



Határozatok Tára

A TÖRVÉNYSZÉK ÍTÉLETE (nyolcadik tanács)

2014. december 11.*

„Közösségi védjegy — Felszólalási eljárás — A Master közösségi ábrás védjegy bejelentése — A Coca-Cola korábbi közösségi ábrás védjegyek és a C korábbi nemzeti ábrás védjegy — Viszonylagos kizáró ok — A 207/2009/EK rendelet 8. cikkének (5) bekezdése — A megjelölések hasonlósága — A bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos bizonyítékok”

A T-480/12. sz. ügyben,

a **The Coca-Cola Company** (székhelye: Atlanta, Georgia [Egyesült Államok]; képviselik: S. Malynicz barrister, D. Stone, L. Ritchie solicitors és S. Baran barrister)

felperesnek

a **Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM)**, (képviselet J. Crespo Carrillo, meghatalmazotti minőségben)

alperes ellen,

másik fél az OHIM fellebbezési tanácsa előtti eljárásban, beavatkozó a Törvényszék előtti eljárásban:

Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd (Mitico) (székhelye: Damaszkusz [Szíria]; képviseli A.-I. Malami ügyvéd),

az OHIM második fellebbezési tanácsának a The Coca-Cola Company és a Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd (Mitico) közötti felszólalási eljárással kapcsolatban 2012. augusztus 29-én hozott határozata (R 2156/2011-2. sz. ügy) ellen benyújtott keresete tárgyában,

A TÖRVÉNYSZÉK (nyolcadik tanács),

tagjai: D. Gratsias elnök, M. Kancheva (előadó) és C. Wetter bírák,

hivatalvezető: J. Weychert tanácsos,

tekintettel a Törvényszék Hivatalánál 2012. november 5-én benyújtott keresetlevélre,

tekintettel az OHIM által a Törvényszék Hivatalához 2013. február 22-én benyújtott válaszbeadványra,

tekintettel a beavatkozónak a Törvényszék Hivatalához 2013. március 7-én benyújtott válaszbeadványára,

a 2014. július 9-i tárgyalást követően,

* Az eljárás nyelve: angol.

meghozta a következő

Ítéletet

A jogvita előzményei

- 1 2010. május 10-én a beavatkozó Modern Industrial & Investment Co. Ltd (Mitico) a közösségi védjegyről szóló, 2009. február 26-i 207/2009/EK tanácsi rendelet (HL L 78., 1. o.) alapján közösségi védjegybejelentést nyújtott be a Belső Piaci Harmonizációs Hivatalhoz (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM).
- 2 A lajstromoztatni kívánt védjegy az alábbi ábrás megjelölés volt:



- 3 A bejelentés – az OHIM előtti eljárás során tett árujegyzék-korlátozást követően – a védjegyekkel ellátható termékek és szolgáltatások nemzetközi osztályozására vonatkozó, felülvizsgált és módosított, 1957. június 15-i Nizzai Megállapodás szerinti 29., 30. és 32. osztályba tartozó árukra vonatkozott, az egyes osztályoknak megfelelő, következő leírással:
 - 29. osztály: „Joghurt, hús, hal, baromfi és vadhús; húskivonatok; tartósított, szárított és főtt gyümölcs és zöldség; zselék, dzsemek, tartósított gyümölcsök, tartósított tojások, ecetes konzervek, ecetes saláták; sültburgonya, chips”;
 - 30. osztály: „Kávé; tea; kakaó; cukor; rizs; tapióka; szágó; kávépótló szerek; lisztek és más gabonakészítmények; cukrászsütemények; bonbonok (cukorkák); fagyalt, jégkrém; méz; melaszszirup; tésztafélék; lisztek; élesztő; sütőporok; só; mustár; ecet; bors; fűszeres mártások; fűszerek a cukrászatban és a pékek által használt speciális termékek kivételével; jégfrissítő italokhoz, ételekhez; csokoládé; rágógumi; kukoricából és búzából készült előételek a cukrászatban és a pékek által használt speciális termékek kivételével”;
 - 32. osztály: „Ásványvizek (italok) és természetes vizek, árpaalapú italok; alkoholmentes sörök; különböző fajta, különösen ízesített (kóla, ananász, mangó, narancs, citrom, ízesített, alma, gyümölcsoktól alapú, trópusi, eper, gyümölcs, limonádék, gránátalma...) alkoholmentes szénsavas italok; különböző fajta, természetes gyümölcslé (alma, citrom, narancs, gyümölcsoktól, gránátalma,

