

RETTENS DOM (Fjerde Afdeling)

8. februar 2011 *

I sag T-194/09,

Lan Airlines, SA, Renca (Chile), ved advokaterne E. Armijo Chávarri og A. Castán Pérez-Gómez,

sagsøger,

mod

Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) ved Ó. Mondéjar Ortuño, som befuldmægtiget,

sagsøgt,

den anden part i sagen for appelkammeret ved Harmoniseringskontoret:

Air Nostrum, Líneas Aéreas del Mediterráneo, SA, Manises (Spanien),

* Processprog: spansk.

angående en påstand om annullation af afgørelse truffet den 19. februar 2009 af Fjerde Appellkammer ved Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (sag R 107/2008-4) vedrørende en indsigelsessag mellem Lan Airlines, SA og Air Nostrum, Líneas Aéreas del Mediterráneo, SA,

har

RETTEN (Fjerde Afdeling)

sammensat af afdelingsformanden, I. Pelikánová, og dommerne K. Jürimäe (refererende dommer) og M. van der Woude,

justitssekretær: E. Coulon,

under henvisning til stævningen, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 13. maj 2009,

under henvisning til svarskriftet indleveret til Rettens Justitskontor den 10. september 2009,

under henvisning til replikken, der blev indleveret til Rettens Justitskontor den 30. november 2009,

under henvisning til, at ingen af parterne har fremsat nogen anmodning om fastsættelse af et retsmøde inden for en frist af en måned, efter at det var forkyndt, at den skriftlige forhandling var afsluttet, har Retten på grundlag af den refererende dommers rapport og i henhold til Rettens procesreglements artikel 135a besluttet at træffe afgørelse, uden at retsforhandlingerne omfatter et mundtligt stadium,

afsagt følgende

Dom

Tvistens baggrund

- 1 Den 14. juni 2005 indgav Air Nostrum, Líneas Aéreas del Mediterráneo, SA en ansøgning om registrering af et EF-varemærke til Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og Design) (KHIM) (herefter »Harmoniseringskontoret«) i henhold til Rådets forordning (EF) nr. 40/94 af 20. december 1993 om EF-varemærker (EFT 1994 L 11, s. 1) med senere ændringer (erstattet af Rådets forordning (EF) nr. 207/2009 af 26.2.2009 om EF-varemærker (EUT L 78, s. 1)).
- 2 Varemærket, der er søgt registreret, er ordmærket LINEAS AEREAS DEL MEDITERRANEO LAM.
- 3 De tjenesteydelser, som varemærkesansøgningen vedrører, henhører under klasse 39 i Nicearrangementet af 15. juni 1957 vedrørende international klassificering af varer og tjenesteydelser til brug ved registrering af varemærker, som revideret og ændret, og svarer til følgende beskrivelse: »Transport; indpakning og oplagring af varer; arrangering af rejser«.

- 4 EF-varemærkeansøgningen blev offentliggjort i *EF-varemærketidende* nr. 47/2005 af 21. november 2005.
- 5 Den 20. februar 2006 rejste sagsøgeren, Lan Airlines, SA, indsigelse i henhold til artikel 42 i forordning nr. 40/94 (nu artikel 41 i forordning nr. 207/2009) mod registreringen af det ansøgte varemærke for de i præmis 3 ovenfor nævnte tjenesteydelser.
- 6 Indsigelsen blev støttet på følgende ældre rettigheder:

— det ældre ordmærke LAN, som er genstand for EF-varemærkeregistriering nr. 3350899 af 17. december 2004

— det ældre figurmærke, som er i farve, der er genstand for EF-varemærkeregistriering nr. 3694957 af 4. august 2005, og som er gengivet nedenfor:



- 7 De ældre varemærker blev registreret for varer og tjenesteydelser i klasse 35, 39 og 43 for ordmærket og for klasse 39 for figurmærket og svarer i hver enkelt af disse klasser til følgende beskrivelse:

— klasse 35: »Annonce- og reklamevirksomhed; forretningsadministration«

- klasse 39: »Passager-, vare-, dokument- og værditransport med alle befordringsmidler; opbevaring, bevogtning, oplagring, opmagasinering, indpakning og distribution med alle befordringsmidler af alle slags varer, dokumenter og værdier; information vedrørende rejser eller transport af varer via mellemmand; ekspreskurérvirksomhed«

