяна. С писмо, регистрирано същия ден, жалбоподателите посочват, че нямат възражения срещу тази замяна.

18 С Определение от 19 юни 2009 г. Общият съд допуска The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand, да встъпи на мястото на Office of the Permanent Secretary, The Prime Minister's Office, Thailand, в качеството на встъпила страна в производството пред Общия съд.

19 С Решение от 9 юли 2009 г. Общият съд отхвърля като недопустим писмения отговор на The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand, на основание че той става встъпила по делото страна едва с определението на Общия съд от 19 юни 2009 г., поради което към датата на представяне на посочения отговор, а именно 16 декември 2008 г., той бил трета страна по спора. Общият съд поканва встъпилата страна да изложи в съдебното заседание доводите си по настоящото дело.

20 С писмо, подадено в секретариата на Общия съд на 24 юли 2009 г., The Queen Sirikit Institute of Sericulture, Office of the Permanent Secretary, Ministry of Agriculture and Cooperatives, Thailand, представя отново отговора си от 16 декември 2008 г., както и приложенията към него, за да бъдат взети предвид по настоящото производство, главно с оглед да си запази правото си на изслушване.

21 С оглед на особените обстоятелства по случая председателят на осми състав на Общия съд решава да приеме посочения документ и да позволи на другите страни да изразят становищата си по него в хода на съдебното заседание.

22 Жалбоподателите Peek & Cloppenburg и Van Graaf молят Общия съд:

— да отмени обжалваното решение,

— да осъди СХВП да заплати съдебните разноски.

23 СХВП моли Общия съд:

— да отхвърли жалбата на Van Graaf като недопустима,

— да отхвърли жалбата на Peek & Cloppenburg като неоснователна,

— да осъди жалбоподателите да заплатят съдебните разноски.

24 Встъпилата страна моли Общия съд:

— да отхвърли жалбата като недопустима,

— да отхвърли жалбата като неоснователна,

— да осъди жалбоподателите да заплатят съдебните разноски.

25 Страните са изслушани по време на устните състезания и са отговорили на поставените от Общия съд въпроси в съдебното заседание от 8 октомври 2009 г.

По допустимостта на жалбата

Доводи на страните

26 Жалбоподателите уточняват, че поради процесуални съображения и като превантивна мярка жалбата е подадена от Peek & Cloppenburg в качеството му на формално увредена страна по смисъла на член 63, параграф 4 от Регламент № 40/94 (понастоящем член 65, параграф 4 от Регламент № 207/2009) и от Van Graaf в качеството му на увредена от материалноправна гледна точка страна. Те молят също да бъдат уведомени за всяко евентуално решение на Общия съд, по силата на което само една от тях има процесуална легитимация.

27 Като се основава на член 63, параграф 4 от Регламент № 40/94, СХВП посочва, че Peek & Cloppenburg е страна в производството пред апелативния състав, поради което само то има право на обжалване. Наистина, марката е прехвърлена на Van Graaf и от материалноправна гледна точка то е увредено с обжалваното решение. При все това именно формалното качество на страна в производството по обжалване е определящо по смисъла на тази разпоредба. Тъй като Van Graaf никога не е било страна в производството пред апелативния състав, то няма процесуална легитимация.

28 Според СХВП, която се позовава на практиката на Общия съд, Van Graaf може да встъпи на мястото на Peek & Cloppenburg поради прехвърлянето на по-ранната марка, при условие че то поиска да встъпи в правата на последното и че Общият съд допусне това встъпване с определение. Van Graaf обаче не подава молба за встъпване.

29 Встъпилата страна твърди, че жалбата е недопустима, на основание, от една страна, че Peek & Cloppenburg вече не е притежател на марката, считано от 17 ноември 2007 г., поради което обжалваното решение не може да го засегне по смисъла на член 63, параграф 4 от Регламент № 40/94, и от друга страна, че Van Graaf не е било страна в производството пред апелативния състав и не е встъпило в това производство, независимо че е придобило по-ранната марка скоро след подаването на жалбата пред апелативния състав. Следователно никой от двамата жалбоподатели няма процесуална легитимация.

Съображения на Общия съд

30 Член 63, параграф 4 от Регламент № 40/94 гласи, че „право да обжалва има всяка страна в производство пред апелативния състав, доколкото последният не е уважил исканията ѝ“.

