

РЕШЕНИЕ НА ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯ СЪД (шести състав)

7 май 2009 година *

По дело T-185/07

Calvin Klein Trademark Trust, установено в Wilmington, Delaware (Съединени щати), за което се явяват адв. T. Andrade Boué, адв. I. Lehmann Novo и адв. A. Hernández Lehmann, avocats

жалбоподател,

срещу

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

ответник,

като другата страна в производството пред апелативния състав на СХВП, встъпила в производството пред Първоинстанционния съд, е

* Език на производството: испански.

Zafra Marroquinos, SL, установено в Caravaca de la Cruz (Испания), за което се явява адв. J. Martín Álvarez, адвокат,

с предмет жалба срещу решение на втори апелативен състав на СХВП от 29 март 2007 г. (преписка R 314/2006-2) относно производство по възражение между Calvin Klein Trademark Trust и Zafra Marroquinos, SL,

ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯТ СЪД
НА ЕВРОПЕЙСКИТЕ ОБЩНОСТИ (шести състав)

състоящ се от: г-н А. W. Н. Meij, председател, г-н V. Vadaralas (докладчик) и г-н Е. Moavero Milanesi, съдии,

секретар: г-жа К. Andová, администратор,

предвид жалбата, подадена в секретариата на Първоинстанционния съд на 29 май 2007 г.,

предвид писмения отговор на СХВП, подаден в секретариата на Първоинстанционния съд на 3 октомври 2007 г.,

предвид писмения отговор на встъпилата страна, подаден в секретариата на Първоинстанционния съд на 3 октомври 2007 г.,

предвид отговора на встъпилата страна на писмено зададения от Първоинстанционния съд въпрос от 17 юни 2008 г.,

предвид промяната в съставите на Първоинстанционния съд,

предвид определянето на друг съдия за попълване на състава поради възпрепятстване на един от неговите членове,

след съдебното заседание от 8 юли 2008 г.,

постанови настоящото

Решение

Обстоятелства, предхождащи спора

- ¹ На 7 октомври 2003 г. встъпилата страна Zafra Marroquineros, SL подава в Службата за хармонизация във вътрешния пазар (марки, дизайни и модели) (СХВП) заявка за регистрация на марка на Общността на основание изменения Регламент (ЕО) № 40/94 на Съвета от 20 декември 1993 година относно марката на Общността (ОВ L 11, 1994 г., стр. 1; Специално издание на български език 2007 г., глава 17, том 1, стр. 146).

2 Марката, чиято регистрация се иска, е словният знак „СК CREACIONES KENNYA“.

3 Стоките, за които се иска регистрацията на марката, спадат към класове 18 и 25 съгласно ревизираната и изменена Ницска спогодба относно международната класификация на стоките и услугите за регистрация на марки от 15 юни 1957 г. и отговарят на следното описание:

— клас 18: „Кожа и имитации на кожа и стоки от тези материали, които не са включени в други класове; необработени кожи; куфари и пътни чанти; чадъри, слънчобрани и бастуни; камшици, хамути и сарашки стоки“,

— клас 25: „Облекло, обувки, шапки и други принадлежности за глава“.

4 Тази заявка е публикувана в Бюлетин на марките на Общността № 23/2004 от 7 юни 2004 г.

5 На 6 септември 2004 г. жалбоподателят Calvin Klein Trademark Trust подава възражение срещу регистрацията на заявената марка на основание член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94.