 - klasse 43: »tjenesteydelser vedrørende måltider og drikkevarer; midlertidig indkvartering«.
- 8 Indsigelsen var støttet på alle de varer og tjenesteydelser, der var beskyttet af de ældre varemærker.
- 9 Den registreringshindring, der blev påberåbt til støtte for indsigelsen, var den, der er omfattet af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 [nu artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 207/2009].
- 10 Den 30. oktober 2007 forkastede indsigelsesafdelingen indsigelsen ved i det væsentlige at fastslå, at der ikke forelå risiko for forveksling mellem de omhandlede tegn.
- 11 Den 2. januar 2008 indgav sagsøgeren en klage til Harmoniseringskontoret i henhold til artikel 57-62 i forordning nr. 40/94 (nu artikel 58-64 i forordning nr. 207/2009) over indsigelsesafdelingens afgørelse.
- 12 Ved afgørelse af 19. februar 2009 (herefter »den anfægtede afgørelse«) afslog Fjerde Appelkammer ved Harmoniseringskontoret klagen. I den nævnte afgørelse fastslog appelkammeret i det væsentlige, at der ikke forelå risiko for forveksling mellem de omhandlede tegn i bevidstheden hos den europæiske gennemsnitsforbruger, som udgør den relevante kundekreds, idet det forholdt sig således, at selv om tjenesteydelserne var af samme art, lignede de pågældende tegn ved en helhedsvurdering ikke hinanden.

Parternes påstande

13 Sagsøgeren har nedlagt følgende påstande:

- Den anfægtede beslutning annulleres.
- Harmoniseringskontoret tilpligtes at betale sagens omkostninger.

14 Harmoniseringskontoret har nedlagt følgende påstande:

- Frifindelse.
- Sagsøgeren tilpligtes at betale sagens omkostninger.

Retlige bemærkninger

15 Sagsøgeren har fremført et eneste anbringende om tilsidesættelse af artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94. Selskabet har i det væsentlige gjort gældende, at der i bevidstheden hos den relevante kundekreds, dvs. den spanske gennemsnitsforbruger, er risiko for forveksling mellem de omhandlede tegn.

16 Hvis indehaveren af et ældre varemærke rejser indsigelse, er det varemærke, der søges registreret, ifølge artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 udelukket fra registrering, såfremt der i offentlighedens bevidsthed inden for det område, hvor det ældre mærke er beskyttet, er risiko for forveksling, fordi det yngre mærke er identisk med

eller ligner det ældre varemærke, eller varerne eller tjenesteydelserne er af samme eller lignende art. Risikoen for forveksling indbefatter risikoen for, at der antages at være en forbindelse med det ældre varemærke.

- 17 Risikoen for forveksling er ifølge fast retspraksis risikoen for, at det i kundekredsen kan antages, at de pågældende varer eller tjenesteydelser hidrører fra den samme virksomhed eller fra økonomisk forbundne virksomheder. Ifølge samme retspraksis skal der foretages en helhedsvurdering af risikoen for forveksling på grundlag af den opfattelse, som den relevante kundekreds har af de pågældende tegn og de omhandlede varer eller tjenesteydelser, idet der herved skal tages hensyn til alle relevante faktorer i sagen, bl.a. at ligheden mellem tegnene og ligheden mellem de pågældende varer og tjenesteydelser står i et indbyrdes afhængighedsforhold (jf. Rettens dom af 9.7.2003, sag T-162/01, Laboratorios RTB mod KHIM — Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), Sml. II, s. 2821, præmis 30-33 og den deri nævnte retspraksis).