ananász, mangó...) alapú alkoholmentes italok; alkoholmentes lékoncentrátumok és különböző fajta alkoholmentes levek készítéséhez használt koncentrátumok, alkoholmentes szörpök készítéséhez használt porok és pürék”.

- 4 A közösségi védjegybejelentést a *Közösségi Védjegyértesítő* 2010. július 14-i, 128/2010. számában hirdették meg.
- 5 2010. október 14-én a beavatkozó The Coca-Cola Company a 207/2009 rendelet 41. cikke alapján felszólalást terjesztett elő a bejelentett védjegynek a fenti 3. pontban felsorolt áruk tekintetében való lajstromozásával szemben.
- 6 A felszólalás először is az alábbiakban megjelenített négy korábbi Coca-Cola közösségi ábrás védjegyen alapult:

			
8792475. sz. védjegy	3021086. sz. védjegy	2117828. sz. védjegy	2107118. sz. védjegy

- 7 E négy korábbi közösségi ábrás védjegy egyenként különösen az alábbi árukra és szolgáltatásokra vonatkozott: az első a 30., 32. és 33. osztályba, a második a 32. osztályba, a harmadik a 32. és 43. osztályba, a negyedik pedig a 32. és 33. osztályba tartozó árukra, amelyek az egyes védjegyek és áruosztályok tekintetében az alábbi leírásnak feleltek meg:

- 8792475. sz. közösségi védjegy:
 - 30. osztály: „Kávé; tea; kakaó; cukor; rizs; tapióka; szágó; kávépótló szerek; lisztek és más gabonakészítmények; kenyerek, cukrászsütemények; fagylalt, jégkrém; méz; melaszszirup; élesztő; sütőporok; só; mustár; ecet; fűszeres mártások; fűszerek; jégfrissítő italokhoz, ételekhez”;
 - 32. osztály: „Sörök, ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcsitalok és gyümölcslevek; szörpök és más készítmények italokhoz”;
 - 33. osztály: „Alkoholtartalmú italok (a sörök kivételével)”;

- 3021086. sz. közösségi védjegy:
 - 32. osztály: „Italok, azaz ivóvizek; aromatiszált vizek; ásványvizek és szénsavas vizek; egyéb alkoholmentes italok, azaz alkoholmentes italok; energiatalok; sportitalok; gyümölcshitalok és gyümölcshlevek; szörpök; italok, azaz aromatiszált vizek, ásványvizek és szénsavas vizek; üdítőitalok, energiatalok; sportitalok, gyümölcshitalok és gyümölcshlevek készítéséhez használt koncentrátumok és porok”;
 - 2117828. sz. közösségi védjegy:
 - 32. osztály: „Sörök, ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcshitalok és gyümölcshlevek; szörpök és más készítmények italokhoz”;
 - 43. osztály: „Vendéglátás (élelmezés); időleges szállásadás”;
 - 2107118. sz. közösségi védjegy:
 - 32. osztály: „Sörök, ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcshitalok és gyümölcshlevek; szörpök és más készítmények italokhoz”;
 - 33. osztály: „Alkoholtartalmú italok (a sörök kivételével)”.
- 8 A felszólalás másodsorban az alábbiakban megjelenített korábbi C egyesült-királyságbeli ábrás védjegyen alapult:



- 9 Ezen korábbi egyesült-királyságbeli ábrás védjegy többek között a 32. osztályba tartozó, az alábbi leírásnak megfelelő árukra vonatkozott: „Sörök, ásványvizek és szénsavas vizek és egyéb alkoholmentes italok; gyümölcshitalok és gyümölcshlevek; szörpök és más készítmények italokhoz”.
- 10 A felszólalás alátámasztásaként a felszólaló a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában és ugyanezen rendelet 8. cikke (5) bekezdésében foglalt okokra hivatkozott.
- 11 2011. szeptember 26-án a felszólalási osztály a felszólalást teljes egészében elutasította.
- 12 2011. október 17-én a felperes a 207/2009 rendelet 58–64. cikke alapján fellebbezést nyújtott be a felszólalási osztály határozata ellen.
- 13 2012. augusztus 29-i határozatával (a továbbiakban: megtámadott határozat) az OHIM második fellebbezési tanácsa elutasította a fellebbezést.

- 14 Egyrészt a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjára alapított felszólalási jogalapot illetően a fellebbezési tanács először is úgy határozta meg az érintett fogyasztót, mint aki az Európai Unió vásárlóközönségének átlagos tagja. Másodszor megjegyezte, hogy a beavatkozó nem vitatta a felszólalási osztály azon ideiglenes megállapítását, amely szerint az ütköző védjegyekkel megjelölt áruk azonosak. Harmadszor úgy vélte, hogy első látásra látszik, hogy az ütköző megjelölések egyáltalán nem hasonlóak, mivel az ütköző megjelölésekben szereplő „coca-cola” és „master” szóelemekben – amelyek a megjelölések ábrás elemeinél nagyobb megkülönböztető képességgel rendelkeznek – gyakorlatilag semmi közös nincs, kivéve az említett megjelölésekben a „c” és az „m” betű meghosszabbító „uszályt”. A felperes azon érvét is elutasította, amely szerint a megjelölések hasonlósága a jelen ügyben nem a szóelemek között tapasztalható egybeesésektől, hanem azon különös és megkülönböztető módtól függ, ahogyan e szóelemeket – ugyanazon, úgynevezett „spencerian írás” betűtípussal ábrázolják, azzal az indokkal, hogy e különös megkülönböztető képességet az összetéveszthetőség értékelése, nem pedig az ütköző megjelölések hasonlóságának értékelése keretében kell figyelembe venni.
- 15 Negyedszer a fellebbezési tanács megállapította az ütköző megjelölések összetéveszthetőségének hiányát. Először is rámutatott, hogy a felperes, jóllehet azon nagymértékű jóhírnévvel rendelkező és közismert Coca-Cola védjegyekből álló védjegysorozat jogosultja, amely jóhírneve összekapcsolódik azok spencerian írással való ábrázolásával, nem jogosultja e kétségtelen elegáns írásmódnak, amelyet bárki szabadon használhat. Ezt követően a fellebbezési tanács megállapította, hogy jóllehet az áruk a jelen ügyben azonosak, és a korábbi védjegyek kétségtelen jóhírnévvel rendelkeznek, nehéz belátni, hogy a fogyasztó szöveges egybeesés hiányában miért tévesztené össze az arab szóval kombinált „master” szót a „coca-cola” szavakat tartalmazó korábbi