6 Възражението се основава на следните по-ранни марки:

- Марка на Общността № 66172, регистрирана за стоки и услуги от класове 3, 4, 8, 9, 14, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 35 и 42, представена по-долу:



- Испанска марка № 202 3213, регистрирана за стоки от клас 18, представена по-долу:



- Испанска марка № 202 8104, регистрирана за стоки, включени в клас 25, представена по-долу:



- 7 Възражението се основава на всички стоки и услуги, включени в по-ранните марки, и е насочено срещу всички стоки, посочени в заявката за марка.
- 8 С Решение от 22 декември 2005 г. отделът по споровете на СХВП отхвърля възражението изцяло. Той счита, че за съответния потребител не съществува никаква вероятност от объркване на разглежданите марки.
- 9 На 22 февруари 2006 г. жалбоподателят подава жалба пред СХВП на основание членове 57—62 от Регламент № 40/94 срещу решението на отдела по споровете, като изтъква нарушение на член 8, параграф 1, буква б) от посочения регламент.
- 10 С решение от 29 март 2007 г. (наричано по-нататък „обжалваното решение“) втори апелативен състав отхвърля жалбата и потвърждава решението на отдела по споровете. Той счита, че не съществува достатъчна прилика между разглежданите знаци, за да се направи извод за наличието на вероятност от объркване в съзнанието на потребителите, за които те са предназначени.

Искания на страните

- 11 Жалбоподателят иска Първоинстанционният съд:

— да отмени обжалваното решение,

- да разпорежи отказ за регистрация на заявената марка,

- да осъди СХВП и встъпилата страна да заплатят съдебните разноски.

12 СХВП иска Първоинстанционният съд:

- да отхвърли жалбата,

- да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

13 Встъпилата страна моли Първоинстанционния съд:

- да отхвърли жалбата и да потвърди обжалваното решение,

- да осъди жалбоподателя да заплати съдебните разноски.

От правна страна

По допустимостта на второто искане на жалбоподателя

- 14 С второто си искане жалбоподателят иска от Първоинстанционния съд да разпореди на СХВП да откаже регистрацията на заявената марка. В това отношение следва да се припомни, че съгласно член 63, параграф 6 от Регламент № 40/94 СХВП е длъжна да вземе необходимите мерки за изпълнение на решението на общностния съд. Поради това Първоинстанционният съд не следва да дава задължителни указания на СХВП. Тя е длъжна да се съобрази с диспозитива и мотивите на настоящото решение (вж. в този смисъл Решение на Първоинстанционния съд от 31 януари 2001 г. по дело Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld/СХВП (Giroform), Т-331/99, Recueil, стр. II-433, точка 33 и Решение на Първоинстанционния съд от 27 февруари 2002 г. по дело Eurocool Logistik/СХВП (EUROCOOL), Т-34/00, Recueil, стр. II-683, точка 12). Следователно второто искане на жалбоподателя е недопустимо.

По съществуването на спора

Доводи на страните

- 15 Жалбоподателят изтъква едно-единствено правно основание, изведено от нарушението на член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94.
- 16 Жалбоподателят твърди, че анализът на апелативния състав е неправилен, що се отнася до сравняването на конфликтните знаци и до преценката на вероятността от объркване.

- 17 Относно сравняването на конфликтните знаци жалбоподателят твърди, че противно на изложеното в обжалваното решение, отличителният елемент на конфликтните марки се състои в групата от букви „ск“.
- 18 Тези две букви се появявали на първо място в заявената марка, така че те първо се забелязвали и задържали вниманието на потребителя. По този начин конфликтните марки си съвпадали в техния най-отличителен елемент, което водело до фонетична прилика между конфликтните знаци.
- 19 Жалбоподателят оспорва, че отличителния характер на групата от букви „ск“ на по-ранните марки е по-голям от този на групата от букви „ск“ на заявената марка единствено поради нейното особено графично представяне.
- 20 Жалбоподателят поддържа, че противно на това, което е прието в обжалваното решение, използването на групата от букви „ск“ не се оправдава от думите „creaciones“ и „kenya“, които не отговарят на търговското наименование на встъпилата страна, а се обяснява по-скоро от желанието да се доближи до по-ранната реномирана марка.
- 21 Жалбоподателят подчертава, че нито думата „creaciones“, нито думата „kenya“ притежават отличителен характер. Първата била употребявана в областта на модата по отношение на модели на облекло. Втората могла да наведе към африканската страна Кения или името на дадено лице.
- 22 По този начин марката „СК CREACIONES KENNYA“ се възприемала като марка „СК“, отнасяща се до гамата „creaciones“ (творения) с названието „kenya“ (Кения), или защото тя била вдъхновена от изкуството или цветовете на Кения, или защото съзателят на разглежданите стоки е носел това име. Названията на страните обаче нямали отличителен характер и не могли да се възприемат като елементи, които позволяват да се разграничат сравняваните марки. Жалбоподателят твърди, че в конкретния случай думата „kenya“ била невярно указание за

