

YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIMEN TUOMIO  
(kolmas jaosto)

18 päivänä kesäkuuta 2008 \*

Asiassa T-175/06,

**The Coca-Cola Company**, kotipaikka Atlanta, Georgia (Yhdysvallat), edustajinaan asianajajat E. Armijo Chávarri ja A. Castán Pérez-Gómez,

kantajana,

vastaan

**sisämarkkinoiden harmonisointivirasto (tavaramerkit ja mallit) (SMHV)**, asiamiehinään O. Montalto ja L. Rampini,

vastaajana,

jossa toisena asianosaisena SMHV:n valituslautakunnassa käydyssä menettelyssä oli ja väliintulijana ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimessa on

\* Oikeudenkäyntikieli: italia.

**San Polo Srl**, kotipaikka Montalcino (Italia), edustajinaan asianajajat G. Casucci ja F. Luciani,

ja jossa on kyse kanteesta, joka on nostettu SMHV:n ensimmäisen valituslautakunnan 5.4.2006 tekemästä päätöksestä (asia R 99/2005-1), joka koskee The Coca-Cola Companyn ja San Polo Srl:n välistä väitemenettelyä,

EUROOPAN YHTEISÖJEN  
ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIN (kolmas jaosto),

toimien kokoonpanossa: jaoston puheenjohtaja J. Azizi (esittelevä tuomari) sekä tuomarit E. Cremona ja S. Frimodt Nielsen,

kirjaaja: johtava hallintovirkamies J. Palacio González,

ottaen huomioon ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen kirjaamoon 29.6.2006 toimitetun kannekirjelmän,

ottaen huomioon ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen kirjaamoon 5.2.2007 toimitetun SMHV:n vastineen,

ottaen huomioon ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen kirjaamoon 25.1.2007 toimitetun väliintulijan vastineen,

ottaen huomioon 22.1.2008 pidetyssä istunnossa esitetyn,

on antanut seuraavan

## tuomion

### Asian tausta

- 1 Väliintulija Azienda Agricola San Polo Exe Srl, josta on tullut San Polo Srl, teki sisämarkkinoiden harmonisointivirastolle (tavaramerkit ja mallit) (SMHV) 31.5.2001 yhteisön tavaramerkin rekisteröintiä koskevan hakemuksen yhteisön tavaramerkistä 20.12.1993 annetun neuvoston asetuksen (EY) N:o 40/94 (EYVL 1994, L 11, s. 1) nojalla, sellaisena kuin kyseinen asetus on muutettuna.
- 2 Tavaramerkki, jonka rekisteröintiä haettiin, on alla esitetty kuviomerkki:



- 3 Tavarat, joita varten rekisteröintiä haettiin, kuuluvat tavaroiden ja palvelujen kansainvälistä luokitusta tavaramerkkien rekisteröimistä varten koskevaan, 15.6.1957 tehtyyn Nizzan sopimukseen, sellaisena kuin se on tarkistettuna ja muutettuna, pohjautuvan luokituksen luokkaan 33 ja vastaavat seuraavaa kuvausta: ”Viinit”.
- 4 Yhteisön tavaramerkin rekisteröintiä koskeva hakemus julkaistiin Yhteisön tavaramerkkilehden 24.12.2001 ilmestyneessä numerossa 110/2001.

- 5 Kantaja The Coca-Cola Company teki 25.3.2002 mainitun tavaramerkin rekisteröintiä koskevan väitteen asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan ja 8 artiklan 5 kohdan nojalla.
- 6 Kyseinen väite perustui haetun tavaramerkin ja seuraavien aikaisempien oikeuksien väliseen sekaannusvaaraan:
- Itävallassa 28.11.1973 rekisteröity sanamerkki MEZZO, joka kattaa seuraavat, luokkaan 32 kuuluvat tavarat: ”Oluet, ale ja portteri; kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; mehuviivisteet ja muut juomien valmistusaineet”
  - Saksassa 5.3.1975 rekisteröity sanamerkki MEZZOMIX, joka kattaa seuraavat, luokkaan 32 kuuluvat tavarat: ”limonadipohjaiset juomasekoitukset”.
- 7 Väiteosasto hyväksyi 30.11.2004 tekemällään päätöksellä väitteen sillä perusteella, että haetun tavaramerkin ja itävaltalaisen tavaramerkin MEZZO välillä oli olemassa sekaannusvaara kyseisistä merkeistä syntyvän samankaltaisen kokonaisvaikutelman ja kyseisten oluiden ja viinien tiettyjen samankaltaisuuksien perusteella. Väiteosasto katsoi, että kyseinen arviointi riitti tavaramerkin rekisteröimisen epäämiseksi ja että näin ollen ei ollut tarpeen tutkia saksalaisen tavaramerkin MEZZOMIX ja sen väitetyt tunnettuuden perusteella esitettyä väitettä.
- 8 Väliintulija teki 27.1.2005 valituksen väiteosaston päätöksestä SMHV:n sisällä asetuksen N:o 40/94 57–62 artiklan nojalla.
- 9 Ensimmäinen valituslautakunta hyväksyi 5.4.2006 tekemällään päätöksellä (jäljempänä riidanalainen päätös) väliintulijan vaatimuksen ja kumosi väiteosaston

päätöksen. Valituslautakunnan mukaan kysymyksessä olevien tavaramerkkien välillä ei ollut olemassa asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettua sekaannusvaaraa. Valituslautakunta katsoi lisäksi, että koska väiteosasto ei ollut ottanut päätöksessään kantaa asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 5 kohdan soveltamiseen, asia oli palautettava sille, jotta se tutkisi kyseisen perusteen.

### **Asianosaisten vaatimukset**

10 Kantaja vaatii, että ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin

– hyväksyy kanteen ja sen liitteet

– toteaa, että kanne riidanalaisesta päätöksestä on nostettu oikeassa ajassa ja asianmukaisessa muodossa

– kumoo riidanalaisen päätöksen

– velvoittaa vastaajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

11 Vastaaja vaatii, että ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin

– hylkää kanteen

– velvoittaa kantajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

12 Väliintulija vaatii, että ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin

– hylkää kanteen

– velvoittaa kantajan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.

## Asiakysymys

### 1. Alustavat huomautukset

13 Kantaja vahvisti suullisessa käsittelyssä, että se vetoaa kanteensa tueksi yhteen ainoaan kanneperusteeseen, joka koskee asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan rikkomista.

14 Tältä osin on huomautettava, että asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohdan mukaan aikaisemman tavaramerkin haltijan vastustuksesta tavaramerkkiä ei rekisteröidä, jos sen vuoksi, että se on sama tai samankaltainen kuin aikaisempi, samoja tai samankaltaisia tavaroita tai palveluja varten oleva tavaramerkki, sen alueen, jolla aikaisempi tavaramerkki on suojattu, yleisön keskuudessa on sekaannusvaara. Sekaannusvaara sisältää vaaran tavaramerkin ja aikaisemman tavaramerkin välisestä miellelyhtymästä.

- 15 Lisäksi asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 2 kohdan a alakohdan ii alakohdan mukaan aikaisemmalla tavaramerkillä tarkoitetaan jäsenvaltiossa rekisteröityjä tavaramerkkejä, joiden rekisteröintihakemus on tehty ennen yhteisön tavaramerkin rekisteröintihakemuksen tekopäivää.
- 16 Vakiintuneen oikeuskäytännön mukaan sekaannusvaara on olemassa, jos yleisö saattaa luulla, että kyseiset tavarat tai palvelut ovat peräisin samasta yrityksestä tai mahdollisesti taloudellisesti keskenään sidoksissa olevista yrityksistä (ks. asia T-162/01, Laboratorios RTB v. SMHV – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS), tuomio 9.7.2003, Kok. 2003, s. II-2821, 30 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 17 Tämän saman oikeuskäytännön mukaan sekaannusvaaraa on arvioitava kokonaisuutena sen mukaan, kuinka kohdeyleisö mieltää kyseessä olevat merkit ja tavarat tai palvelut, ja huomioon on otettava kaikki tekijät, joilla on merkitystä kyseisessä yksittäistapauksessa, erityisesti merkkien samankaltaisuuden ja niiden tavaroiden tai palvelujen samankaltaisuuden, jotka ne kattavat, välinen keskinäinen riippuvuus (ks. edellä 16 kohdassa mainittu asia GIORGIO BEVERLY HILLS, tuomion 31–33 kohta oikeuskäytäntöviittauksineen).
- 18 Lisäksi oikeuskäytännön mukaan sekaannusvaaran kokonaisarvioinnin on riidanalaisten merkkien ulkoasun, lausuntatavan tai merkityssisällön samankaltaisuuden osalta perustuttava niistä syntyvään kokonaisvaikutelmaan, ja huomioon on otettava erityisesti niiden erottavat ja hallitsevat osat (ks. asia C-3/03 P, Matratzen Concord v. SMHV, määräys 28.4.2004, Kok. 2004, s. I-3657, 29 kohta; ks. analogisesti asia C-251/95, SABEL, tuomio 11.11.1997, Kok. 1997, s. I-6191, 23 kohta ja asia C-342/97, Lloyd Schuhfabrik Meyer, tuomio 22.6.1999, Kok. 1999, s. I-3819, 25 kohta).
- 19 Siinäkin tapauksessa, että haettu tavaramerkki on sama kuin merkki, joka on erityisen erottamiskykyinen, on välttämätöntä näyttää toteen niiden tavaroiden tai palvelujen samankaltaisuus, jotka kyseiset tavaramerkit kattavat, koska asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu sekaannusvaara edellyttää, että tavaramerkin kattamat tavarat tai palvelut ovat samoja tai samankaltaisia (asia C-196/06

P, Alecansan v. SMHV, tuomio 9.3.2007, 24 kohta, ei julkaistu oikeustapauskokoelmassa; ks. analogisesti asia C-39/97, Canon, tuomio 29.9.1998, s. I-5507, 22 kohta).