Den relevante kundekreds

- 18 Hvad for det første angår fastlæggelsen af det område, hvori opfattelsen hos den relevante kundekreds skal tages i betragtning, har sagsøgeren anfægtet appelkammerets bedømmelse i den anfægtede afgørelses punkt 14, hvorefter »den opfattelse, der er relevant i det foreliggende tilfælde, er opfattelsen hos Det Europæiske Fællesskabs offentlighed«. Ifølge sagsøgeren burde appelkammeret i det foreliggende tilfælde alene have taget hensyn til den spanske forbrugers opfattelse. Sagsøgeren har påstået, at det i overensstemmelse med retspraksis er tilstrækkeligt, at der alene foreligger risiko for forveksling på spansk område, til at registrering af det ansøgte varemærke kan afslås.
- 19 I den forbindelse bemærkes imidlertid, at selv om det er korrekt, at det er tilstrækkeligt til at afslå en ansøgning om registrering af et EF-varemærke, at der foreligger risiko for forveksling i bevidstheden hos en forbruger i en enkelt medlemsstat, er et

sådant forhold uden betydning for spørgsmålet om fastlæggelsen af den relevante kundekreds. Ifølge artikel 8, stk. 1, litra b), i forordning nr. 40/94 er det nemlig i forhold til offentlighedens bevidsthed inden for det område, hvor det ældre varemærke er beskyttet, at risikoen for forveksling skal bedømmes. For så vidt som de ældre varemærker er EF-varemærker, fastslog appelkammeret imidlertid med rette, at risikoen for forveksling skulle bedømmes i forhold til opfattelsen hos forbrugerne på hele EU's område og ikke kun på spansk område.

- 20 Hvad for det andet angår den relevante kundekreds' opmærksomhedsniveau bemærkes, at der ved helhedsbedømmelsen af risikoen for forveksling ifølge retspraksis skal tages hensyn til den gennemsnitsforbruger inden for kategorien af de omhandlede varer og tjenesteydelser, der er almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet. Der må også tages hensyn til, at gennemsnitsforbrugerens opmærksomhedsniveau kan variere, alt efter hvilken kategori af varer eller tjenesteydelser der er tale om (jf. Rettens dom af 13.2.2007, sag T-256/04, Mundipharma mod KHIM — Alana Pharma (RESPICUR), Sml. II, s. 449, præmis 42 og den deri nævnte retspraksis).
- 21 Selv om sagsøgeren i det foreliggende tilfælde har tilsluttet sig appelkammerets bedømmelse i den anfægtede afgørelses punkt 13 og 14, hvorefter den relevante kundekreds udgøres af gennemsnitsforbrugere, der er almindeligt oplyste, rimeligt opmærksomme og velunderrettede, har Harmoniseringskontoret derimod anfægtet denne bedømmelse, idet det har gjort gældende, at den relevante kundekreds' opmærksomhedsniveau er højt eller i hvert fald højere end gennemsnittet.
- 22 I den forbindelse må det, som sagsøgeren med rette har gjort gældende, fastslås, at visse tjenesteydelser, der er omfattet af de omhandlede varemærker, såsom transportvirksomhed i klasse 39, henvender sig til en bredere offentlighed, når der købes flytransportbilletter på internettet, som for visse destinationers vedkommende kan koste helt ned til et par euro, og at dette forhold samt datoer og flyafgange i forbindelse med en købsbeslutning er af større betydning end flyselskabet. Harmoniseringskontorets argument, hvorefter den relevante kundekreds udviser en grad af

opmærksomhed, der er højere end en gennemsnitsforbrugers i forbindelse med køb af de pågældende tjenesteydelser, må derfor forkastes som ugrundet.

- 23 Det må således i lighed med appelkammerets anfægtede afgørelse fastslås, at den relevante kundekreds er en europæisk gennemsnitsforbruger, som anses for at være almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet.

Sammenligningen af tjenesteydelserne

- 24 For så vidt som tjenesteydelserne i klasse 39, som er omfattet af de ældre varemærker, omfatter de tjenesteydelser, der er omfattet af det ansøgte varemærke, var det med rette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 15 og 32 fastslog, at de tjenesteydelser, som er omfattet af de omhandlede varemærker, var af samme art, hvilket parterne ikke har bestridt.