произхода, тъй като заявителят на разглежданата марка е търговец от испанския град Мурсия, който няма никаква връзка с Кения и чиито стоки също не се купуват в тази страна.

- 23 Резултатът бил същият, ако думата „kenya“ загатва името на лице, тъй като съществителното нарицателно име също не било само по себе си отличително. Тя повишавала объркването, създавайки впечатление, че се отнася до подмарка на марката „СК“, създадена от лице, което се нарича Kenya, какъвто не е случаят. Следователно жалбоподателят счита, че думата „kenya“ не е отличителна или има само много слаб отличителен характер и поради това потребителят ще се концентрира върху елемента „ск“ на заявената марка, който се състои от същите букви като тези, които образуват по-ранните марки.
- 24 Жалбоподателят отбелязва, че по-ранните марки се ползват със съществена добра репутация, което е в състояние да засили наличието на прилика между спорните марки, по-специално във визуално и фонетично отношение. Той подчертава, че всъщност именно фигуративният знак „СК“ е общоизвестен.
- 25 Според жалбоподателя честа практика в областта на модата е производителите на облекла да се идентифицират с буквите, които образуват акронима на името им. Ето защо доближаването до марките, които са съставени от буквите на дадения акроним, било очевидно опит да се копира марката на трето лице.
- 26 Честа практика в областта на модата било и едно и също предприятие за конфекция да използва подмарки, т.е. знаци, които произтичат от основната марка и които имат с нея един общ доминиращ елемент, за да се разграничат различните му линии на производство. Така фактът, че групата от букви „ск“ се намира във всички разглеждани марки, дори и буквите да са представени графично по различен начин, могло да създаде объркване у потребителя, който можел да помисли, че знакът „СК CREACIONES KENNYA“ се отнася до определена линия на производство.

- 27 В подкрепа на тази теза жалбоподателят посочва множество решения на общностните юрисдикции, испанските съдилища, както и на СХВП и на испанската служба за патенти и марки.
- 28 СХВП и встъпилата страна оспорват основателността на доводите на жалбоподателя. Те считат по-конкретно, че е правилна преценката на апелативния състав, съгласно която разглежданите знаци създават различно цялостно впечатление. СХВП изтъква също, че доколкото именно фигуративният знак „СК“, който поради своето особено графично изобразяване вече разполага с присъщ отличителен характер, се ползва с общоизвестност, не следва на изписаната със стандартен шрифт група от букви „ск“ или на тяхното звучене да се признава общоизвестността, която апелативният състав е признал на по-ранните марки.
- 29 Освен това СХВП и встъпилата страна приемат, че що се отнася до заявената марка, изразът „creaciones kennya“ е доминиращ елемент или във визуално отношение поради неговата дължина, или в концептуално отношение поради неговия своеобразен съставен елемент, докато предвид нейното особено графично изображение групата от съгласни „ск“ представлява доминиращ елемент в по-ранните марки.

Съображения на Първоинстанционния съд

- 30 Съгласно член 8, параграф 1, буква б) от Регламент № 40/94 при възражение на притежателя на по-ранна марка се отказва регистрация на марка, когато поради своята идентичност или прилика с по-ранната марка и поради идентичността или приликата на стоките или услугите, които двете марки обозначават, съществува вероятност от объркване в съзнанието на хората на територията, в която по-ранната марка е защитена.