- 20 Asianosaisten esittämiä eri väitteitä on arvioitava näiden periaatteiden valossa.
- 21 Ennen kuin tähän arviointiin ryhdytään, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin huomauttaa, että aikaisemmat tavaramerkit, joihin väite perustuu, on rekisteröity Itävallassa ja Saksassa ja ne on tarkoitettu päivittäistavaroita varten. Näin ollen, kuten valituslautakunta on perustellusti katsonut, eivätkä asianosaiset ole sitä tältä osin riitauttaneet, kohdeyleisö, johon nähden sekaannusvaaraa on arvioitava, muodostuu näiden jäsenvaltioiden keskivertokuluttajista (ks. vastaavasti edellä 16 kohdassa mainittu asia GIORGIO BEVERLY HILLS, tuomion 34 kohta). Kyseessä olevien tavaramerkkien merkitystä arvioitaessa on siis otettava huomioon se, että kyseisessä asiayhteydessä käytetään saksan kieltä.

## *2. Kyseessä olevien merkien vertailu*

### *Asianosaisten lausumat*

- 22 Kantaja katsoo, että kysymyksessä olevat tavaramerkit ovat kiistatta ulkoasultaan samankaltaisia, koska osa ”mezzo”, joka on sen aikaisemmissa tavaramerkeissä, on myös haetun tavaramerkin MEZZOPANE ensimmäinen osa. Se viittaa tältä osin riidanalaisessa päätöksessä mainittuun oikeuskäytäntöön, jonka mukaan kuluttajan huomio yleensä kohdistuu erottamiskykyisen merkin ensimmäiseen osaan (yhdistetyt asiat T-183/02 ja T-184/02, El Corte Inglés v. SMHV – González Cabello ja Iberia Líneas Aéreas de España (MUNDICOR), tuomio 17.3.2004, Kok. 2004, s. II-965, 83 kohta).



- 23 Kantaja katsoo lisäksi, että osa ”mezzo” on ulkonäöltään erityisen houkutteleva kahden sanan keskelle sijoitetun ”z” kirjaimen vuoksi. Haetussa tavaramerkissä tätä sanaosan houkuttelevaa ulkonäköä korostetaan ääri viivoiltaan erittäin ohuella kehyksellä, joka saa sen näyttämään etiketiltä.
- 24 Kantaja huomauttaa lopuksi, että kaikki kyseessä olevat kolme tavaramerkkiä on kirjoitettu samalla tavalla, eikä niiden esitystavassa, suunnittelussa tai kirjasinlajeissa ole mitään erityistä.
- 25 Lausuntatavan samankaltaisuudesta kantaja katsoo, että kyseisissä tavaramerkeissä olevien tavujen pariton määrä ei estä sitä, että lausuntatapa on samankaltainen. Kantajan mukaan lausuntatavat ovat ilmeisen samankaltaisia, jos otetaan huomioon haetun tavaramerkin kahden ensimmäisen tavun (”mez” ja ”zo”) ja kantajan itävaltalaisen tavaramerkin muodostavan kahden tavun (”mez” ja ”zo”) ääntämistavan ja poljennon samanlaisuus. Nämä seikat pätevät kantajan mukaan myös verrattaessa sen tavaramerkkiä MEZZOMIX ja haettua tavaramerkkiä MEZZOPANE. Kantaja korostaa lopuksi, että äännettäessä näitä kahta viimeksi mainittua tavaramerkkiä saksan kielellä, paino on kahdella ensimmäisellä tavulla. Kahdelle ”z” kirjaimelle keskittyvän erityisen soinnillisuutensa vuoksi sanaosa ”mezzo” korostuu suhteessa sanaosiin ”pane” tai ”mix”.
- 26 Merkityssisällön samankaltaisuudesta kantaja on valituslautakunnan kanssa samaa mieltä siitä, että kysymyksessä olevilla merkeillä ei ole saksankielistä merkitystä. Tämä seikka ei näin ollen voi myötävaikuttaa kysymyksessä olevien tavaramerkkien erottamiseen.
- 27 Kantaja huomauttaa lisäksi, että on jo katsottu, että silloin, kun toinen sanamerkin kahdesta sanasta on ulkoasun ja lausuntatavan perusteella sama kuin aikaisemman sanamerkin ainoa sana ja kun nämä sanat eivät yhdessä tai erikseen tarkasteltuna merkityssisältönsä perusteella tarkoita mitään kohdeyleisölle, näitä tavaramerkejä on kutakin kokonaisuutena tarkasteltuna tavallisesti pidettävä samankaltaisina (asia T-286/02, Oriental Kitchen v. SMHV – Mou Dybfrost (KIAP MOU), tuomio 25.11.2003, Kok. 2003, s. II-4953, 39 kohta ja asia T-22/04, Reemark v. SMHV

– Bluenet (Westlife), tuomio 4.5.2005, Kok. 2005, s. II-1559, 37–40 kohta). Kyseisessä oikeuskäytännössä vahvistetaan siten kantajan mukaan tavaramerkkien MEZZO ja MEZZOPANE samankaltaisuus.

- 28 Vastaaja ja väliintulija kiistävät sen, että valituslautakunta olisi tehnyt virheen arvioi-  
dessaan kyseisten tavaramerkkien samankaltaisuuksia ja eroavuuksia.

### *Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen arviointi asiasta*

#### Johdanto

- 29 Edellä 18 kohdassa esitetyn oikeuskäytännön perusteella on tarkastettava, liittyykö  
ulkoasun, lausuntatavan ja merkityssisällön osalta tehdyn vertailun jälkeen kyseisistä  
merkeistä syntyvään kokonaisvaikutelmaan, jonka valituslautakunta on vahvistanut,  
virhe.

#### Ulkoasun vertailu

- 30 Valituslautakunta on ulkoasua vertaillessaan katsonut, että kyseisten tavaramerkkien  
välillä on samanaikaisesti olemassa samankaltaisuuksia ja eroavuuksia. Samankaltai-  
suudet johtuvat valituslautakunnan mukaan sanasta ”mezzo”, joka vastaa aikaisempaa  
itävaltalaista tavaramerkkiä ja joka on myös haetun tavaramerkin MEZZOPANE ja  
aikaisemman saksalaisen tavaramerkin MEZZOMIX ensimmäinen osa. Valituslauta-  
kunta täsmentää, että kun otetaan huomioon se, että sana MEZZO sijoittuu alkuun,  
sillä on suurempi merkitys kuin haetun tavaramerkin toisella osalla ja saksalaisen  
tavaramerkin muulla osalla. Valituslautakunta katsoo ulkoasun eroavuuksista, että

haetun tavaramerkin loppuliite ”pane” tekee siitä pidemmän kuin itävaltalaisesta tavaramerkistä ja se erottaa sen saksalaisesta tavaramerkistä.