védjegyekkel. Álláspontja szerint nincs olyan megragadható elem a korábbi védjegyekben, amely a bejelentett megjelölésben is szerepelne, kivéve a megjelölésnek az „uszályból” álló elemét, amely a „c”, illetve az „m” betű alsó részéből indul ki. Mindazonáltal – tette hozzá –, az említett elem önmagában, a Coca-Colához fűződő alapvető összefüggéstől elválasztva nem elegendő ahhoz, hogy bizonyos fokú hasonlóságot hozzon létre a megjelölések között, mivel a bizonyítékok nem támasztották alá, hogy a fogyasztók az említett összefüggéstől való elválasztása esetén e részletre összpontosítanak. Ezenkívül úgy vélte, hogy a spencerian írás az uszályok, ívek és más díszítések ellenére nem alapul nagymértékben a fantázián, és nem rendelkezik olyan fokú megkülönböztető képességgel, hogy a felperesétől eltérő védjegyekben való megjelenése azon gyanúra adna okot, hogy e védjegyek kereskedelmi származása azonos. Végül elutasította a felperes azon állítását, amely szerint a beavatkozó a felperes termékein szereplő címkéket utánozó címkével ellátott árukat forgalmazott, azzal az indokkal, hogy a jelen ügyben az a releváns kérdés, hogy a bejelentésben szereplő védjegy olyan hasonlóságot mutat-e, amely révén alkalmas a korábbi védjegyekkel – így a bejegyzett védjegyekkel – való összetévesztésre, míg az a mód, ahogyan a védjegyek a gyakorlatban használhatók, ezen értékelés szempontjából irrelevánsnak bizonyul.
- 16 Másrészt a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdésére alapított ok kapcsán a fellebbezési tanács először is megállapította, hogy az említett ok alkalmazásához előírt első feltétel, azaz a bejelentett védjegy és a korábbi védjegy közötti kapcsolat fennállása nem teljesült, mivel a védjegyeket az összetéveszthetőségre alapított felszólalási ok elemzése keretében nem ítélték hasonlóknak (lásd a fenti 14. és 15. pontot). E tekintetben emlékeztetett arra, hogy a korábbi védjegyek jóhírnevének fokától függetlenül az említett ok keretében említett jogsértések a bejelentett védjegy és a korábbi védjegy közötti bizonyos fokú hasonlóság következményei, amely miatt az érintett vásárlóközönség a kettőt rokonítja egymással, azaz kapcsolatot teremt közöttük. Álláspontja szerint ez az eset a jelen ügyben az ütköző védjegyek hasonlóságának hiánya miatt nem áll elő.
- 17 Másodszor a fellebbezési tanács elutasította a felperes azon – bizonyítékokkal alátámasztott – állítását, amely szerint a beavatkozó az egyéb elemekkel oly módon kiegészített Master védjeggyel ellátott alkoholmentes italokat értékesített, hogy a csomagolt áru által tett összbenyomás a tipikus Coca-Cola termék által keltett összbenyomáshoz hasonlított, és szándékosan ugyanazon megjelenítést, imázst, stilizálást, betűtípust és csomagolást alkalmazta, mint amelyet az előbbi alkalmazott. E tekintetben megállapította, hogy ha e tények bebizonyosodnak, a felperes ésszerűen hivatkozhat arra, hogy a