- 31 Според установената съдебна практика вероятността от объркване представлява вероятността потребителите да повярват, че съответните стоки или услуги произхождат от едно и също предприятие или евентуално от икономически свързани предприятия (Решение на Първоинстанционния съд от 23 октомври 2002 г. по дело Oberhauser/CXВП — Petit Liberto (Fifties), T-104/01, Recueil, стр. II-4359, точка 25; вж. също по аналогия Решение на Съда от 29 септември 1998 г. по дело Canon, C-39/97, Recueil, стр. I-5507, точка 29 и Решение на Съда от 22 юни 1999 г. по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, Recueil, стр. I-3819, точка 17).
- 32 Според също така установената съдебна практика вероятността от объркване трябва да се преценява общо според възприятието, което съответните потребители имат за разглежданите знаци и стоки или услуги, и като се вземат предвид всички фактори, които характеризират конкретния случай, по-специално взаимозависимостта между приликата на знаците и приликата на обозначените с тях стоки или услуги (вж. Решение на Първоинстанционния съд от 9 юли 2003 г. по дело Laboratorios RTB/CXВП — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), T-162/01, Recueil, стр. II-2821, точки 31 и 32 и цитираната съдебна практика).
- 33 Освен това вероятността от объркване е толкова по-голяма, колкото по-съществен е отличителният характер на по-ранната марка. Така марките, които имат повишен отличителен характер — било то вътрешно присъщ, или поради познаването на марката на пазара — се ползват с по-широка защита, отколкото тези, чийто отличителен характер е по-слабо изразен. (вж. по аналогия Решение по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, посочено по-горе, точка 20).
- 34 Освен това възприемането на марките от страна на средния потребител на разглежданите стоки или услуги има определяща роля по отношение на цялостната преценка на вероятността от объркване. Средният потребител обаче нормално възприема марката като едно цяло и не се впуска в изследване на различните ѝ детайли (Решение на Съда от 11 ноември 1997 г. по дело SABEL, C-251/95, Recueil, стр. I-6191, точка 23 и Решение на Съда по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, посочено по-горе, точка 25). За целите на посочената цялостна преценка средният потребител на съответните стоки се счита за относително осведомен и в разумни граници наблюдателен и съобразителен (Решение по дело Lloyd Schuhfabrik Meyer, посочено по-горе, точка 26).

- 35 В настоящия случай в самото начало следва да се отбележи, че идентичността на разглежданите стоки не е оспорвана от страните по делото.
- 36 Освен това от обжалваното решение, което не се оспорва в това отношение, е видно, че доколкото по-ранните марки имат две испански регистрации и една общностна регистрация и доколкото разглежданите стоки са предназначени за всички потребители, съответните потребители са средните потребители на посочените стоки в Испания и в Общността.
- 37 За сметка на това жалбоподателят оспорва преценката на апелативния състав, що се отнася до приликата на спорните знаци и извода, който е направен въз основа на това относно вероятността от объркване. Следователно трябва да се провери дали апелативният състав е допуснал грешка, като е приел, че между конфликтните знаци съществуват достатъчно различия, за да се изключи наличието на вероятност от объркване в съзнанието на съответните потребители.

— По приликата на знаците

- 38 Що се отнася до визуалната, фонетичната или концептуалната прилика на конфликтните знаци, общата преценка на вероятността от объркване трябва да се основава на създаденото от тях цялостно впечатление, като се имат предвид по-специално техните отличителни и доминиращи елементи (вж. Решение на Първоинстанционния съд от 14 октомври 2003 г. по дело Phillips-Van Heusen/CXBP — Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS), T-292/01, Recueil, стр. II-4335, точка 47 и цитираната съдебна практика).
- 39 Освен това според постоянната съдебна практика комбинирана марка не може да се счита за подобна на друга марка, която е идентична или подобна на един от компонентите на комбинираната марка, освен ако този компонент представлява доминиращ елемент в рамките на цялостното впечатление, създадено от комбинираната марка. Такъв е случаят, когато е възможно този компонент сам по себе си да доминира изображението на марката, което съответната част от потребителите запомня, по такъв начин, че всички други компоненти на марката