- 31 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo, että tämä arviointi on vahvistettava. Aikaisemman saksalaisen tavaramerkin MEZZOMIX ja haetun tavaramerkin MEZZOPANE välisen vertailun osalta on näet huomautettava jo katsotun, että kuluttaja antaa yleensä enemmän merkitystä sanojen alkuosalle (ks. vastaavasti edellä 22 kohdassa mainittu asia MUNDICOR, tuomion 81 kohta ja asia T-112/03, L’Oréal v. SMHV – Revlon (FLEXI AIR), tuomio 16.3.2005, Kok. 2005, s. II-949, 64 ja 65 kohta). Tämä toteamus ei kuitenkaan voi päteä kaikissa tapauksissa (ks. vastaavasti asia T-117/02, Grupo El Prado Cervera v. SMHV – Héritiers Debuschewitz (CHUFAPIT), tuomio 6.7.2004, Kok. 2004, s. II-2073, 48 kohta ja asia T-158/05, Trek Bicycle v. SMHV – Audi (ALLTREK), tuomio 16.5.2007, 70 kohta, ei julkaistu oikeustapauskokoelmassa).
- 32 Esillä olevassa asiassa on totta, että tavaramerkkien MEZZOMIX ja MEZZOPANE osa ”mezzo” herättää sen vuoksi, että se sijoittuu alkuun, erityisesti kohderyhmään kuuluvan kuluttajan huomion. Kyseinen suurempi huomio ei kuitenkaan sulje pois sitä, miten tämä sama kohderyhmään kuuluva kuluttaja mieltää aikaisemman saksalaisen tavaramerkin osan ”mix”, joka on saksankielisen kuluttajan tuntema sana, ja haetun tavaramerkin MEZZOPANE osan ”pane”.
- 33 Näin ollen on niin, että vaikka valituslautakunta on syystä katsonut, että sillä, että osa ”mezzo” on alussa, on suurempi vaikutus kuin haetun tavaramerkin muulla osalla, valituslautakunta on katsonut myös perustellusti, että haetun tavaramerkin loppuosa ”pane” ja aikaisemman saksalaisen tavaramerkin loppuosa ”mix” erottavat kyseiset tavaramerkit toisistaan.
- 34 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo aikaisemman itävaltalaisen tavaramerkin MEZZO ja haetun tavaramerkin MEZZOPANE välisestä vertailusta, että myös näiden merkkien välillä on katsottava olevan tiettyä samankaltaisuutta. Samalla tavalla kuin verrattaessa toisiinsa tavaramerkkejä MEZZOMIX ja MEZZOPANE, on myönnettävä, että osa ”mezzo” herättää sen vuoksi, että se sijoittuu alkuun, erityisesti kohderyhmään kuuluvan kuluttajan huomion. On kuitenkin myös korostettava, että

haetun tavaramerkin osa ”pane” erottaa kyseisen tavaramerkin aikaisemmasta itävaltalaisesta tavaramerkistä MEZZO.

- 35 Kantaja vetoaa vielä siihen, että osa ”mezzo” on erityisen kiehtova sen vuoksi, että merkin keskelle on asetettu kaksi ”z” kirjainta, että haetussa tavaramerkissä sanaosaa korostetaan ääriivioiltaan erittäin ohuella kehyksellä ja että kyseisten tavaramerkkien kirjoitustapa on yhdenmukainen. Nämä kantajan arvioinnit pitävät paikkansa. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuim on kuitenkin sitä mieltä, ettei niillä voida kyseenalaistaa valituslautakunnan riidanalaisessa päätöksessä tekemää arviointia.
- 36 Erityisesti on todettava sanan ”mezzo” keskelle asetetun kahden ”z” kirjaimen osalta, että ne ovat tosin saksan kielessä epätavallisia ja ne merkitsevät tästä syystä sellaista ulkoasuun liittyvää erityispiirrettä, joka voi korostaa kyseisten tavaramerkkien välistä samankaltaisuutta. Niillä ei kuitenkaan poisteta kysymyksessä olevien tavaramerkkien välisiä eroavuuksia haetun tavaramerkin loppuosan ”pane” osalta. Siltä osin kuin on kyse sanaosan ”mezzopane” korostamisesta graafisella osalla, on huomautettava, että riidanalaisessa päätöksessä on otettu huomioon kyseinen osa. Toisin kuin kantaja on asiaa tulkinnut, tämän sanaosan korostamisen perusteella ei voida todeta, että yhtäältä haettu tavaramerkki MEZZOPANE ja toisaalta aikaisemmat tavaramerkit MEZZO ja MEZZOMIX ovat samankaltaisempia kuin mitä valituslautakunta on todennut. Vaikka ääriivioiltaan ohut etiketti korostaa sanaa ”mezzopane”, kyseinen etiketti kuitenkin myös erottaa haetun tavaramerkin aikaisemmista tavaramerkeistä. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuim katsoo siltä osin kuin on kyse kyseisten tavaramerkkien yhdenmukaisuudesta niiden samanlaiseen grafiikkaan nähden, että yhdenmukaisuus ei synnytä samankaltaisuutta enempää kuin se, mitä valituslautakunta on tunnustanut. Kyseisellä samankaltaisuudella ei näet poisteta kokonaan kyseisten tavaramerkkien välisiä eroavuuksia yhtäältä haetun tavaramerkin MEZZOPANE kehykseen ja toisaalta sanan ”mezzopane” ja sanojen ”mezzo” ja ”mezzomix” välisiin eroavuuksiin nähden (ks. edellä 31–35 kohta).
- 37 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuim on näin ollen sitä mieltä, ettei valituslautakunta ole tehnyt virhettä katsoessaan, että esillä olevassa asiassa haetun tavaramerkin ja aikaisempien tavaramerkkien ulkoasussa oli samanaikaisesti samankaltaisuuksia ja eroavuuksia. Tästä seuraa, että haetun tavaramerkin MEZZOPANE ja aikaisempien tavaramerkkien MEZZO ja MEZZOMIX on tunnustettava olevan ulkoasultaan keskimääräisen samankaltaisia.

## Lausuntatavan vertailu

- 38 Valituslautakunta katsoo lausuntatapaa vertaillessaan, että vaikka kysymyksessä olevilla tavaramerkeillä on erilainen tavurakenne ja näin ollen erilainen sointirytmä, ne ovat lausuntatavaltaan samanlaisia sanan ”mezzo” osalta.
- 39 Tämä valituslautakunnan arviointi on vahvistettava. On näet totta, että kyseiset tavaramerkit ovat lausuntatavaltaan samanlaisia sanan ”mezzo” osalta. Haettu tavaramerkki MEZZOPANE eroaa kuitenkin sekä aikaisemmasta tavaramerkistä MEZZO että aikaisemmasta tavaramerkistä MEZZOMIX, koska sillä on erilainen tavurakenne ja sointirytmä suhteessa näihin aikaisempiin tavaramerkkeihin. Vaikka lisäksi on myönnettävä, että kohderyhmään kuuluva kuluttaja painottaa esillä olevassa asiassa kyseisten merkkien ensimmäistä tavua silloin kun ne lausutaan saksalaisittain, kyseinen painottaminen ei kuitenkaan poista sitä, että yhtäältä haettu tavaramerkki ja toisaalta aikaisemmat tavaramerkit lausutaan eri tavalla haetun tavaramerkin viimeisten tavujen ”pa” ja ”ne” johdosta. Nämä viimeiset tavut antavat haetulle tavaramerkille erilaisen soinnun aikaisempaan itävaltalaiseen tavaramerkkiin nähden. Lisäksi kun haettua tavaramerkkiä verrataan aikaisempaan saksalaiseen tavaramerkkiin, sen viimeiset tavut ”pa” ja ”ne” luovat vastakohtaan aikaisemman saksalaisen tavaramerkin viimeiselle tavulle ”mix”.
- 40 Kantaja väittää kuitenkin, että kaksinkertaiseen ”z”:aan keskittyvän erityisen sointuvuuden johdosta äänne ”mezzo” korostuu sointuviin sekvensseihin ”pane” ja ”mix” nähden. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo tältä osin, ettei ole osoitettu, että ainakin saksan kielessä sanan ”mezzo” kaksinkertainen ”z” antaa kyseiselle sanalle äännettäessä erityistä sointuvuutta kohdeyleisön keskuudessa. Kantajan väite, jonka mukaan kyseinen sointuvuus johtaa siihen, että kohdeyleisö katsoo, että äänne ”mezzo” korostuu sointuviin sekvensseihin ”pane” ja ”mix” verrattuna, ei siis ole perusteltu.
- 41 Tämän perusteella ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo, ettei valituslautakunta ole tehnyt virhettä, kun se on myöntänyt, että haetun tavaramerkin ja aikaisempien tavaramerkkien välillä on olemassa lausuntatavan osalta samanaikaisesti

samankaltaisuuksia ja eroavuuksia. Tästä seuraa, että haetun tavaramerkin MEZZOPANE ja aikaisempien tavaramerkkien MEZZO ja MEZZOMIX on katsottava olevan lausuntatavaltaan keskimääräisen samankaltaisia.

## Merkityssisällön vertailu

42 Valituslautakunta katsoi, ettei kysymyksessä olevien merkkien merkityssisältöä ollut mahdollista verrata, kun otetaan huomioon se, että niillä ei yleisesti ottaen ole mitään merkitystä.

43 Tältä osin on todettava, ettei sanoilla ”mezzo”, ”mezzomix” ja ”mezzopane” ole kohdeyleisölle mitään erityistä merkitystä, koska kyseiset sanat eivät saksaksi merkitse mitään. Tämän perusteella ei ole mahdollista vedota merkityssisällön samankaltaisuuteen haetun tavaramerkin MEZZOPANE ja aikaisemman tavaramerkin MEZZO välillä eikä tämän saman haetun tavaramerkin ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX välillä. Tätä viimeistä arviointia ei voida kyseenalaistaa sillä väliintulijan esiin tuomalla seikalla, että kohdeyleisö voi ymmärtää sanan ”mix” siten, että sillä tarkoitetaan sekoitusta. Vaikka näet oletetaan, että kohdeyleisö voi ymmärtää sanan ”mix” siten, että sillä tarkoitetaan ”mezzon” sekoitusta, sanalla ”mezzopane” ei kuitenkaan ole saksankielistä merkitystä, joten haettu tavaramerkki MEZZOPANE ja toisaalta aikaisempi tavaramerkki MEZZOMIX eivät voi olla merkityssisällöltään samankaltaisia. Näin on etenkin siitä syystä, että sana ”mezzopane” ei sisällä pelkästään osaa ”mezzo” vaan tämän lisäksi myös osan ”pane”, eikä kummallakaan näistä osista ole – vaikka niitä tarkastellaan erikseen – merkityssisältöä saksan kielessä.