Sammenligningen af tegnene

- 25 Ifølge retspraksis skal helhedsvurderingen af risikoen for forveksling for så vidt angår den visuelle, fonetiske eller begrebsmæssige lighed af de omtvistede tegn være støttet på det helhedsindtryk, disse giver, idet der bl.a. skal tages hensyn til deres særprægede og dominerende bestanddele. Den opfattelse, som gennemsnitsforbrugeren har af de pågældende varer eller tjenesteydelser, spiller en afgørende rolle i helhedsvurderingen af den nævnte risiko. Gennemsnitsforbrugeren opfatter i den henseende normalt et varemærke som en helhed og foretager ikke en undersøgelse af dets forskellige

detaljer (jf. Domstolens dom af 12.6.2007, sag C-334/05 P, KHIM mod Shaker, Sml. I, s. 4529, præmis 35 og den deri nævnte retspraksis).

- 26 Vurderingen af ligheden mellem to varemærker kan ikke begrænses til, at der tages hensyn til én bestanddel i et sammensat varemærke, og til at sammenligne denne bestanddel med et andet varemærke. Sammenligningen skal tværtimod foretages ved at undersøge de pågældende varemærker, hvorved hvert varemærke betragtes i sin helhed, hvilket ikke udelukker, at det helhedsindtryk, som et sammensat varemærke fremkalder i erindringen hos den relevante kundekreds, under visse omstændigheder kan være domineret af en eller flere af varemærkets bestanddele (jf. dommen i sagen KHIM mod Shaker, nævnt ovenfor i præmis 25, præmis 41 og den deri nævnte retspraksis). Det er kun, når alle de andre varemærkebestanddele er uden betydning, at bedømmelsen af ligheden alene kan afhænge af den dominerende bestanddel (Domstolens dom i sagen KHIM mod Shaker, nævnt ovenfor i præmis 25, præmis 42, og dom af 20.9.2007, sag C-193/06 P, Nestlé mod KHIM, ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 42). Dette kan navnlig være tilfældet, når denne bestanddel i sig selv kan præge det billede af dette varemærke, som den relevante kundekreds har i erindringen, således at alle varemærkets andre bestanddele er uden betydning i helhedsindtrykket af mærket (dommen i sagen Nestlé mod KHIM, præmis 43).
- 27 Der er desuden intet til hinder for, at det kan godtgøres, at der består en visuel lighed mellem et ordmærke og et figurmærke, eftersom disse to typer af mærker har en grafisk ydre form, som er i stand til at fremkalde et visuelt indtryk (jf. Rettens dom af 4.5.2005, sag T-359/02, Chum mod KHIM — Star TV (STAR TV), Sml. II, s. 1515, præmis 43 og den deri nævnte retspraksis).
- 28 I det foreliggende tilfælde er det ubestridt, at mens det ældre ordmærke udelukkende omfatter bestanddelen »lan«, og det ældre figurmærke udgøres af ordbestanddelen »lan« skrevet med store bogstaver efterfulgt af en stiliseret stjerne, udgøres det ansøgte varemærke af ordbestanddelene »lineas aereas del mediterraneo« og »lam«.