31 Във връзка с това следва да се посочи, че по дело, при което прехвърлянето на марката е извършено след постановяване на решението на апелативния състав, но преди подаването на жалбата пред Общия съд, е прието, че съгласно член 63, параграф 4 от Регламент № 40/94 новите притежатели на по-ранна марка могат да подават жалба пред Общия съд и трябва да бъдат допуснати като страни в производството, когато докажат, че са титуляри на правото, на което се позовават пред СХВП (Решение на Общия съд от 28 юни 2005 г. по дело Canali Ireland/СХВП — Canal Jean (CANAL JEAN CO. NEW YORK), T-301/03, Recueil, стр. II-2479, точка 19).

32 Следва също да се посочи, че по делото, по което е прието Решение CANAL JEAN CO. NEW YORK, точка 31 по-горе, предвид факта, че новият притежател на марката е представил доказателство за прехвърлянето на посочената марка и СХВП е вписала това прехвърляне след производството пред апелативния състав, този нов притежател е станал страна в производството пред СХВП (точка 20).

33 В конкретния случай от преписката става ясно, че с писмо от 15 ноември 2007 г. Peek & Cloppenburg иска от Deutsches Patent- und Markenamt да прехвърли няколко марки, сред които по-ранната марка, в полза на Van Graaf и че на 11 август 2008 г. Deutsches Patent- und Markenamt издава на представителя на последното удостоверение, според което тази марка му е прехвърлена с действие от 17 ноември 2007 г., като по този начин Van Graaf става страна в производството пред СХВП по смисъла на член 63, параграф 4 от Регламент № 40/94 (вж. в този смисъл и Решение на Общия съд от 13 декември 2007 г. по дело Xentral/СХВП — Pages jaunes (PAGESJAUNES.COM), T-134/06, Сборник, стр. II-5213).

34 Този извод не може да се оспори с факта, че прехвърлянето на по-ранната марка е вписано официално от Deutsches Patent- und Markenamt, а не от СХВП, доколкото по-ранната марка е регистрирана в Германия и не се оспорва, че тази марка е прехвърлена в полза на Van Graaf.

35 Следователно жалбата е допустима в частта, свързана с Van Graaf.

36 Тъй като става въпрос за една и съща жалба, процесуалната легитимация на Peek & Cloppenburg не следва да се разглежда (вж. в този смисъл Решение на Съда от 24 март 1993 г. по дело CIRFS и др./Комисия, C-313/90, Recueil, стр. I-1125, точка 31, Решение на Общия съд от 8 юли 2003 г. по дело Verband der freien Rohrwerke и др./Комисия, T-374/00, Recueil, стр. II-2275, точка 57 и Решение на Общия съд от 9 юли 2007 г. по дело Sun Chemical Group и др./Комисия, T-282/06, Сборник, стр. II-2149, точка 50).

37 От гореизложеното следва, че жалбата трябва да бъде обявена за допустима.

По съществото на спора

38 Жалбоподателите изтъкват едно-единствено правно основание, изведено от нарушението на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94.

Доводи на страните

39 Жалбоподателите твърдят, че стоките, обхванати от заявената марка и спадащи към клас 25, са идентични с обхванатите от по-ранната марка. Що се отнася до стоките от клас 24, обхванати от заявената марка, и тези от клас 25, обхванати от по-ранната марка, налице е сходство, тъй като дрехите, както и копринатa спадат към категорията на текстила. От друга страна, доколкото дрехите служат за обличане, а копринатa е част от техния състав и служи за изработването им, тези стоки са конкурентни. Дистрибуционните канали и местата за пускане в продажба също често са идентични.

40 Жалбоподателите подчертават, че във визуално отношение разглежданите знаци са твърде сходни, доколкото доминираща в тях е илюстрацията на паун, поради което минималните разлики между посочените знаци в изобразяването на пауни и във второстепенните елементи не са достатъчни за различното възприемане на тези знаци от потребителя. Те твърдят, че е нереалистично и напълно непонятно да се приеме, подобно на апелативния състав, че е невъзможно „съответните фигуративни елементи да се асоциират с определен животински вид“. Напротив, те считат, че средният потребител разпознава във въпросните знаци изображението на паун, което изобщо няма описателен характер за стоките от класове 24 и 25 и по този начин привлича вниманието на потребителя. Освен това елементите, по които отделните знаци се различават, а именно рамката, линиите и цветовете, са второстепенни, тъй като не отвличат вниманието на средния потребител от общите за знаците доминиращи елементи. От друга страна, изразът „thai silk“ е описателен за копринатa и за дрехите от гледна точка на германския потребител, който разбира напълно неговото значение и следователно този израз не оказва влияние върху възприемането на заявената марка.