## Päätelmä

44 Edellä olevan perusteella ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin katsoo, että kysymyksessä olevien merkkien kokonaisarvioinnin perusteella niitä on pidettävä

keskimääräisen samankaltaisina. Näiden kolmen merkin yhteisestä osasta eli sanasta ”mezzo” huolimatta merkit erottuvat toisistaan, kun otetaan huomioon aikaisemman saksalaisen merkin sana ”mix” ja haetun tavaramerkin sana ”pane”. Näiden osien muodostaman kokonaisuuden vertailu paljastaa näiden merkkien olevan keskimääräisen samankaltaisia.

45 Tätä arviointia ei voida kyseenalaistaa sillä kantajan esiin tuomalla oikeuskäytännöllä, jonka mukaan on lähdettävä siitä periaatteesta, että silloin, kun toinen sanamerkin kahdesta sanasta on ulkoasun ja lausuntatavan perusteella sama kuin aikaisemman sanamerkin ainoa sana ja kun nämä sanat eivät yhdessä tai erikseen tarkasteltuna merkityssisältönsä perusteella tarkoita mitään kohdeyleisölle, näitä tavaramerkkejä on kutakin kokonaisuutena tarkasteltuna tavallisesti pidettävä samankaltaisina asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettulla tavalla (edellä 27 kohdassa mainittu asia KIAP MOU, tuomion 39 kohta ja edellä 27 kohdassa mainittu asia Westlife, tuomion 37 kohta).

46 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin huomauttaa näet aluksi, että kyseistä oikeuskäytäntöä soveltamalla voidaan tehdä ainoastaan alustava arviointi. Tällä soveltamisella ei näin ollen voida sulkea pois täydentävää arviointia kyseisten tavaramerkkien välisen sekaannusvaaran täydellisen arvioinnin takaamiseksi. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin huomauttaa tämän jälkeen, että kyseisessä oikeuskäytännössä on kyse kahden sanamerkin välisestä vertailusta. Esillä olevassa asiassa tavaramerkki MEZZOPANE on kuitenkin kuviomerkki, mikä suhteuttaa kyseisen oikeuskäytännön merkitystä nyt käsiteltävänä olevassa asiassa. Lopuksi on todettava, että kuten ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin on edellä katsonut, esillä olevassa asiassa haetun tavaramerkin MEZZOPANE ja aikaisempien tavaramerkkien MEZZO ja MEZZOMIX välillä on joka tapauksessa katsottava olevan tiettyä samankaltaisuutta.

47 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin on näin ollen sitä mieltä, ettei edellä 45 kohdassa mainitulla oikeuskäytännöllä voida kyseenalaistaa edellä 44 kohdassa esitettyä päätelmää.

### 3. Kyseessä olevien tavaroiden vertailu

#### *Asianosaisten lausumat*

- 48 Kantaja riitauttaa valituslautakunnan tekemän arvioinnin kyseisten tavaramerkkien kattamien tavaroiden samankaltaisuuksista ja eroavuuksista.
- 49 Kantaja katsoo haetun tavaramerkin kattamien viinien sekä oluiden, alen ja portterin, joihin sen tavaramerkillä MEZZO viitataan, välisestä vertailusta, että kyse on ensinnäkin samanluonteisista tavaroista eli alkoholijuomista. Kyse on sen mukaan toiseksi tavaroista, joilla on sama käyttötarkoitus eli ne on tarkoitettu nautittaviksi. Kyse on kolmanneksi tavaroista, joita kuluttajat käyttävät samankaltaisella tavalla eli aterioiden yhteydessä tai aperitiivina. Kyse on neljänneksi tavaroista, jotka on osoitettu samalle yleisölle eli loppukuluttajille. Kyse on viidenneksi tavaroista, joita markkinoidaan samassa muodossa eli pulloissa. Kyse on kuudenneksi tavaroista, joiden jakelu tapahtuu samoja kanavia käyttäen eli baareissa, ravintoloissa, supermarketeissa, ostoskeskuksissa ja niin edelleen. Kantajan mukaan on tavanomaista, että kyseiset tavarat sijoitetaan näissä liikkeissä vierekkäin, ne ovat vierekkäin ravintoloiden ruokalistoilta ja niin edelleen. Seitsemänneksi näitä tavaroita mainostetaan samalla tavalla eli televisiossa, radiossa, aikakauslehdissä ja niin edelleen. Kyse on kahdeksanneksi tavaroista, jotka ovat tietyissä määrin keskenään kilpailevia, eli kuluttaja voi päättää juovansa viiniä tai olutta aterian yhteydessä, aperitiivina ja niin edelleen.
- 50 Kantaja katsoo, että nämä kyseisten tavaroiden yhteiset piirteet yhdistettynä siihen, että tavaroissa on samanlaiset tai samankaltaiset merkit, jotka on kiinnitetty niihin niiden markkinoimiseksi, ovat omiaan saamaan kohdeyleisön uskomaan, että kyseiset tavarat on tuotettu yhden ja saman, niiden laadusta vastaavan yrityksen valvonnassa (ks. vastaavasti edellä 19 kohdassa mainittu asia Canon, tuomion 28 kohta).



- 51 Kantajan mukaan näitä seikkoja ei tee pätemättömäksi se, että kyseiset tavarat eroavat toisistaan ainesosiensa ja tuotantomenetelmänsä suhteen.
- 52 Ensinnäkin kantaja katsoo, ettei ole oikein väittää, että oluiden ja viinien ainesosat ja tuotantomenetelmät ovat erilaiset. Se huomauttaa, että viini ja olut ovat molemmat alkoholijuomia ja että olutta valmistetaan ohraa käyttämällä, kun taas viiniä valmistetaan puristettua viinirypälettä käyttämällä.
- 53 Kantaja on toiseksi sitä mieltä, että viinin ja oluen koostumuksen välinen ero ei estä sitä, että kyseiset juomat ovat toisiinsa rinnastettavia siitä syystä, että niillä pyritään täyttämään sama tarve.
- 54 Kolmanneksi kantaja esittää, että vaikka kohdeyleisö on tietoinen kyseiset tavarat toisistaan erottavista ominaispiirteistä niiden koostumuksen ja niiden valmistustavan osalta ja se huomaa ne, se ei kuitenkaan tee tämän perusteella väärin tai oikein sitä johtopäätöstä, että kyseiset eroavuudet estävät samaa yritystä valmistamasta tai markkinoimasta samanaikaisesti kahdentyypisiä juomia. Kantajan mukaan edellä 49 kohdassa esitetyt samankaltaisuudet ovat ensisijaisia niihin kahteen ainoaan erottavaan tekijään nähden, joihin valituslautakunta on vedonnut, varsinkaan kun valituslautakunta ei ole toimittanut mitään objektiivista tietoa, jolla voitaisiin tukea sen väitettä, jonka mukaan itävaltalaisen keskivertokuluttajan mielestä on tavallista, että yhtäältä viinit ja toisaalta oluet ovat peräisin eri yrityksiltä.
- 55 Kantaja katsoo, että näitä seikkoja sovelletaan myös haetulla tavaramerkillä katettujen tavaroiden ja niiden limonadipohjaisten juomasekoitusten väliseen vertailuun, joihin sen tavaramerkki MEZZOMIX liittyy. Se korostaa, että näihin viimeksi mainittuihin saattavat kuulua alkoholijuomat, minkä johdosta niitä on pidettävä juomina, joilla voidaan korvata viini.