- 29 Hvad for det første angår spørgsmålet, om der eventuelt foreligger en dominerende eller en ubetydelig bestanddel i det ansøgte varemærke, har sagsøgeren gjort gældende, at appelkammeret undlod at anføre, at bestanddelen »lam« var dominerende i det ansøgte varemærkes helhedsindtryk, idet bestanddelene »lineas aereas del mediterraneo«, hvis betydning forstås af den spanske forbruger, er beskrivende for de omhandlede tjenesteydelser. Sagsøgeren er derfor af den opfattelse, at appelkammeret kun skulle have taget hensyn til den dominerende bestanddel »lam« i det ansøgte varemærke i forbindelse med sammenligningen af de omhandlede tegn.
- 30 I den forbindelse bemærkes, at selv om det er korrekt, at offentligheden i almindelighed ikke opfatter et beskrivende element, der udgør en del af et sammensat varemærke, som den særprægede og dominerende bestanddel i det helhedsindtryk, som varemærket fremkalder, forholder det sig ikke desto mindre således, at den svage grad af særpræg ved et varemærkes bestanddel, navnlig henset til dens størrelse eller til dens placering i tegnet, ikke nødvendigvis medfører, at den pågældende bestanddel er uden betydning i varemærkets helhedsindtryk.
- 31 I det foreliggende tilfælde er det, således som appelkammeret i det væsentlige anførte i den anfægtede afgørelses punkt 22 og 27, ubestridt, at bestanddelen »lineas aereas del mediterraneo«, som den spansktales del af den relevante kundekreds vil opfatte som en henvisning til flytransportydelser i Middelhavsområdet, udgør en beskrivelse af en del af de transportydelser, der er omfattet af det ansøgte varemærke, som angiver den geografiske lokalitet, hvor disse tjenesteydelser leveres. I modsætning til hvad sagsøgeren har gjort gældende, kan denne konstatering ikke i sig selv føre til, at den pågældende bestanddel må anses for at være uden betydning i helhedsindtrykket af det ansøgte varemærke, og at ordbestanddelen »lam« derfor er den dominerende bestanddel i det.
- 32 Det bemærkes således for det første, at bestanddelen »lineas aereas del mediterraneo«, som appelkammeret i det væsentlige fastslog i den anfægtede afgørelses punkt 23, kan fastholde opmærksomheden hos samtlige relevante forbrugere, hvad enten disse er spansktales eller ej, som følge af den omstændighed, dels at den pågældende bestanddel i det ansøgte varemærke er væsentligt længere end bestanddelen »lam«, dels at denne bestanddel er umiddelbart synlig som følge af dens placering

i begyndelsen af det pågældende tegn. For så vidt som sagsøgeren i den forbindelse har gjort gældende, at det fremgår af retspraksis, at der er undtagelser til princippet om, at en gennemsnitsforbrugers opmærksomhed tiltrækkes af den første del af et mærke, må dette argument forkastes, idet sagsøgeren ikke har fremført konkrete oplysninger, som gør det muligt at fastslå, at appelkammerets bedømmelse er urigtig i det foreliggende tilfælde.

- 33 Hvad for det andet særligt angår de spansktalende forbrugere, der er en del af den relevante kundekreds, skal det fastslås, at idet den spanske forbruger, således som appelkammeret i det væsentlige fastslog i den anfægtede afgørelses punkt 22 og 27, vil opfatte ordet »lam« som initialerne til bestanddelene »lineas aereas del mediterraneo«, er det sandsynligt, at forbrugeren vil huske disse sidstnævnte. I modsætning til hvad sagsøgeren har gjort gældende, vil den pågældende forbruger for det første kunne huske bestanddelene »lineas aereas del mediterraneo«, for så vidt som de pågældende bestanddele gør det muligt for denne forbruger at forstå, at bestanddelen »lam« er initialerne dannet på grundlag af ordene »líneas«, »aéreas« og »mediterráneo«. For det andet, og som Harmoniseringskontoret har gjort gældende samt i modsætning til, hvad sagsøgeren har hævdet, kan den pågældende forbruger, idet det ofte er tilfældet, at varemærker, der omfatter lufttransportydelser, indeholder ordbestanddele, der er beskrivende for de pågældende tjenesteydelser og afrejse- eller destinationsområder, hvorfra tjenesteydelserne hovedsageligt udbydes, såsom EF-varemærkerne American Airlines, AIR FRANCE eller LINEA AEREA CARGUERA DE COLOMBIA, forstå, at »lineas aereas del mediterraneo« identificerer den handelsmæssige oprindelse af transportydelser, der udbydes af et særligt luftfartselskab.
- 34 Det må derfor fastslås, at bestanddelene »lineas aereas del mediterraneo« ikke kan anses for at være uden betydning i helhedsindtrykket af det ansøgte varemærke i bevidstheden hos den relevante kundekreds, hvad enten denne er spansktalende eller ej.
- 35 De øvrige argumenter, som sagsøgeren har fremført, kan ikke afkræfte denne bedømmelse.