41 Според жалбоподателите в редица решения на Общия съд се констатира съществуването на вероятност от объркване, когато са налице сходни визуални елементи, макар един от сравняваните знаци да съдържа допълнителен словен елемент, без да се взема предвид ясно изразеният отличителен характер на другия знак.

42 Жалбоподателите добавят, че във фонетично отношение разглежданите знаци са в значителна степен сходни или несравними, както и че в концептуално отношение те са в значителна степен сходни или идентични.

43 Те заключават, че на германския пазар съществува вероятност от объркване от страна на кръга на съответните потребители, обхващащ потребители, които са относително осведомени и в разумни граници наблюдателни и съобразителни. Освен това следва да се вземе предвид фактът, че от една страна, в съзнанието на потребителя остава несъвършена представа за марките, а от друга страна, по-ранната марка притежава вътрешноприсъщ засилен отличителен характер.

Визуалното сравнение на марките е особено важно по отношение на разглежданите стоки, които по принцип се продават в магазини на самообслужване.

44 СХВП и встъпилата страна молят правното основание да се отхвърли.

Съображения на Общия съд

45 По смисъла на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 при възражение на притежателя на по-ранна марка се отказва регистрация на заявената марка, когато „поради своята идентичност или сходство с по-ранната марка и поради идентичността или сходството на стоките или услугите, които двете марки обозначават, съществува вероятност от объркване в съзнанието на хората на територията, на която е защитена по-ранната марка; вероятността от объркване включва възможност за свързване с по-ранната марка".

46 От друга страна, съгласно член 8, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 40/94 (понастоящем член 8, параграф 2, буква а), подточка ii) от Регламент № 207/2009) под „по-ранни марки" трябва да се разбират марките, регистрирани в една държава членка и датата на подаване на заявката на които е по-ранна от тази на заявката на марката на Общността.

47 Съгласно постоянната съдебна практика вероятността потребителите да помислят, че съответните стоки или услуги произхождат от едно и също предприятие или евентуално от икономически свързани предприятия, представлява вероятност от объркване (вж. Решение на Общия съд от 10 септември 2008 г. по дело Boston Scientific/СХВП — Terumo (CAPIO), T-325/06, непубликувано в Сборника, точка 70 и цитираната съдебна практика; по аналогия вж. също Решение на Съда от 29 септември 1998 г. по дело Canon, C-39/97, Recueil, стр. I-5507,

точка 29 и Решение от 22 юни 1999 г. по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, стр. I-3819, точка 17).

48 По-нататък, вероятността от объркване в съзнанието на хората следва да се оценява в цялост, като се отчитат всички фактори, релевантни за конкретния случай (вж. Решение по дело CAPIO, точка 47 по-горе, точка 71 и цитираната съдебна практика; вж. по аналогия Решение на Съда от 11 ноември 1997 г. по дело SABEL, C-251/95, Recueil, стр. I-6191, точка 22 и Решение от 22 юни 2000 г. по дело Marca Mode, C-425/98, Recueil, стр. I-4861, точка 40).

49 Тази цялостна преценка предполага известна взаимозависимост между взетите предвид фактори, и по-специално между сходството на марките и сходството на обозначените стоки или услуги. Поради това ниска степен на сходство между обозначените стоки или услуги може да се компенсира с висока степен на сходство между марките и обратно (Решение на Съда от 13 септември 2007 г. по дело Il Ponte Finanziaria/СХВП, C-234/06 P, Сборник, стр. I-7333, точка 48 и Решение на Общия съд от 23 октомври 2002 г. по дело Matratzen Concord/СХВП — Hukla Germany (MATRATZEN), T-6/01, Recueil, стр. II-4335, точка 25). Взаимозависимостта между тези фактори намира израз в седмо съображение от Регламент № 40/94, според което понятието за сходство следва да се тълкува във връзка с вероятността от объркване, чиято оценка зависи от многобройни фактори, по-специално от познаването на марката на пазара, от асоциацията, която може да бъде направена с използвания или регистриран знак, и от степента на сходство между марката и знака и между обозначените стоки или услуги (вж. Решение по дело CAPIO, точка 47 по-горе, точка 72 и цитираната съдебна практика).