- 56 Kantajan mukaan nämä seikat voidaan ulottaa, vaikkakin vähäisemmässä määrin, koskemaan myös muita sen tavaramerkin MEZZO kattamia tavaroita eli kivennäis- ja hiilihappovesiä ja muita alkoholittomia juomia; mehutiivisteitä ja muita juomien valmistusaineita. Vaikka alkoholijuomia ei nimenomaisesti ole sisällytetty tähän ryhmään, kantaja katsoo, että kohdeyleisön mielestä kyse voi olla samaan ryhmään kuuluvista tavaroista. Ensi näkemältä mikään ei estä käsittämästä, että ”juomien valmistusaineiden” piiriin kuuluvat sekä alkoholijuomien että muiden kuin alkoholi-juomien valmistusaineet.
- 57 Kantaja tarkentaa, että sen näkemys vastaa sitä näkemystä, jonka väiteosasto omaksui päätöksessään, joka on kumottu riidanalaisella päätöksellä.
- 58 Kantaja vetoaa lopuksi asiassa T-99/01, Mystery Drinks vastaan SMHV – Karlsberg Brauerei (MYSTERY), 15.1.2003 annettuun tuomioon (Kok. 2003, s. II-43, 40 kohta), jossa ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuinn tunnusti juomien samankaltaisuuden niiden ainesosien ja niiden valmistustavan välisistä eroavuuksista huolimatta tukeutumalla niiden yhteiseen luonteeseen, käyttötarkoitukseen ja myyntitapaan. Samoin asiassa T-203/02, Sunrider vastaan SMHV – Espadafor Caba (VITAFRUIT), 8.7.2004 annettussa tuomiossa (Kok. 2004, s. II-2811, 66 ja 67 kohta) on kantajan mukaan tunnustettu, että yhtäältä ”olut; kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; hedelmä- ja vihannesjuomat, hedelmätuoremehut; mehutiivisteet ja muut juomien valmistusaineet; yrtti- ja vitamiinijuomat” ja toisaalta ”tiivistetyt hedelmämehut” ovat samankaltaisia.
- 59 Kantaja päättelee, että kysymyksessä olevien tavaramerkkien kattamat tavarat ovat ilmeisen samankaltaisia.
- 60 Vastaaja ja väliintulija riitauttavat kantajan arvioinnin ja katsovat, että valituslautakunta on arvioinut oikein kyseisten tavaroiden välistä sekaannusvaaraa.

*Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen arviointi asiasta*

## Johdanto

- 61 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin huomauttaa, että kyseisten tavaroiden samankaltaisuuden arvioimiseksi on otettava huomioon kaikki niiden väliseen suhteeseen liittyvät merkitykselliset tekijät. Näihin tekijöihin kuuluvat erityisesti tavaroiden luonne, käyttötarkoitus, käyttötavat sekä se, ovatko ne keskenään kilpailuvia vai toisiaan täydentäviä (ks. analogisesti edellä 19 kohdassa mainittu asia Canon, tuomion 23 kohta).
- 62 Esillä olevassa asiassa on verrattava yhtäältä haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattamia viinejä ja aikaisemman itävaltalaisen tavaramerkin MEZZO kattamia tavaroita, joita ovat ”oluet, ale ja portteri; kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; mehutiivisteet ja muut juomien valmistusaineet”, ja toisaalta haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattamia viinejä ja aikaisemman saksalaisen tavaramerkin MEZZOMIX kattamia limonadipohjaisia juomasekoituksia.

## Viinin ja oluen vertailu

- 63 Siltä osin kuin aluksi on kyse viinien sekä oluiden, alen ja portterin luonteesta, käyttötarkoituksesta ja käyttötavoista, on totta, kuten kantaja väittää, että kyseiset tavarat ovat alkoholijuomia, jotka valmistetaan käymisprosessin avulla, joita käytetään aterioiden yhteydessä tai joita juodaan aperitiivina.
- 64 Valituslautakunnan tavoin on kuitenkin todettava, että kyseisten juomien perusainesosilla ei ole yhteisiä piirteitä. Alkoholit eivät ole ainesosa, jota käytetään näiden juomien valmistamiseen, vaan se on yksi tästä valmistuksesta saaduista aineista. Vaikka lisäksi kummankin juoman tuottaminen edellyttää käymisprosessia, niiden tuotantomenetelmät eivät rajoitu käymiseen ja ne ovat perimmiltään hyvin erilaisia.

Rypäleiden puristamista ja rypälemehun tynnyreihin laittamista ei voida rinnastaa oluenpanomenetelmiin.

- 65 Lisäksi se, että olutta saadaan mallasta käyttämällä, kun taas viini on rypälemehun käymisen tulos, saa aikaan lopputuotteet, jotka erottuvat toisistaan värinsä, tuoksunsa ja makunsa puolesta. Tämä värin, tuoksun ja maun ero johtaa siihen, että kohderyhmään kuuluva kuluttaja mieltää nämä kaksi tavaraa luonteeltaan erilaisiksi tavaroiksi.
- 66 Lisäksi siitä huolimatta, että viinillä ja oluella voidaan tietyssä määrin täyttää sama tarve eli juoman nauttiminen aterian yhteydessä tai aperitiivina, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo, että kohdeyleisöön kuuluva kuluttaja mieltää ne erillisiksi tavaroiksi. Valituslautakunta on näin ollen perustellusti katsonut, että viinit ja oluet eivät kuulu samaan alkoholijuomien ryhmään.
- 67 Siltä osin kuin tämän jälkeen on kyse siitä, ovatko viini ja olut toisiaan täydentäviä edellä 61 kohdassa mainitussa oikeuskäytännössä tarkoitettulla tavalla, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien huomauttaa, että tämä täydentävyys liittyy tavaroiden väliseen läheiseen yhteyteen siinä mielessä, että toinen tavara on välttämätön tai tärkeä toisen tavarankäytön kannalta (ks. asia T-169/03, Sergio Rossi v. SMHV – Sissi Rossi (SISSI ROSSI), tuomio 1.3.2005, Kok. 2005, s. II-685, 60 kohta). Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo esillä olevassa asiassa, että viini ei ole välttämätön eikä tärkeä oluen käytön kannalta tai päinvastoin. Lisäksi ei ole olemassa mitään seikkaa, jonka perusteella voitaisiin päätellä, että toisen näistä tavaroista ostanut joutuisi ostamaan myös toisen.
- 68 Eräässä toisessa yhteydessä on jo katsottu sen osalta, ovatko viini ja olut keskenään kilpailevia, että näiden tavaroiden välillä on olemassa tiettyä kilpailua. Yhteisöjen

tuomioistuimien on siten todennut, että viini ja olut soveltuvat tiettyssä määrin samanaisten tarpeiden tyydyttämiseen, joten niiden on katsottava olevan tiettyssä määrin toisensa korvaavia hyödykkeitä. Yhteisöjen tuomioistuin on kuitenkin katsonut, että viinien suurten laatu- ja siten myös hintaerojen vuoksi oluen, joka on suosittu ja laajalti käytetty juoma, ja viinin keskinäinen kilpailutilanne on määritettävä ottaen huomioon tavanomaisesti yleisön saatavilla olevat viinit, jotka yleensä ovat myös miedoimpia ja huokeimpia (ks. analogisesti asia 356/85, komissio v. Belgia, tuomio 9.7.1987, Kok. 1987, s. 3299, Kok. Ep. IX, s. 147, 10 kohta; ks. myös asia 170/78, komissio v. Yhdistynyt kuningaskunta, tuomio 12.7.1983, Kok. 1983, s. 2265, Kok. Ep. V, s. 19, 8 kohta ja asia C-166/98, Socridis, tuomio 17.6.1999, Kok. 1999, s. I-3791, 18 kohta). Mikään ei esillä olevassa asiassa näytä osoittavan, ettei kyseistä arviointia voitaisi soveltaa myös nyt käsiteltävänä olevaan asiaan. Tästä seuraa, että on tunnus-tettava, että viini ja olut kilpailevat tiettyssä määrin keskenään, kuten kantaja väittää.

69 Lopuksi on myönnettävä valituslautakunnan esittämän arvioinnin mukaisesti, että itävaltalaisen keskivertokuluttajan mielestä on tavallista ja että se näin ollen odottaa, että yhtäältä viinit ja toisaalta oluet, ale ja portteri ovat peräisin eri yrityksiltä ja että kyseiset juomat eivät kuulu samaan alkoholijuomien ryhmään. Minkään perusteella ei voida todeta, ettei itävaltalainen yleisö ole tietoinen oluen ja viinin toisistaan erot-tavista ominaispiirteistä niiden koostumuksen ja niiden valmistustavan osalta eikä huomaa niitä. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin katsoo sitä vastoin, että nämä eroavuudet mielletään siten, että niiden johdosta on epätodennäköistä, että sama yritys valmistaa ja markkinoi samanaikaisesti kummankin tyyppistä juomaa. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin korostaa ylimääräisenä seikkana sitä, että on yleisesti tunnettua, että Itävallassa valmistetaan perinteisesti sekä olutta että viiniä, ja valmistajina ovat eri yritykset. Tämän perusteella itävaltalainen keskivertokuluttaja odottaa, että yhtäältä oluet, ale ja portteri ja toisaalta viini ovat peräisin eri yrityksistä.

70 Kaikkien edellä esitettyjen seikkojen perusteella ensimmäisen oikeusasteen tuo-mioistuin katsoo, että itävaltalaisen keskivertokuluttajan mielestä yhtäältä viinit ja toisaalta oluet ovat vähäisessä määrin samankaltaisia.