- 36 For det første kan sagsøgerens argument, hvorefter det fremgår af Rettens dom af 18. oktober 2007, AMS mod KHIM — American Medical Systems (AMS Advanced Medical Services) (sag T-425/03, Sml. II, s. 4265, præmis 84), at det er muligt, at en forbruger alene vil henvide til initialerne i et varemærke, ikke ændre konklusionen i præmis 34 ovenfor, hvorefter bestanddelen »lineas aereas del mediterraneo« ikke er uden betydning i helhedsindtrykket af det ansøgte varemærke. I dommen i sagen AMS Advanced Medical Services (præmis 74) var det først efter at have fastslået, at initialerne AMS havde en central placering og var større end de øvrige bestanddele i figurmærket AMS Advanced Medical Services, at Retten konkluderede, at de pågældende initialer var dominerende i helhedsindtrykket af det pågældende varemærke. Da dette imidlertid ikke, som det fremgår af præmis 32 ovenfor, er tilfældet i den foreliggende sag, må sagsøgerens argument i den henseende forkastes som ugrundet.
- 37 For så vidt som sagsøgeren har gjort gældende, at appelkammeret undlod at fastslå, at de ældre varemærkers renommé, idet ordbestanddelen »lan« i de omhandlede varemærker og ordbestanddelen »lam« i det ansøgte varemærke lignede hinanden, styrker særpræget ved sidstnævnte varemærke, må dette argument forkastes som ugrundet. Sagsøgeren har nemlig for det første ikke fremlagt noget bevis for Retten, der gør det muligt at vurdere de ældre varemærkers renommé. For det andet ville et sådant renommé, såfremt det antages, at de ældre varemærker har et vist renommé, og at forbrugerens opmærksomhed følgelig navnlig tiltrækkes af bestanddelen »lam« i det ansøgte varemærke, for så vidt som den pågældende bestanddel og ordbestanddelen »lan« i det ældre varemærke i høj grad ligner hinanden, imidlertid ikke medføre, at bestanddelen »lineas aereas del mediterraneo« er uden betydning i helhedsindtrykket af det ansøgte varemærke, når der henses til de i præmis 32 og 33 ovenfor nævnte omstændigheder.
- 38 Endelig må sagsøgerens argument om, at appelkammeret med urette afviste at undersøge afgørelserne truffet af Oficina Española de Patentes y Marcas (det spanske patent- og varemærkekontor), som sagsøgeren forelagde det, og hvori dette varemærkekontor afslår ansøgninger om varemærker, der indeholdt bestanddelen »lineas aereas de«. Lovligheden af appelkammerets afgørelser kan nemlig udelukkende bedømmes

på grundlag af forordning nr. 40/94 (Rettens dom af 4.11.2003, sag T-85/02, Díaz mod KHIM - Granjas Castelló (CASTILLO), Sml. II, s. 4835, præmis 37). Hvis registreringer, der i givet fald allerede er foretaget i medlemsstaterne, er et forhold, som — uden at være bestemmende — alene kan tages i betragtning ved registreringen af et EF-varemærke (jf. Rettens dom af 19.9.2001, sag T-337/99, Henkel mod KHIM (rød og hvid rund tablet), Sml. II, s. 2597, præmis 58 og den deri nævnte retspraksis), gælder det samme endvidere for de afgørelser om afslag på registrering af varemærkeansøgninger, der træffes af de nationale kontorer. Selv om de afgørelser fra Oficina Española de Patentes y Marcas, som sagsøgeren har henvist til, udgør forhold, som — uden at være bestemmende — tilsigter at anføre, at bestanddelen »lineas aereas del mediterraneo« har en svag grad af særpræg, forholder det sig i det foreliggende tilfælde derfor således, at appelkammeret ikke begik en fejl ved af de i præmis 32 og 33 ovenfor anførte grunde at fastslå, at den pågældende bestanddel imidlertid ikke var uden betydning i helhedsindtrykket af det ansøgte varemærke.

³⁹ På baggrund af det ovenstående må det fastslås, at i modsætning til det af sagsøgeren hævdede var det med rette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 33 udelukkede, at bestanddelen »lam« var dominerende i det ansøgte varemærke, og at det derfor i overensstemmelse med den retspraksis, der er nævnt i præmis 26 ovenfor, ligeledes tog hensyn til bestanddelene »líneas aéreas del mediterráneo« i det pågældende varemærke ved sammenligningen af de omhandlede tegn.