са незначителни в рамките на цялостното впечатление, създадено от нея (Решение на Първоинстанционния съд от 23 октомври 2002 г. по дело *Matratzen Concord/OHMI — Hukla Germany (MATRATZEN)*, T-6/01, Recueil, стр. II-4335, точка 33 и Решение на Първоинстанционния съд от 18 октомври 2007 г. по дело *Ekabe International/СХВП — Ebro Puleva (ОМЕГА3)*, T-28/05, Сборник, стр. II-4307, точка 43).

40 Това обаче не означава да се вземе предвид само един съставен елемент на дадена комбинирана марка и да се сравни с друга марка. Напротив, такова сравнение трябва да се направи, като въпросните марки се разгледат всяка в нейната цялост. (Решение на Съда от 12 юни 2007 г. по дело *СХВП/Shaker, C-334/05 P*, Сборник, стр. I-4529, точка 41, Решение на Съда от 20 септември 2007 г. по дело *Nestlé/СХВП и Quick, C-193/06 P*, непубликувано в Сборника, точка 35 и Решение по дело *MATRATZEN*, посочено по-горе, точка 34).

41 В настоящия случай следва да се изтъкне, че от точка 7 от обжалваното решение е видно, че фигуративните знаци, които са предмет на по-ранни регистрации, се състоят от група от букви „ск“, написани с главни, печатни букви, като втората буква „к“ е с по-голяма височина и широчина от първата буква „с“, която е центрирана спрямо „к“. По-ранната марка на Общността съдържа също думите „calvin klein“, написани с много по-малки печатни букви от тези „с“ и „к“. Освен това заявената марка е словна марка, която се състои от три елемента, а именно групата от букви „ск“, следвана от думите „creaciones“ и „kennya“.

42 Жалбоподателят твърди, че елементът „ск“ представлява отличителният и доминиращ елемент на заявената марка. Необходимо е обаче да се отбележи, както твърди СХВП, че поради своя размер думите „creaciones kennya“ заемат много по-значимо положение отколкото групата от букви „ск“ и образуват синтактично и концептуално цяло, което доминира цялата тази марка.

- 43 Всъщност макар точното значение на елемента „creaciones kennya“ да е неясно, доколкото може да се разбере или като препратка към името на създател на мода, или като напълно измислен израз, същият притежава известен отличителен характер за дрехи и модни аксесоари, спадащи към класове 18 и 25. Освен това отличителният характер не се поставя под въпрос от връзката, която се създава в съзнанието на съответните потребители между думата „kennya“ и страната Кения, предвид различния правопис на двете думи. Следователно доводите на жалбоподателя, които оспорват отличителния характер на елемента „creaciones kennya“ трябва да се отхвърлят.
- 44 Освен това както апелативният състав изтъква в точка 26 от обжалваното решение, елементът „ск“ съответства на първите букви на думите „creaciones“ и „kennya“, които така определят произхода и обясняват наличието им. Следователно както е представен в заявката за марката, елементът „ск“ заема второстепенно положение спрямо елемента „creaciones kennya“.
- 45 От посоченото следва да се приеме, че съответният потребител ще запомни преди всичко думите „creaciones kennya“, върху които той ще насочи до голяма степен вниманието си. Изтъкнатото от жалбоподателя обстоятелство, че групата от букви „ск“ се появява на първо място в заявената марка, не променя тази преценка. Макар да е вярно, че средният потребител обикновено обръща по-голямо внимание на елементите, които са разположени в началото на дадена марка, специалните за някои марки обстоятелства могат да направят изключение от това правило (вж. в този смисъл Решение на Първоинстанционния съд от 20 ноември 2007 г. по дело Castellani/CXBP — Markant Handels und Service (CASTELLANI), T-149/06, Сборник, стр. II-4755, точка 54). В дадения случай поради изложените в точки 42—44 по-горе мотиви единствено положението на групата от букви „ск“ в началото на заявената марка не е достатъчно, за да я направи доминиращ елемент в рамките на създаденото цялостно впечатление от тази марка.
- 46 Що се отнася до приликата на знаците във визуално отношение, трябва следователно да се изтъкне, че апелативният състав правилно е приел, че спорните марки са различни. Всъщност макар по-ранните марки да са съставени от единствения или доминиращ елемент „ск“, представен по особен начин графично, който — както апелативният състав изтъква в точка 22 от обжалваното