Haetun tavaramerkin kattaman viinin ja aikaisempien tavaramerkkien kattamien muiden juomien kuin oluiden vertailu

– Johdanto

- 71 Siltä osin kuin on kyse yhtäältä haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattaman viinin ja toisaalta aikaisemman tavaramerkin MEZZO kattamien tavaroiden, joita ovat ”kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; mehutiivisteet ja muut juomien valmistusaineet”, ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX kattamien ”limonadipohjaisten juomasekoitusten” välisestä vertailusta, ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo tarpeelliseksi määrittää aluksi, kuuluvatko näihin edellä mainittuihin tavaroihin, joita varten aikaisemmat tavaramerkit on tarkoitettu, sekä muut kuin alkoholijuomat että alkoholijuomat.
- 72 Tältä osin valituslautakunta ja kantaja ovat katsoneet, että aikaisempien tavaramerkkien kattamien juomien piiriin saattavat kuulua muut alkoholijuomat kuin oluet. Vastaaja riitauttaa tämän arvioinnin sillä perusteella, että se on ristiriidassa sekä luokkaan 32 ja 33, joissa kysymyksessä olevat tavarat ovat, kuuluvien tavaroiden luokittelun systemaattisuuden että edellä mainitun tavaroiden ja palvelujen kansainvälistä luokitusta tavaramerkkien rekisteröimistä varten koskevan Nizzan sopimuksen tavara- ja palveluluokkien luettelon selittävien huomautusten kanssa (jäljempänä selittävät huomautukset).
- 73 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien huomauttaa, että tavaramerkin MEZZO ”kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; mehutiivisteet ja muut juomien valmistusaineet” ja tavaramerkin MEZZOMIX ”limonadipohjaiset juomasekoitukset” on rekisteröity luokkaan 32.
- 74 Luokan 33 selkeästä ja yksiselitteisestä sanamuodosta ilmenee kuitenkin, että kyseinen luokka kattaa kaikki alkoholijuomat ainoastaan olutta lukuun ottamatta. Näin ollen sillä, että luokassa 32 sanalla ”alkoholittomat” ei nimenomaisesti viitata ”hedelmäjuomiin ja hedelmätuoremehuihin” ja ”mehutiivisteisiin ja muihin juomien valmistusaineisiin”, ei ole yksinään mitään merkitystä sen osalta, voiko kyseiseen

luokkaan kuulua muita alkoholipitoisia tuotteita kuin olut. Jo luokan 33 sanamuoto ei näet anna mitään mahdollisuutta tulkita luokkaa muutoin kuin siten, että se sisältää kaikki alkoholijuomat, paitsi oluen, ja tämän lisäksi myös luokkaa 32 ja 33 koskevat selittävät huomautukset tukevat tulkintaa, jonka mukaan luokka 33 kattaa kaikki alkoholijuomat, paitsi oluen. Luokkaa 33 koskevan selittävän huomautuksen mukaan siitä hetkestä alkaen, kun alkoholijuomasta on ”poistettu alkoholi”, se otetaan pois luokasta 33 sen sisällyttämiseksi luokkaan 32. Luokkaa 32 koskevassa selittävässä huomautuksessa vahvistetaan tämä toteamalla, että kyseiseen luokkaan kuuluvat juomat, joista on ”poistettu alkoholi”.

75 Tämän perusteella luokkaa 32 koskevassa selittävässä huomautuksessa olevaa yleiskuvausta, jonka mukaan luokkaan kuuluvat ”pääasiassa” alkoholittomat juomat, on tulkittava yhdenmukaisesti luokan 33 sanamuodon kanssa. Kyseistä luokkaa koskevan selittävän huomautuksen alkua ja luokkaa 32 koskevan selittävän huomautuksen muita tarkennuksia on siis tulkittava siten, että luokkaan 32 kuuluvat lähtökohtaisesti pelkästään alkoholittomat juomat ja aineet, ja ainoa poikkeus kyseiseen luokkaan kuuluvien juomien alkoholittomuudesta on olut.

76 Tätä arviointia ei voida kyseenalaistaa asiassa T-296/02, Lidl Stiftung vastaan SMHV – REWE-Zentral (LINDENHOF), 15.2.2005 annetulla tuomiolla (Kok. 2005, s. II-563), koska kyseisessä asiassa ainoastaan myönnetään se teoreettinen mahdollisuus, että hedelmäjuomiin ja hedelmätuoremehuihin voidaan katsoa sisältyvän myös alkoholipitoiset juomat, ilman että siinä kuitenkaan tulkittaisiin systemaattisesti luokkaa 32 ja 33. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin huomauttaa lisäksi, että edellä mainitussa asiassa LINDENHOF on katsottu, että termit ”hedelmäjuomat” ja ”hedelmätuoremehut” on varattu alkoholittomille tuotteille (tuomion 53 kohta).

77 Näin ollen aikaisemman tavaramerkin MEZZO ”kivennäis- ja hiilihappovesien ja muiden alkoholittomien juomien; mehtiivistaiden ja muiden juomien valmistusaineiden” ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX ”limonadipohjaisten juomasekoitusten”, jotka on esitetty luokassa 32, on katsottava sisältävän ainoastaan alkoholittomia juomia.

78 Yhtäältä haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattaman viinin ja toisaalta aikaisemman tavaramerkin MEZZO ”kivennäis- ja hiilihappovesien ja muiden alkoholittomien juomien; mehutiivisteiden ja muiden juomien valmistusaineiden” ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX ”limonadipohjaisten juomasekoitusten” välistä sekaannusvaaraa on arvioitava juuri tämän tarkennuksen valossa.

– Yhtäältä viinin ja toisaalta kivennäis- ja hiilihappovesien ja muiden alkoholittomien juomien, mehutiivisteiden, muiden juomien valmistusaineiden ja limonadipohjaisten juomasekoitusten vertailu

79 Siltä osin kuin aluksi on kyse haetun tavaramerkin kattaman viinin ja aikaisempien tavaramerkkien kattamien alkoholittomien juomien luonteesta, käyttötarkoituksesta ja käyttötavoista, on huomautettava, että kyseisten tavaroiden luonne on erilainen sen mukaan, onko niiden koostumuksessa alkoholia vai ei.

80 Tältä osin on jo katsottu, että saksalainen keskivertokuluttaja on tottunut tähän alkoholipitoisten ja alkoholittomien juomien väliseen erotteluun ja kiinnittää siihen huomiota, mikä on lisäksi välttämätöntä, koska tietyt kuluttajat eivät halua tai voi käyttää alkoholia (edellä 76 kohdassa mainittu asia LINDENHOF, tuomion 54 kohta). Saksalainen keskivertokuluttaja tekee näin ollen tämän eron verrattaessa toisiinsa haetun tavaramerkin viiniä ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX alkoholittomia juomia.

81 Millään kantajan esittämällä seikalla ei voida osoittaa, ettei tämä arviointi pätsi myös itävaltalaisen keskivertokuluttajan osalta. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen mielestä on katsottava, että myös viimeksi mainittu on tottunut alkoholipitoisten ja alkoholittomien juomien väliseen erotteluun ja kiinnittää siihen huomiota. Tästä seuraa, että itävaltalainen keskivertokuluttaja tekee tämän eron verrattaessa toisiinsa haetun tavaramerkin viiniä ja aikaisemman tavaramerkin MEZZO alkoholittomia juomia.

82 Valituslautakunta on siis perustellusti katsonut, että ”viinit ovat alkoholijuomia ja tällä perusteella ne eroavat selvästi aikaisemmalla tavaramerkillä MEZZO tarkoitetuista



tavaroista sekä kaupoissa että juomalistoilta” ja että esillä olevassa asiassa ”keskiver- tokuluttaja on tottunut alkoholipitoisten ja alkoholittomien juomien väliseen erot- teluun ja että tällainen erottelu on välttämätön, koska tietyt kuluttajat eivät halua tai voi käyttää alkoholia”.

83 Viinin ja alkoholittomien juomien käyttötarkoituksen ja käyttötapojen osalta on todettava, että ne vastaavat osittain toisiaan. Viinin käyttäminen ei sulje pois alko- holittomien juomien käyttöä ja päinvastoin, mutta jommankumman näistä juomista käyttäminen ei välttämättä johda toisen käyttämiseen. Lisäksi viini on yleensä tarkoi- tettu maisteluun eikä sen tehtävänä ole sammuttaa janoa, kun taas aikaisempien tavaramerkkien kattamilla alkoholittomilla juomilla on yleensä ja jopa yksinomaan silloin, kun on kyse kivennäis- ja hiilihappovesistä, tarkoitus sammuttaa jano. Kohde- yleisöön kuuluvan kuluttajan kannalta sillä, onko juomassa alkoholia vai ei, ja viinin ja aikaisempien tavaramerkkien kattamien muiden alkoholittomien juomien maku- erolla on enemmän merkitystä kuin yhteisellä käyttötarkoituksella ja käyttötavoilla.

84 Tämän jälkeen edellä 61 ja 67 kohdassa mainitussa oikeuskäytännössä tarkoitettu- ta kyseisten tuotteiden täydentävyydestä on todettava, ettei näiden tavaroiden välillä ole olemassa läheistä yhteyttä siinä mielessä, että toisen tavaran ostaminen on vält- tämätöntä tai tärkeää toisen tavaran käytön kannalta, ja ettei ole olemassa mitään sellaista seikkaa, jonka perusteella voitaisiin päätellä, että toisen näistä tavaroista ostanut joutuisi ostamaan myös toisen.