⁴⁰ Hvad for det andet angår eventuelle ligheder og forskelle mellem de omhandlede tegn skal det først fastslås, at sagsøgeren på det visuelle og fonetiske plan har tilsluttet sig appelkammerets bedømmelse i den anfægtede afgørelses punkt 26, hvorefter ordet »lam«, der er placeret i slutningen af det ansøgte varemærke, og ordet »lan« i de ældre varemærker ligner hinanden. Som appelkammeret med rette ligeledes fastslog i den anfægtede afgørelses punkt 26 og i modsætning til sagsøgerens påstand om, at alene det ansøgte varemærkes bestanddel »lam« skal tages i betragtning ved sammenligningen af de omhandlede varemærker, ophæves lighederne mellem det

ansøgte varemærkes ordbestanddel »lam« og de ældre varemærkers ordbestanddel »lan« af den omstændighed, at de omhandlede varemærker vurderet i deres helhed er forskellige såvel ud fra en visuel som en fonetisk synsvinkel. Mens de ældre varemærker udgøres af en enkelt ordbestanddel, der består af tre ord, nemlig ordet »lan«, og det ældre figurmærke desuden omfatter en stiliseret stjerne, består det ansøgte varemærke af ordbestandsdelene »lineas aereas del mediterraneo« og »lam« på i alt 30 bogstaver, således at de omhandlede varemærker, som appelkammeret med rette fastslog i den anfægtede afgørelses punkt 25, vurderet i deres helhed ikke alene er forskellige for så vidt angår antallet af de ord, de udgøres af, deres struktur og deres længde, men ligeledes deres udtale. Sagsøgerens argument, hvorefter de omhandlede tegn ligner hinanden på det visuelle og fonetiske plan, må derfor forkastes.

- 41 På det begrebsmæssige plan har sagsøgeren i det væsentlige gjort gældende, at for så vidt som for det første det ansøgte varemærkes dominerende bestanddel, dvs. ordbestandsdelen »lam«, og for det andet den eneste ordbestanddel i de ældre varemærker, dvs. bestandsdelen »lan«, ikke har nogen betydning, indeholder de omhandlede varemærker ikke begrebsmæssige forskelle.
- 42 I den forbindelse skal det i lighed med punkt 28 i appelkammerets anfægtede afgørelse fastslås, at den spansktalende forbruger, som er en del af den relevante kundekreds, vil forstå bestandsdelene »lineas aereas del mediterraneo« i det ansøgte varemærke som en henvisning til luftfartstransport i middelhavsområdet, og han vil knytte en forbindelse mellem den omhandlede bestanddel og ordbestandsdelen »lam«, der udgør initialerne.
- 43 I modsætning til hvad sagsøgeren har hævdet, skal det, som appelkammeret anførte i den anfægtede afgørelses punkt 30, fastslås, at mens der for den del af den relevante kundekreds, som end ikke har et minimumskendskab til spansk, ikke foreligger nogen forskel eller begrebsmæssig lighed mellem de omhandlede varemærker, vil den del af den relevante kundekreds, som blot har et minimalt kendskab til spansk, opfatte

en forskel mellem dels det ansøgte varemærke, som den pågældende kundekreds vil forstå som en henvisning til luftfartstransporten i middelhavsområdet, dels de ældre varemærker, for hvilke det ikke fremgår af sagsakterne for Retten, at den pågældende kundekreds tillægger disse en særlig betydning eller under alle omstændigheder anser dem for at have ligheder med betydningen af det ansøgte varemærke.

- 44 På baggrund af samtlige ovenstående betragtninger skal det, som appelkammeret i det væsentlige konkluderede i den anfægtede afgørelses punkt 30 og 31, således fastslås, at de omhandlede tegn vurderet i deres helhed er forskellige, henset for det første til deres visuelle og fonetiske forskelligheder og for det andet enten deres begrebsmæssige forskelle for den del af den relevante kundekreds, der er spansktalende, eller den omstændighed, at de ikke har nogen særlig betydning for den del af den relevante kundekreds, der ikke er spansktalende.