beavatkozó szándéka arra irányult, hogy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyek jóhírnevét, de ezt nem teheti a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének összefüggésében, amelynek kizárólag azt a védjegyet kell figyelembe vennie, amelynek a lajstromozását a beavatkozó kérte.

A felek kérelmei

- 18 A felperes azt kéri, hogy a Törvényszék::
- helyezze hatályon kívül a megtámadott határozatot;
 - az OHIM-ot és a beavatkozót kötelezze a költségek viselésére.
- 19 Az OHIM és a beavatkozó azt kéri, hogy a Törvényszék:
- utasítsa el a keresetet;
 - a felperest kötelezze a költségek viselésére.

A jogkérdésről

- 20 Keresete alátámasztására a felperes lényegében egyetlen, a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének megsértésére alapított jogalapra hivatkozik, amely két részre oszlik. Az első részben azt rója az OHIM terhére, hogy összemosta az ütköző védjegyek között az említett rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében fennálló hasonlóság értékelését az említett védjegyek közötti, az említett rendelet 8. cikkének (5) bekezdése szerinti kapcsolat fennállásának értékelésével. A második részben azt kifogásolja, hogy az OHIM nem vette figyelembe a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatával kapcsolatos és a beavatkozó azon szándékának alátámasztása céljából releváns bizonyítékokat, hogy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegyek jóhírnevét.
- 21 Mindazonáltal a felperes kifejezetten jelzi, hogy nem vitatja a fellebbezési tanács azzal kapcsolatos megállapítását, hogy az ütköző védjegyek között nem áll fenn a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében vett összetévesztés veszélye.
- 22 Azt is meg kell jegyezni, hogy a felek nem vitatják a fellebbezési tanácsnak az érintett vásárlóközönségre és az ütköző védjegyekkel megjelölt áruk azonosságára vonatkozó értékelését. Kétségtelen tehát, hogy a bejelentett védjegy, épp úgy, ahogyan a korábbi védjegyek is, többek között a 32. osztályba tartozó alkoholmentes italokra vonatkozik, a kólákat is beleértve (lásd a fenti 3. pontot).