50 Освен това общата преценка по отношение на визуалното, фонетичното или концептуалното сходство на конфликтните знаци трябва да се основава на създаденото от тях цялостно впечатление, като се имат предвид по-конкретно техните отличителни и доминиращи елементи. Всъщност от текста на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94, съгласно който „съществува вероятност от объркване в съзнанието на хората“, следва, че възприятието на марките от страна на средния потребител на разглеждания вид стока или услуга има определяща роля по отношение на цялостната преценка на вероятността от объркване. Средният потребител обаче нормално възприема една марка като цяло и не извършва преглед на различните ѝ детайли (вж. Решение по дело CAPIO, точка 47 по-горе, точка 73 и цитираната съдебна практика; по аналогия

вж. също Решение по дело SABEL, точка 48 по-горе, точка 23 и Решение по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, точка 47 по-горе, точка 25).

51 За целите на цялостната преценка на вероятността от объркване средният потребител на съответните стоки се счита за относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен. Освен това следва да се отчита фактът, че на средния потребител рядко се удава възможността да пристъпи към пряко сравнение на различните марки, а трябва да се довери на несъвършения образ, който е запомнил. Следва да се вземе предвид и фактът, че степента на внимание на средния потребител може да варира в зависимост от категорията разглеждани стоки или услуги (Решение на Общия съд от 23 октомври 2002 г. по дело Oberhauser/СХВП — Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Recueil, стр. II-4359, точка 28 и Решение на Общия съд от 30 юни 2004 г. по дело BMI Bertollo/СХВП — Diesel (DIESELIT), T-186/02, Recueil, стр. II-1887, точка 38, вж. по аналогия Решение по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, точка 47 по-горе, точка 26).

52 В случая от точка 16 от обжалваното решение следва, от една страна, че апелативният състав е взел предвид немскоговорещите потребители, тъй като по-ранната марка е германска марка, и от друга страна, че кръгът на съответните потребители, спрямо които следва да се преценява вероятността от объркване, обхваща средния немскоговорещ потребител, за който се предполага, че е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен. Това предварително условие, което впрочем не се оспорва от жалбоподателите, трябва да бъде потвърдено.

53 Встъпилата страна обаче твърди, че съответните потребители са потребители с висока степен на внимание.

54 Все пак що се отнася до стоки като разглежданите в настоящия случай, които са стоки за ежедневно потребление, следва да се заключи, че апелативният състав с основание е счел, че кръгът на съответните потребители обхваща средния потребител, за който се предполага, че е относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен (вж. в този смисъл Решение на Общия

съд от 5 октомври 2005 г. по дело Bunker & BKR/СХВП — Marine Stock (B.K.R.), T-423/04, Recueil, стр. II-4035, точка 54 и цитираната съдебна практика).

По сходството на знаците

55 На първо място, по отношение на сравнението във визуално отношение, апелативният състав основателно заключава в точка 17 от обжалваното решение, че разглежданите знаци са визуално различни.

56 Всъщност вярно е, че двата знака съдържат елемент, изобразяващ животно. Така, заявената марка се състои от животно, за което се предполага, че изобразява в стилизирана форма паун в профил, в изправено положение, обърнат надясно, като краката му не се виждат, а дългата опашка изглежда покрита с „очни“ петна. Този елемент е син на цвят и е разположен в центъра на кръг, също син на цвят, под който се намира изразът „thai silk“. За сравнение по-ранната марка се състои от елемент, който също изобразява птица в профил, в изправено положение, обърната надясно, която не може веднага да бъде оприличена на паун, доколкото изображението е схематизирано. Тази птица има гребен, схематизирано нарисувани крака и опашка, която изглежда покрита с люспи. При все че една част от съответните потребители биха могли да схванат този фигуративен елемент като изображение на паун, то се отдалечава до такава степен от стилизираното изображение на това животно в заявената марка, че посочените потребители ще възприемат визуално тези две изображения по различен начин.

57 Както основателно отбелязва апелативният състав в точка 21 от обжалваното решение, фактът, че двете изображения са обърнати надясно, сам по себе си не може да породи визуално сходство между конфликтните знаци.