решение — придава на тези марки присъщ отличителен характер, създаденото от заявената марка цялостно впечатление се доминира от елемента „creaciones kennya“.

47 Така единствената прилика във визуално отношение между единствения фигуративен или доминиращ елемент „ск“ на по-ранните марки и елемента „ск“ на заявената марка не позволява да се създаде визуална прилика между спорните марки предвид, от една страна, създаденото цялостно впечатление от марката „СК CREACIONES KENNYA“ и от друга страна, особеното графично представяне, което характеризира по-ранните марки, а именно по-малкия размер и центрирането на буквата „с“ спрямо буквата „к“.

48 В това отношение е важно да се подчертае, както апелативният състав изтъква в точка 23 от обжалваното решение, че изследването на приликата на спорните марки взема предвид тези марки в тяхната цялост, както са регистрирани или както са заявени. Словна марка обаче е марка, която се състои изключително от букви, думи или съчетание от думи, изписани с нормален печатен шрифт, без специален графичен елемент. Защитата, която произтича от регистрацията на словната марка се отнася до посочената дума в заявката за регистрация, а не до графичните или стилистични особености, които тази марка би могла евентуално да придобие. Следователно за целите на изследването на приликата не трябва да се взема предвид графичното представяне, което заявената марка би могла да приеме в бъдеще (вж. в този смисъл Решение на Първоинстанционния съд от 20 април 2005 г. по дело Faber Chimica/СХВП — Nabersa (Faber), T-211/03, Recueil, стр. II-1297, точки 36 и 37, Решение на Първоинстанционния съд от 13 февруари 2007 г. по дело Ontex/СХВП — Curon Medical (CURON), T-353/04, непубликувано в Сборника, точка 74 и Решение на Първоинстанционния съд от 22 май 2008 г. по дело Radio Regenbogen Hörfunk in Baden/СХВП (RadioCom), T-254/06, непубликувано в Сборника, точка 43).

49 Във фонетично отношение апелативният състав правилно е констатирал, че спорните марки не са подобни. Както СХВП отбелязва, препратката към по-ранните марки ще се осъществи чрез групата от букви „ск“, дори чрез думите „calvin klein“, и това дори когато същите не се появяват в по-ранния знак, като е ясно, че фигуративният знак „СК“, с неговото характерно графично представяне, представлява препратка към реномирания производител и създател на модни стоки Calvin Klein.

50 За сметка на това ще има позоваване на заявената марка с произнасянето или само на думите „creaciones kennya“, или на целия израз „ck creaciones kennya“. Във всеки случай малко вероятно е да има позоваване на заявената марка „СК CREACIONES KENNYA“ с произнасянето само на групата от букви „ck“, доколкото поради техния малко известен характер ще трябва да се използва изрично изразът „creaciones kennya“.

51 В концептуално отношение апелативният състав не е допуснал грешка възприемайки, че думите „creaciones kennya“, които са в основата на групата от букви „ck“, създават концептуално различие спрямо по-ранните марки. Както апелативният състав изтъква в точка 27 от обжалваното решение, докато изразът „creaciones kennya“ е в основата на групата от букви „ck“ на заявената марка, групата от букви „ck“, съставляваща по-ранните марки, представлява препратка към реномирания производител и създател на модни стоки Calvin Klein.