Az első részből

- 23 Az egyetlen jogalap első részében a felperes azt hozza fel kifogásként, hogy a fellebbezési tanács tévesen mosta össze az ütköző védjegyek között a 207/2009 rendelet 8. cikkének (1) bekezdése értelmében fennálló hasonlóság kérdését, és az említett védjegyek között ugyanezen rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében fennálló kapcsolatok kérdését. E rész lényegében két kifogásra oszlik, amelyek közül az első azon alapul, hogy az ütköző megjelölések között fennálló hasonlóság olyan tényező, amelyet a védjegyek közötti, a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében vett kapcsolatok fennállásának értékelése során kell figyelembe venni, és az nem e rendelkezés alkalmazásának egyik feltétele; a második pedig az említett védjegyek közötti bizonyos mértékű hasonlóságon alapul.

- 24 Mindenekelőtt emlékeztetni kell arra, hogy a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében „[a] (2) bekezdés szerinti korábbi védjegy jogosultjának felszólalása alapján nem részesülhet továbbá oltalomban a korábbi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló megjelölés, ha az érintett áruk, illetve szolgáltatások nem hasonlóak, feltéve, hogy közösségi védjegy esetén a korábbi közösségi védjegy a Közösségben, korábbi nemzeti védjegy esetén a korábbi nemzeti védjegy pedig az érintett tagállamban jóhírnevet élvez, és a megjelölés alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét.”
- 25 A 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének szövegéből kitűnik, hogy alkalmazásának feltételei az alábbiak: először is az ütköző védjegyek hasonlósága vagy azonossága; másodsor a felszólalásban hivatkozott korábbi védjegy jóhírnevének fennállása; harmadszor pedig annak veszélye, hogy a bejelentett védjegy alapos ok nélkül történő használata sértené vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét. E feltételek kumulatív jellegűek, és közülük már egynek a hiánya is megghiúsítja az említett rendelkezés alkalmazását (lásd ebben az értelemben: 2005. május 25-i Spa Monopole kontra OHIM – Spa-Finders Travel Arrangements (SPA-FINDERS) ítélet, T-67/04, EBHT, EU:T:2005:179, 30. pont; 2007. március 22-i, Sigla kontra OHIM – Elleni Holding (VIPS) ítélet, T-215/03, EBHT, EU:T:2007:93, 34. pont; 2012. március 29-i You-Q kontra OHIM – Apple Corps (BEATLE) ítélet, T-369/10, EU:T:2012:177, 25. pont).
- 26 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdésében említett különböző sérelmek a korábbi és a lajstromozni kért védjegy bizonyos mértékű hasonlóságának következményei, amely miatt az érintett vásárlóközönség rokonítja egymással a két védjegyet, vagyis kapcsolatba hozza, azonban nem szükségszerűen téveszti össze őket egymással. A lajstromozni kért védjegy és a jóhírnévvel rendelkező korábbi védjegy közötti kapcsolat fennállása, amelyet az eset összes releváns tényezőjét figyelembe véve, átfogóan kell értékelni, e rendelkezés alkalmazásának tehát alapvető feltétele (SPA-FINDERS ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2005:179, 41. pont; 2007. május 10-i, Antartica kontra OHIM – Nasdaq Stock Market (nasdaq) ítélet T-47/06, EU:T:2007:131, 53. pont; BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 46. pont; lásd még analógia útján: 2003. október 23-i Adidas-Salomon et Adidas Benelux ítélet, C-408/01, EBHT, EU:C:2003:582, 29., 30. és 38. pont és 2008. november 27-i Intel Corporation ítélet, C-252/07, EBHT, EU:C:2008:655, 30., 41., 57., 58. és 66. pont).
- 27 E tényezők közül először is említhető az ütköző védjegyek közötti hasonlóság mértéke; másodsor azon áruk vagy szolgáltatások természete, amelyek vonatkozásában az ütköző védjegyeket külön-külön lajstromozták, beleértve ezen áruk vagy szolgáltatások, valamint az érintett vásárlóközönség közelségének vagy különbözőségének mértékét; harmadszor a korábbi védjegy jóhírnevének intenzitása; negyedszer a korábbi védjegy benne rejlő vagy a használatlaltal megszerzett megkülönböztető képességének mértéke, ötödször pedig az összetéveszthetőségnek a vásárlóközönség képzetében való fennállása (Intel Corporation ítélet, fenti 26. pont, EU:C:2008:655, 42. pont; BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 47. pont).
- 28 Ezen előzetes megfontolásokra tekintettel kell megvizsgálni a felperes által az egyetlen jogalapja első részének alátámasztására felhozott két kifogást.
- 29 Az első kifogással a felperes lényegében azt állítja, hogy a fellebbezési tanács tévedést követett el azzal, hogy az ütköző védjegyek közötti, a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében vett kapcsolat hiányára kizárólag az említett védjegyek közötti, az ugyanezen rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontja értelmében vett összetéveszthetőség értékelése keretében megállapított hasonlóság hiányából következtetett, és azzal, hogy ily módon figyelmen kívül hagyta a Bíróság ítélkezési gyakorlatát, amely szerint e kapcsolat fennállását az eset összes releváns tényezőjét figyelembe véve, átfogóan kell értékelni. Úgy véli, hogy a fellebbezési tanácsnak az említett rendelet 8. cikke (5) bekezdésének vizsgálata keretében nem kellett volna az „egyszerűbb megoldást választania” azzal, hogy kizárólag a megjelölések közötti hasonlóságra vonatkozó megállapításaira támaszkodik, hanem az