58 На второ място, що се отнася до сравнението във фонетично отношение, следва да се припомни, че в тесен смисъл фонетичното възпроизвеждане на комбиниран знак съответства на това на всички негови словни елементи, независимо от графичните им особености, които по-скоро спадат към анализа на знака на визуално равнище (Решение на Общия съд от 25 май 2005 г. по дело Creative Technology/СХВП — Vila Ortiz (PC WORKS), T-352/02, Recueil, стр. II-1745, точка 42).

59 Във връзка с това, както основателно отбелязва апелативният състав в точка 23 от обжалваното решение, следва да се приеме, че разглежданите знаци са и различни. Всъщност заявената марка се състои от словния елемент „thai silk“, който не присъства в по-ранната марка. Доколкото съответните потребители ще използват словния елемент, за да се позовават на заявената марка, не съществува никакво фонетично сходство, което евентуално може да произтича от факта, че посочените потребители биха разпознали едно и също животно в двата знака. Всъщност не може да се предположи, че съответните потребители се позовават на заявената марка, като произнасят не словния елемент, който тя съдържа, а германската дума, която съответства на изобразено във фигуративния елемент на марката животно и която впрочем е донякъде неточна, тъй като не може да се изключи вероятността посочените потребители да не разпознаят пряко паун в този фигуративен елемент.

60 Дори ако се приеме, че словният елемент на заявената марка може да се счита за описателен, както твърдят жалбоподателите, това не е пречка, когато искат да се позоват на посочената марка, съответните потребители да произнасят изключително словния ѝ елемент, а не думата, съответстваща на изобразеното във фигуративния елемент на марката животно, доколкото по естеството си това съответствие е непряко, а и в конкретния случай несигурно, що се отнася до посочената дума, независимо от съдебната практика, на която се позовават жалбоподателите, според която потребителите не биха счели един описателен елемент, който е част от комбинирана марка, за отличителен и доминиращ елемент по отношение на цялостното впечатление, създадено от марката (вж. Решение на Общия съд от 22 май 2008 г. по дело NewSoft Technology/СХВП — Soft (Presto! Bizcard Reader), T-205/06, непубликувано в Recueil, точка 56 и цитираната съдебна практика).

61 На трето място, що се отнася до сравнението в концептуално отношение, вярно е, че както посочва апелативният състав в точка 24 от обжалваното решение, за да бъде налице сходство, двете изображения трябва да бъдат възприемани

пряко от съответните потребители като изображение на паун. Вярно е също, че тази хипотеза не може да бъде потвърдена, доколкото двете изображения са визуално различни.

62 Все пак не може да се изключи, че една част от съответните потребители разпознават паун в двата фигуративни елемента, което може да води до известно концептуално сходство на конфликтните знаци. Всъщност независимо че е изобразена по схематизиран начин, по-ранната марка възпроизвежда някои от атрибутите на пауна, а именно гребена и дългата опашка. Що се отнася до заявената марка, тя стои по-близко до изображението на паун поради наличието на „очни“ петна и цялостната осанка.

63 Във връзка с това трябва да се припомни, че концептуалното сходство произтича от факта, че двете марки използват образи с аналогично семантично съдържание (Решение по дело SABEL, точка 48 по-горе, точка 24). По този начин след като се приема, че съответните потребители могат да разпознаят паун в конфликтните знаци, тези знаци използват образи, чието концептуално съдържание съвпада, в смисъл че тези образи загатват или внушават на посочените потребители идея за красотата или елегантността на съответните стоки, която традиционно се свързва с пауна.

64 При все това се налага констатацията, че подобно концептуално сходство трябва да се счита за слабо, поради факта че конфликтните знаци загатват или внушават по непряк начин на съответните потребители едно и също концептуално съдържание.

65 Ето защо следва да се приеме, че в точка 24 от обжалваното решение апелативният състав е направил погрешен извод за липса на концептуално сходство между разглежданите знаци. Все пак следва да се отбележи, че на този етап тази констатация не може да доведе до отмяната на обжалваното решение, тъй като, от друга страна, в точка 29 от обжалваното решение, разглеждайки въпроса за съществуването на концептуално сходство между въпросните знаци, апелативният състав е проверил дали е налице евентуална вероятност от объркване.

По сходството на стоките

66 Както произтича от точка 29 от обжалваното решение, стоките, обхванати от по-ранната марка и спадащи към клас 25, а именно дрехите, включват тези, които са обхванати от фигуративната марка на Общността „Thai Silk“ за класове 24 и 25, тоест съответно копринатa и дрехите от коприна.