52 С оглед на гореизложеното апелативният състав не е допуснал грешка, приемайки, че спорните марки не са подобни. Всъщност от изследването на марките във визуално, фонетично и концептуално отношение става ясно, че създаденото от по-ранните марки цялостно впечатление се доминира от единствения или доминиращ елемент „ck“, докато създаденото от заявената марка впечатление се доминира от елемента „creaciones kennya“. Така липсата на прилика между конфликтните знаци следва от установените по-горе визуални, фонетични и концептуални различия.

— По вероятността от объркване

53 Предвид изследването на приликата между спорните марки, апелативният състав правилно е приел, че не е следвало да се възприеме наличието на вероятност от объркване.

54 Идентичността на стоките, обозначени с конфликтните марки, не променя тази преценка, след като разглежданите знаци не са подобни. Както апелативният състав изтъква в точка 28 от обжалваното решение, от заявената марка ясно е видно, че групата от букви „ск“ препраща към израза „creaciones kennya“, който разграничава недвусмислено заявената марка от по-ранните марки. Тъй като приликата между конфликтните знаци е условие за признаване на вероятността от объркване, установяването на липса на такава прилика не допуска възможността да съществува вероятност от объркване (вж. в този смисъл Решение на Първоинстанционния съд от 18 декември 2008 г. по дело Torres/CХВП — Sociedad Cooperativa del Campo San Ginés (TORRE DE BENÍTEZ), T-16/07, непубликувано в Сборника, точка 74).

55 Следва да се изтъкне още, че жалбоподателят се позовава на добрата репутация на фигуративния елемент „СК“, който е общ за по-ранните марки и се характеризира с особено графично изображение. Макар съдебната практика да признава, че марките, които поради тяхната добра репутация разполагат с по-голям отличителен характер, се ползват с по-всеобхватна защита (вж. точка 33 по-горе), признаването в настоящия случай на добрата репутация на по-ранните марки не може да постави под въпрос основателността на извършената от апелативния състав преценка, според която, по-специално поради различието на съответните техни доминиращи елементи, спорните марки създават много различно цялостно впечатление, за да може да се установи вероятност от объркване.

56 Що се отнася до довода на жалбоподателя, изведен от това, че потребителите, за които тя е предназначена, могат да възприемат заявената марка като една от неговите подмарки, следва да се отбележи, както самият жалбоподател изтъква, че подмарките се характеризират със знаци, произлизащи от основната марка и които имат с нея един общ доминиращ елемент (Решение на Първоинстанционния съд от 6 октомври 2004 г. по дело New Look/CХВП — Naulover (NLSPOUT, NLJEANS, NLACTIVE и NLCollection), T-117/03—T-119/03 и T-171/03, Recueil, стр. II-3471, точка 51). В настоящия случай обаче спорните марки нямат общ доминиращ елемент. Всъщност както многократно бе отбелязано по-горе, по-ранните марки са доминирани или съставени изключително от фигуративния елемент „СК“, докато заявената марка е доминирана от отличителния словен елемент „creaciones kennya“.

57 С оглед на гореизложеното апелативният състав не е допуснал грешка, като е направил извода, че не е налице вероятност от объркване между заявената марка и по-ранните марки. Поради това жалбата трябва да се отхвърли.

По съдебните разноси

58 По смисъла на член 87 параграф 2 от Процедурния правилник на Първоинстанционния съд загубилата делото страна се осъжда да заплати съдебните разноси, ако е направено такова искане. Тъй като жалбоподателят е загубил делото, следва да се осъди да заплати съдебните разноси съобразно исканията на СХВП и на встъпилата страна.

По изложените съображения

ПЪРВОИНСТАНЦИОННИЯТ СЪД (шести състав)

реши:

1) Отхвърля жалбата.

2) Осъжда Calvin Klein Trademark Trust да заплати съдебните разноски.

Meij

Vadapalas

Moavero Milanesi

Постановено в открито съдебно заседание в Люксембург на 7 май 2009 година.

Подписи