ítélkezési gyakorlatból következő szempontok alkalmazásával meg kellett volna állapítania, hogy azok többsége arra a következtetésre vezet, miszerint a vásárlóközönség kapcsolatot teremt az ütköző védjegyek között.

- 30 Az OHIM és a beavatkozó erre azt a választ adja, hogy az ütköző védjegyek közötti hasonlóság fennállása a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdése b) pontjának és ugyanazon rendelet 8. cikke (5) bekezdésének közös alkalmazási feltétele, amelyet e két rendelkezés esetében azonos módon kell megítélni. Álláspontjuk szerint a fellebbezési tanács, mivel a jelen ügyben megállapította, hogy az említett védjegyek nem hasonlók, hanem különbözők, jogosan következtetett az említett rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazásának mellőzésére anélkül, hogy az ítélkezési gyakorlatból következő egyéb szempontokat vizsgálta volna.
- 31 A Bíróság ítélkezési gyakorlata szerint a korábbi védjegy és a vitatott védjegy közötti hasonlóság fennállása a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdése b) pontjának és 8. cikke (5) bekezdésének közös alkalmazási feltétele. Az ütköző védjegyek közötti hasonlóság e feltétele mind az említett cikk (1) bekezdése b) pontjának, mind (5) bekezdésének keretében feltételezi többek között a vizuális, a hangzásbeli és a fogalmi hasonlóság elemeinek fennállását (lásd ebben az értelemben: 2011. március 24-i, Ferrero kontra OHIM ítélet, C-552/09. P, EBHT, EU:C:2011:177, 51. és 52. pont).
- 32 A hasonlóságnak az említett két rendelkezés keretében előírt mértéke kétségtelenül eltérő. Ugyanis, míg a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjával bevezetett védelem alkalmazása az ütköző védjegyek közötti olyan mértékű hasonlóság megállapításától függ, amely miatt az érintett vásárlóközönség tudatában fennáll a védjegyek összetévesztésének veszélye, az ugyanezen cikk (5) bekezdése által nyújtott védelemhez ilyen veszély fennállása nem követelmény. Így az említett (5) bekezdésben meghatározott sérelmek a korábbi és a bejelentett védjegy csekélyebb mértékű hasonlóságának is következményei lehetnek, amennyiben az elegendő ahhoz, hogy az érintett vásárlóközönség az említett védjegyeket rokonítsa egymással, azaz azok között kapcsolatot teremtsen (lásd ebben az értelemben és analógia útján: Adidas-Salomon és Adidas Benelux ítélet, fenti 26. pont, EU:C:2003:582, 27, 29 és 31. pont; Intel Corporation ítélet, fenti 26. pont, EU:C:2008:655, 57., 58. és 66. pont). Ezzel szemben sem az említett rendelkezések megfogalmazásából, sem az ítélkezési gyakorlatból nem tűnik ki, hogy az ütköző védjegyek közötti hasonlóságot eltérően kellene értékelni aszerint, hogy az egyik vagy a másik említett rendelkezés alapján végzik az értékelést (Ferrero kontra OHIM ítélet, fenti 31. pont, EU:C:2011:177, 53. és 54. pont).
- 33 Jóllehet a korábbi védjegy és a vitatott védjegy között a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében fennálló kapcsolat átfogó értékelése magában foglalja a figyelembe vett tényezők bizonyos kölcsönös függőségét, és így a védjegyek csekély mértékű hasonlóságát ellensúlyozhatja a korábbi védjegy erőteljes megkülönböztető képessége, a korábbi védjegy és a vitatott védjegy közötti bármely hasonlóság hiányában a korábbi védjegy közismertsége vagy jóhírneve, éppúgy ahogyan az érintett áruk vagy szolgáltatások azonossága vagy hasonlósága, nem elegendő az ütköző védjegyek összetéveszthetősége fennállásának vagy az azok között az érintett vásárlóközönség képzetében létrehozott kapcsolat fennállásának megállapításához. Ahogyan ugyanis a fenti 31. pontban szerepel, az ütköző védjegyek azonossága vagy hasonlósága mind a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdése b) pontjának, mind pedig 8. cikke (5) bekezdésének szükséges alkalmazási feltétele. Következésképpen e rendelkezések nyilvánvalóan alkalmazhatatlanok olyan esetben, amikor a Törvényszék elveti az ütköző védjegyek bármely hasonlóságát (lásd ebben az értelemben: 2010. szeptember 2-i Calvin Klein Trademark Trust kontra OHIM ítélet, C-254/09 P, EBHT, EU:C:2010:488, 68. pont). Kizárólag az ütköző védjegyek bizonyos – akár csekély – hasonlósága esetén kell az említett bíróságnak átfogó vizsgálatot végeznie annak meghatározása érdekében, hogy az ütköző védjegyek közötti hasonlóság csekély mértéke ellenére – az olyan más lényeges tényezők jelenléte miatt, mint a korábbi védjegy közismertsége vagy jóhírneve – fennáll-e az érintett vásárlóközönség képzetében az összetévesztés veszélye vagy az e védjegyek közötti kapcsolat (Ferrero kontra OHIM ítélet, fenti 31. pont, EU:C:2011:177, 65. és 66. pont).