67 От това следва, че разглежданите стоки трябва да се считат за идентични, поради което доводът на встъпилата страна, според който дрехите и копринатa не са идентични, не може да бъде уважен.

По вероятността от объркване

68 Въпреки че разглежданите стоки са идентични и независимо от съществуването на слабо концептуално сходство между конфликтните знаци, апелативният състав основателно е заключил, че цялостното впечатление, което оставят разглежданите марки, не може да породи вероятност от объркване в съзнанието на съответните потребители.

69 В това отношение следва да се напомни, че не може да се изключи вероятността, че концептуалното сходство, произтичащо от факта, че двете марки използват образи, чието семантично съдържание съвпада, може да породи вероятност от объркване в хипотезата, в която по-ранната марка притежава особен отличителен характер като нейно вътрешноприсъщо качество или благодарение на известността, с която се ползва сред потребителите. Все пак в хипотезата, в която дадена марка не се ползва с особена известност и представлява изображение със слабо въображаемо съдържание, обикновеното концептуално сходство между марките не е достатъчно, за да се породи вероятност от объркване (вж. Решение по дело SABEL, точка 48 по-горе, точки 24 и 25).

70 Налага се обаче констатацията, че по никакъв начин от преписката или от доводите на жалбоподателите не следва, че по-ранната марка притежава особен отличителен характер като вътрешноприсъщо качество или благодарение на твърдяна известност.

71 Освен това следва да се отбележи, че при общата преценка на вероятността от объркване визуалните, фонетичните и концептуалните аспекти на конфликтните знаци невинаги имат еднаква тежест. Необходимо е да се анализират обективните условия, при които марките могат да бъдат представени на пазара. Степента на сходство или на различие между знаците може да зависи по-конкретно от вътрешноприсъщите им качества или от условията на пускане в продажба на стоките или услугите, обозначавани с конфликтните марки. Ако стоките, обозначавани с разглежданите марки, обичайно се продават в магазините на самообслужване, в които потребителят избира сам стоката и поради това трябва да се довери основно на образа на марката, поставен върху този продукт, визуалното сходство между знаците като цяло би имало по-голямо значение. За сметка на това, ако обозначената с марката стока се продава преди всичко чрез устно представяне, по-голяма тежест обичайно се придава на фонетичното сходство между знаците (Решение на Общия съд от 6 октомври 2004 г. по дело New Look/СХВП — Naulover (NLSPORT, NLJEANS, NLACTIVE и NLCollection), T-117/03—T-119/03 и T-171/03, Recueil, стр. II-3471, точка 49).

72 С оглед на съответните стоки и начина на пускането им в продажба следва да се констатира, че именно визуалното и фонетично сходство на разглежданите знаци, което е най-важно в случая, липсва.

73 По този начин установените визуални и фонетични различия могат да неутрализират слабото концептуално сходство. Всъщност напълно е изключено, когато са изправени пред разглежданите знаци, съответните потребители да установят връзка между тях, която би породила вероятност от объркване в съзнанието им и би ги накарала да вярват, че съответните стоки произхождат от едно и също предприятие или от икономически свързани предприятия. Освен това въпреки че производителите на дрехи понякога създават редица производствени линии, е напълно невъзможно, както основателно е констатирал апелативният състав в точка 32 от обжалваното решение, когато са изправени пред двата разглеждани

знака, съответните потребители да вярват, че те са варианти на една и съща марка или на подразделение на марките на един и същи производител.

74 При тези условия единственото правно основание следва да се отхвърли, а оттам следва да се отхвърли и жалбата.

По съдебните разноски

75 По смисъла на член 87, параграф 2 от Процедурния правилник всяка страна, загубила делото, се осъжда да заплати съдебните разноски, ако е направено такова искане. Тъй като Peek & Cloppenburg и Van Graaf са загубили делото, те трябва да бъдат осъдени да заплатят съдебните разноски в съответствие с исканията на СХВП и на встъпилата страна.

По изложените съображения

ОБЩИЯТ СЪД (осми състав)

реши:

1) Отхвърля жалбата.

2) **Осъжда Peek & Cloppenburg, както и van Graaf GmbH & Co. KG да заплатят съдебните разноски.**

Martins Ribeiro Papasavvas Wahl

Обявено в открито съдебно заседание в Люксембург на 21 април 2010 година.

Подписи