85 Lisäksi ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo sen osalta, ovatko kyseiset tavarat keskenään kilpailevia, että makuero ja siitä johtuva ero, onko juomassa alko- holia vai ei, johtavat yleensä siihen, että saksalainen tai itävaltalainen keskiverto- kuluttaja, joka on hankkimassa viiniä, ei vertaa viiniä aikaisempien tavaramerkkien kattamiin alkoholittomiin juomiin vaan hankkii joko viiniä tai jonkin näistä alko- hollittomista juomista. Tässä tarkoituksessa valituslautakunta saattoi pätevästi katsoa, ettei viini ole juoma, jota voidaan käyttää aikaisempien tavaramerkkien tarkoitta- mien juomien sijaan.

- 86 Tämä viimeksi mainittu arviointi on vahvistettu oikeuskäytännössä, joka perustuu edellä 76 kohdassa mainittuun asiaan LINDENHOF, jossa todettiin, että kuohuviinien ei voida katsoa olevan kilpailusuhteessa alkoholittomien juomien kanssa, koska kuohuviinit eivät ole alkoholittomien juomien tyypillisiä korvaavia juomia (tuomion 56 kohta).
- 87 Tässä samassa oikeuskäytännössä on myös katsottu, että saksalainen keskivertokuluttaja pitäisi normaalina ja näin ollen odottaa, että yhtäältä kuohuviinit ja toisaalta juomat, joiden nimikkeenä on ”kivennäis- ja hiilihappovedet ja muut alkoholittomat juomat; hedelmäjuomat ja hedelmätuoremehut”, ovat peräisin eri yrityksistä (edellä 76 kohdassa mainittu asia LINDENHOF, tuomion 51 kohta). Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin totesi, ettei erityisesti voida katsoa, että kuohuviinit ja kyseiset juomat kuuluisivat samaan juomien ryhmään tai edes sellaisten juomien yleiseen valikoimaan, joilla saattaa olla yhteinen kaupallinen alkuperä (edellä 76 kohdassa mainittu asia LINDENHOF, tuomion 51 kohta).
- 88 Tätä viimeksi mainittua arviointia voidaan kuitenkin soveltaa käsiteltävänä olevan asian yhteydessä. Itävaltalainen keskivertokuluttaja, joka kohtaa yhtäältä haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattaman viinin ja toisaalta tavaramerkin MEZZO kattamat alkoholittomat juomat, tai saksalainen keskivertokuluttaja, joka kohtaa yhtäältä haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattaman viinin ja toisaalta tavaramerkin MEZZOMIX kattamat alkoholittomat juomat, ei näet odota, että kyseisillä juomilla on sama kaupallinen alkuperä.
- 89 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin on näin ollen sitä mieltä, että valituslautakunta on perustellusti katsonut, että kohdeyleisöön kuuluva kuluttaja ei odota, että viinit ja aikaisempien tavaramerkkien kattamat alkoholittomat juomat ovat peräisin samasta yrityksestä, ja että kyseisten tavaroiden ei voida katsoa kuuluvan sellaisten juomien yleiseen valikoimaan, joilla saattaa olla yhteinen kaupallinen alkuperä.
- 90 Kaikkien edellä esitettyjen seikkojen perusteella ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin katsoo, että viinin ja aikaisempien tavaramerkkien kattamien alkoholittomien tuotteiden osalta on katsottava, etteivät ne ole samankaltaisia.

- 91 Tätä valituslautakunnan arvioinnin vahvistavaa päätelmää ei voida kyseenalaistaa niillä kantajan väitteillä, joiden mukaan kaikkia näitä tuotteita tarjoillaan ravintoloissa ja baareissa, niitä myydään kaupoissa ja baareissa rinnakkain pullojen muodossa, ne on tarkoitettu nautittaviksi ja niillä on samat jakelu- ja mainoskanavat. Nämä seikat pätevät lähes kaikkiin hyvinkin erilaisiin juomiin (ks. vastaavasti edellä 76 kohdassa mainittu asia LINDENHOF, tuomion 58 kohta), eivätkä ne siis riitä osoittamaan, että saksalaisten ja itävaltalaisien keskivertokuluttajien mielessä viini ja aikaisempien tavaramerkkien kattamat juomat ovat peräisin samasta yrityksestä.

– Asioihin MYSTERY ja VITAFRUIT perustuva oikeuskäytäntö

- 92 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin katsoo, että edellä 58 kohdassa mainitut asiat MYSTERY ja VITAFRUIT, joihin kantaja on vedonnut, eivät vaikuta edellä esitettyihin arviointeihin, joissa kysymyksessä olevien tavaroiden päätellään olevan erilaisia.
- 93 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin huomauttaa erityisesti, että edellä 58 kohdassa mainitussa asiassa MYSTERY (tuomion 3 ja 4 kohta) oli vertailtava yhtäältä alkoholittomia juomia, lukuun ottamatta alkoholittomia oluita, ja toisaalta oluita ja olutta sisältäviä juomia. Kun otetaan huomioon viinin ja oluen välinen ero (edellä 63 kohta ja sitä seuraavat kohdat), tällä vertailulla ei kuitenkaan ole merkitystä nyt käsiteltävänä olevassa asiassa tehtävän haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattaman viinin ja aikaisempien tavaramerkkien MEZZO ja MEZZOMIX kattamien alkoholittomien juomien välisen vertailun kannalta.
- 94 Erityisesti vastauksena niihin kantajan väitteisiin, joiden mukaan ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin on edellä 58 kohdassa mainitussa asiassa MYSTERY tunnustanut sellaisten juomien samankaltaisuuden, jotka ovat kuitenkin ainesosiltaan ja valmistustavaltaan erilaisia, nojautumalla niiden yhteiseen luonteeseen,

käyttötarkoitukseen ja myyntitapaan, on huomautettava, että ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoi kyseisessä asiassa, että saksalaisten keskivertokuluttajien mielestä olutpohjaisilla juomasekoituksilla voidaan korvata yhtä hyvin oluita kuin alkoholittomia juomia (edellä 58 kohdassa mainittu asia MYSTERY, tuomion 37 ja 40 kohta). Ei voida kuitenkaan katsoa, että sama korvaavuusaste on olemassa silloin, kun saksalainen tai itävaltalainen kohdeyleisöön kuuluva kuluttaja vertailee haetun tavaramerkin MEZZOPANE kattamaa viiniä ja aikaisempien tavaramerkkien MEZZO ja MEZZOMIX kattamia juomia. Edellä 66 kohdassa ja sitä seuraavissa kohdissa esitetyistä syistä ei näet voida katsoa, että saksalainen tai itävaltalainen kohdeyleisöön kuuluva kuluttaja voi helposti korvata viinin oluella. Lisäksi edellä 85 kohdassa ja sitä seuraavissa kohdissa esitetyistä syistä ei voida katsoa, että saksalainen tai itävaltalainen kohdeyleisöön kuuluva kuluttaja voi korvata viinin aikaisempien tavaramerkkien kattamilla muilla alkoholittomilla juomilla.

- 95 Edellä 58 kohdassa mainitun asiasta VITAFRUIT, johon kantaja vetoaa, on todettava, että ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien tarkensi, että kysymys tavaroiden samankaltaisuudesta koski ainoastaan yhtäältä yritys- ja vitamiinijuomia ja toisaalta hedelmämehuja (edellä 58 kohdassa mainittu asia VITAFRUIT, tuomion 64 kohta). Kyseisessä asiassa ei siis ollut lainkaan kyse viinin ja muiden juomien välisestä vertailusta, eikä sillä ole näin ollen merkitystä käsiteltävänä olevassa asiassa kyseessä olevien tavaroiden vertailun kannalta.

– Päätelmä

- 96 Kaiken edellä esitetyn valossa ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo, että valituslautakunnan päätelmä, jonka mukaan kyseiset tavarat eivät ole samankaltaisia, on vahvistettava.