Risikoen for forveksling

- 45 Appelkammeret fastslog i den anfægtede afgørelses punkt 32 i det væsentlige, at selv om de tjenesteydelser, der er omfattet af de omhandlede varemærker, var af samme art, udelukkede den omstændighed, at der ikke forelå lighed mellem varemærkerne, risikoen for forveksling.
- 46 Sagsøgeren har til gengæld gjort gældende, at der foreligger risiko for forveksling mellem det ansøgte varemærke og de ældre varemærker, idet de dels har lighed på det visuelle og fonetiske plan og ikke har nogen særlig betydning, dels idet de tjenesteydelser, der er omfattet af de pågældende varemærker, er af samme art.
- 47 I den forbindelse bemærkes, at når henses til den manglende lighed mellem de omhandlede tegn (jf. præmis 44 ovenfor) var det med rette, at appelkammeret i den anfægtede afgørelses punkt 32 i det væsentlige fastslog, at der, uanset at de nævnte

tjenesteydelser er af samme art, ikke forelå en risiko for forveksling mellem det ansøgte varemærke og de ældre varemærker for den relevante kundekreds. I forbindelse med helhedsvurderingen af risikoen for forveksling kan den manglende lighed mellem de omhandlede tegn nemlig ikke opvejes af den omstændighed, at de omfattede tjenesteydelser er af samme art (jf. i denne retning Rettens dom af 12.2.2009, sag T-265/06, Lee/DE mod KHIM — Cooperativa italiana di ristorazione (PIAZZA del SOLE), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 56).

- 48 Denne konklusion kan ikke ændres af sagsøgerens argument, hvorefter appelkammeret undlod at undersøge de ældre varemærkers renommé. Ifølge retspraksis er et varemærkes renommé nemlig et forhold, der skal tages i betragtning ved bedømmelsen af, om ligheden mellem varemærkerne eller mellem varerne og tjenesteydelserne er tilstrækkelig til at fremkalde risiko for forveksling (Rettens dom af 12.12.2002, sag T-110/01, Vedral mod KHIM — France Distribution (HUBERT), Sml. II, s. 5275, præmis 65; jf. Rettens dom af 15.9.2009, sag T-308/08, Parfums Christian Dior mod KHIM — Consolidated Artists (MANGO adorably), ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 53 og den deri nævnte retspraksis). Et ældre varemærkes renommé skal derfor tages i betragtning ved bedømmelsen af, om der foreligger risiko for forveksling, når det er fastslået, at der foreligger lighed mellem varemærkerne, og ikke med henblik på at fastslå, om der foreligger en sådan lighed (jf. i denne retning dommen i sagen MANGO adorably, præmis 54). For så vidt som det i præmis 44 ovenfor blev fastslået, at der ikke forelå lighed mellem de omhandlede tegn, begik appelkammeret ikke i denne sag en fejl ved ikke at undersøge det eventuelle renommé ved de ældre varemærker. Det argument, som sagsøgeren i den henseende har gjort gældende, må følgelig forkastes som ugrundet.
- 49 På baggrund af det ovenstående må det i lighed med appelkammerets afgørelse fastslås, at der ikke foreligger risiko for forveksling mellem de omhandlede tegn.
- 50 Det eneste anbringende, som sagsøgeren har gjort gældende, skal derfor forkastes som ugrundet og Harmoniseringskontoret frifindes.

Sagens omkostninger

- 51 Ifølge artikel 87, stk. 2, i Rettens procesreglement pålægges det den tabende part at betale sagens omkostninger, såfremt der er nedlagt påstand herom. Da sagsøgeren har tabt sagen, bør det pålægges denne at betale sagens omkostninger i overensstemmelse med Harmoniseringskontorets påstand herom.

På grundlag af disse præmisser

udtaler og bestemmer

RETTEN (Fjerde Afdeling):

- 1) **Kontoret for Harmonisering i det Indre Marked (Varemærker og design) (KHIM) frifindes.**
- 2) **Lan Airlines, SA betaler sagens omkostninger.**

Pelikánová

Jürimäe

Van der Woude

Afsagt i offentligt retsmøde i Luxembourg den 8. februar 2011.

Underskrifter