#### 4. Sekaannusvaaran kokonaisarviointi

##### *Asianosaisten lausumat*

- 97 Kantaja huomauttaa, että sekaannusvaaraa koskevan kokonaisarvioinnin yhteydessä keskivertokuluttajalla on ainoastaan harvoin mahdollisuus verrata suoraan eri tavaramerkkejä ja että hänen on luotettava siihen epätäydelliseen muistikuvaan, joka hänellä on tavaramerkeistä. Tästä seuraa kantajan mukaan, että kysymyksessä olevia merkkejä vertailtaessa on annettava erityistä merkitystä sille, että näissä kahdessa tavaramerkissä on sana ”mezzo”.
- 98 Lisäksi kantaja toteaa, että sen tavaramerkin MEZZOMIX laaja tunnettuus Saksassa edellyttää enemmän tarkkuutta ja kyseisen tavaramerkin vahvempaa suojaa verrattaessa sitä haettuun tavaramerkkiin. Kantaja huomauttaa tältä osin, että väliintulija on menettelyn aikana tunnustanut nimenomaisesti merkin MEZZOMIX laajan tunnettuuden.
- 99 Kantaja päättelee edellä 19 kohdassa mainittuun asiaan Canon (tuomion 19 kohta) perustuvan oikeuskäytännön nojalla, että vaikka ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen olisi katsottava, että kyseisten tavaramerkkien kattamien tavaroiden samankaltaisuus ei ole selvää, tätä samankaltaisuuden puuttumista ei kuitenkaan voida pitää tavaramerkkien samankaltaisuutta ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX erottamiskykyä tärkeämpänä.
- 100 Kantaja päättelee tämän perusteella, että kyseisillä tavaramerkeillä on riittäviä yhtäläisyyksiä niiden käytön kannalta ja että ne ovat ulkonäöltään ja lausuntavaltaan samankaltaisia siten, että itävaltalainen tai saksalainen keskivertokuluttaja, joka yleensä mieltää tavaramerkit kokonaisuutena yksityiskohtiin keskittymättä ja jolla on harvoin mahdollisuus verrata niitä suoraan, voi sekoittaa ne. Kantaja katsoo näin ollen, että kysymyksessä olevien merkkien välillä on olemassa asetuksen N:o 40/94 8 artiklan 1 kohdan b alakohdassa tarkoitettu sekaannusvaara, jonka johdosta riidanalainen päätös on laiton.

- 101 Vastaaja ja väliintulija riitauttavat tämän arvioinnin ja katsovat, että haetun tavaramerkin ja aikaisempien tavaramerkkien välisen sekaannusvaaran kokonaisarviointi osoittaa, ettei niiden välillä ole olemassa sekaannusvaaraa.

*Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen arviointi asiasta*

- 102 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin huomauttaa, että sekaannusvaaran kokonaisarviointi merkitsee huomioon otettavien tekijöiden tiettyä keskinäistä riippuvuutta ja erityisesti sitä, että tavaramerkkien samankaltaisuus on vuorovaikutussuhteessa niiden tavaroiden tai palvelujen samankaltaisuuteen, joita varten nämä tavaramerkit on tarkoitettu. Niinpä kyseisten tavaroiden tai palvelujen vähäisen samankaltaisuuden saattaa korvata niitä varten tarkoitettujen tavaramerkkien merkittävä samankaltaisuus ja päinvastoin (ks. analogisesti edellä 19 kohdassa mainittu asia Canon, tuomion 17 kohta ja edellä 18 kohdassa mainittu asia Lloyd Schuhfabrik Meyer, tuomion 19 kohta).
- 103 Lisäksi on katsottu, että sekaannusvaara on sitä suurempi mitä erottamiskykyisempi aikaisempi tavaramerkki on (edellä 18 kohdassa mainittu asia SABEL, tuomion 24 kohta). On myös todettu, että tavaramerkin rekisteröinti voidaan evätä siitä huolimatta, että ne tavarat tai palvelut, joita varten tavaramerkit on tarkoitettu, eivät ole kovin samankaltaisia, jos tavaramerkit ovat hyvin samankaltaisia ja jos aikaisempi tavaramerkki on erittäin erottamiskykyinen ja jos erityisesti se on laajalti tunnettu (ks. analogisesti edellä 19 kohdassa mainittu asia Canon, tuomion 19 kohta).
- 104 Esillä olevassa asiassa valituslautakunta on katsonut sekaannusvaaraa koskevan kokonaisarvioinnin johdosta, että siitä huolimatta, että kyseiset merkit ovat ulkonäöltään ja lausuntatavaltaan samankaltaisia, kyseisten tavaramerkkien välillä ei ollut olemassa sekaannusvaaraa.

- 105 Valituslautakunta on katsonut erityisesti haetun tavaramerkin ja aikaisemman itävaltalaisen tavaramerkin vertailun osalta, että kun otetaan huomioon tämän aikaisemman tavaramerkin normaali erottamiskyky ja kyseisten tavaroiden välillä vallitseva ilmeinen etäisyys, kohdeyleisön keskuudessa Itävallassa ei ole olemassa mitään merkittävää sekaannusvaaraa. Valituslautakunta on todennut haetun tavaramerkin ja aikaisemman saksalaisen tavaramerkin välisen vertailun osalta, että aikaisemmalla saksalaisella tavaramerkillä kola- ja limonadijuomasekoitusten osalta olevasta maineesta huolimatta saksalainen keskivertokuluttaja ei usko, että haetun tavaramerkin viineillä ja aikaisemman saksalaisen tavaramerkin limonadipohjaisilla juomasekoituksilla on sama alkuperä. Valituslautakunta on katsonut, että kyseisten tavaroiden välisistä ilmeisistä eroavuuksista on se seuraus, että kysymyksessä olevien tavaramerkkien väliset samankaltaisuudet neutralisoituvat sekaannusvaaran kokonaisarvioinnissa.
- 106 Tähän valituslautakunnan arviointiin ei liity virhettä. Kohderyhmään kuuluvilla kuluttajilla on kyseisistä tavaramerkeistä ainoastaan epätäydellinen muistikuva siten, että niillä oleva yhteinen osa eli sana ”mezzo” aiheuttaa sen, että ne ovat samankaltaisia. Lisäksi tavaramerkin MEZZOMIX laaja tunnettuus, jota ei ole kiistetty, lisää kyseisen aikaisemman tavaramerkin ja haetun tavaramerkin MEZZOPANE välistä sekaannusvaaraa.
- 107 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien katsoo kuitenkin, että kun esillä olevassa asiassa pannaan merkille huomioon otettavien tekijöiden keskinäinen riippuvuus ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX laaja tunnettuus, ei voida päätellä, että haetun tavaramerkin MEZZOPANE sekä aikaisempien tavaramerkkien MEZZO ja MEZZOMIX välillä olisi olemassa sekaannusvaara. Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimien näet katsoo, että aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX laajasta tunnettuudesta huolimatta se, että kyseiset tavarat eivät ole samankaltaisia, yhdistettynä siihen, että kyseiset tavaramerkit ovat ulkonäöltään ja lausuntatavaltaan keskimääräisen samankaltaisia, ja siihen, että kyseisillä tavaramerkeillä ei ole saksankielistä merkitystä, ei voi saada aikaan sekaannusvaaraa kohderyhmään kuuluvien kuluttajien keskuudessa haetulla tavaramerkillä MEZZOPANE sekä aikaisemmilla tavaramerkeillä MEZZO ja MEZZOMIX tarkoitettujen tavaroiden kaupallisen alkuperän osalta. Kyseessä olevien tavaramerkkien ja tavaroiden väliset eroavuudet, jotka on esitetty edellä 29 kohdassa ja sitä seuraavissa kohdissa sekä edellä 61 kohdassa ja sitä seuraavissa kohdissa, ovat riittävän merkittäviä, jotta voidaan sulkea pois se, että kohdeyleisö saattaa asiaa kokonaisvaltaisesti lähestyttyä luulla, että haetun tavaramerkin kattamilla viineillä ja aikaisempien tavaramerkkien kattamilla oluilla ja muilla juomilla on yhteinen alkuperä, ja näin on siitä huolimatta, että aikaisempi

tavaramerkki MEZZOMIX on laajalti tunnettu limonadipohjaisten juomasekoitusten osalta.

108 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin katsoo näin ollen kantajan päättelevän virheellisesti edellä 19 kohdassa mainittuun asiaan Canon perustuvan oikeuskäytännön perusteella, että esillä olevassa asiassa sitä, että kysymyksessä olevat tavarat eivät ole samankaltaisia, ei voida pitää tavaramerkkien samankaltaisuutta ja aikaisemman tavaramerkin MEZZOMIX erottamiskykyä tärkeämpänä.

109 Kaikkien edellä esitettyjen seikkojen perusteella ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuin katsoo, että haetun tavaramerkin ja aikaisempien tavaramerkkien välistä sekaannusvaaraa koskevasta kokonaisarvioinnista ilmenee, ettei niiden välillä ole olemassa sekaannusvaaraa.

## Oikeudenkäyntikulut

110 Ensimmäisen oikeusasteen tuomioistuimen työjärjestyksen 87 artiklan 2 kohdan mukaan asianosainen, joka häviää asian, veloitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut, jos vastapuoli on sitä vaatinut.

111 Esillä olevassa asiassa kantaja on hävinnyt asian. Vastaaja ja väliintulija ovat vaatineet, että kantaja veloitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut. Kantaja on näin ollen veloitettava korvaamaan sekä vastaajan että väliintulijan oikeudenkäyntikulut.



Näillä perusteilla

YHTEISÖJEN ENSIMMÄISEN OIKEUSASTEEN TUOMIOISTUIN (kolmas jaosto)

on ratkaissut asian seuraavasti:

- 1) **Kanne hylätään.**
  
- 2) **The Coca-Cola Company veloitetaan korvaamaan oikeudenkäyntikulut.**

Azizi

Cremona

Frimodt Nielsen

Julistettiin Luxemburgissa 18 päivänä kesäkuuta 2008.

E. Coulon

J. Azizi

kirjaaja

jaoston puheenjohtaja