- 34 A Bíróság ezen ítélkezési gyakorlatából egyértelműen kitűnik, hogy az ütköző védjegyek közötti azonosság vagy – akár csekély – hasonlóság fennállása a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazásának feltétele, nem csupán az említett védjegyek között az említett rendelkezés értelmében fennálló kapcsolat értékelésének egyik tényezője. E megállapítás közvetlenül az említett cikkben használt alábbi szövegrészből következik: „a korábbi védjeggyel azonos vagy ahhoz hasonló [bejelentett védjegy]”.
- 35 Következésképpen a Törvényszék rámutat, hogy noha igaz, hogy az ütköző megjelölések hasonlóságának foka az egyik releváns tényező az ütköző védjegyek között a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének értelmében fennálló kapcsolat átfogó értékelése során (lásd a fenti 27. pontot), maga az említett megjelölések közötti – bármilyen mértékű – hasonlóság fennállása az említett cikk alkalmazásának egyik feltétele. E cikket tehát csak ilyen – akár csekély – hasonlóság esetén lehet alkalmazni, amennyiben az megfelel a fenti 33. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatnak.
- 36 A fellebbezési tanács tehát jogosan állapította meg, hogy ha az ütköző védjegyek nem hasonlók, hanem különbözők, azonnal megállapíthatja a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének alkalmazhatatlanságát, anélkül hogy megvizsgálná az említett védjegyek között az e rendelkezés értelmében fennálló kapcsolat bizonyítása szempontjából releváns, az ítélkezési gyakorlatból származó tényezőket.
- 37 Ennélfogva az első kifogást el kell utasítani.
- 38 A második kifogással a felperes lényegében azt állítja, hogy a fellebbezési tanács tévedést követett el annak megállapításával, hogy nem áll fenn hasonlóság az ütköző védjegyek között, jóllehet ő maga ismerte el, hogy legalábbis bizonyos mértékű hasonlóság áll fenn közöttük, amely a „c” és az „m” betű hasonló „uszályával” kapcsolatos, és hogy egyébiránt mindkét említett megjelölés hasonló spencerian kalligrafikus írásmódot használ. Közelebbről a fellebbezési tanács azzal, hogy a megtámadott határozat 29. pontjában kimondta, hogy „ezen elem [azaz a spencerian kalligrafikus írásmód] önmagában, a »Coca-Cola« összefüggésétől elválasztva nem elegendő ahhoz, hogy a megjelölések között megfelelő mértékű hasonlóságot hozzon létre”, tévesen elválasztotta a „coca-cola” vagy „master” szavaktól azok spencerian kalligrafikus írásmódját, ahelyett hogy a védjegyek megjelenítését átfogóan értékelte volna.
- 39 Az OHIM és a beavatkozó az ütköző védjegyek közötti hasonlóság átfogó hiányára és a bejelentett védjegy és a korábbi védjegyek közötti kapcsolat hiányára hivatkozik, aminek következtében a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése nem alkalmazható. A „coca-cola” és a „master” szóelemek közötti különbségek, sőt a bejelentett védjegyben szereplő arab írás határozottan jobban befolyásolják az érintett fogyasztók észlelését, mint az említett megjelölések közötti hasonlóság elemei, így többek között azok „uszálya”. Közelebbről, annak megjegyzését követően, hogy a megtámadott határozat 29. pontjában az „ezen elem önmagában” kifejezés a „uszályt” jelöli, nem pedig a „spencerian írást”, az OHIM arra hivatkozik, hogy a fellebbezési tanács nem kívánta elválasztani az említett „uszályt” a korábbi védjegyekben a „Coca-Cola” összefüggésétől, hanem hangsúlyozta, hogy a korábbi védjegyek egyetlen olyan megragadható eleme, amelyet a bejelentett védjegy is tartalmaz, éppen ez az „uszály”.
- 40 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint két védjegy akkor hasonló, ha az érintett vásárlóközönség nézőpontjából legalább részleges azonosság áll fenn közöttük egy vagy több releváns aspektus vonatkozásában, nevezetesen vizuális, hangzásbeli és fogalmi szempontból (lásd ebben az értelemben: 2002. október 23-i Matratzen Concord kontra OHIM – Hukla Germany (MATRATZEN) ítélet, T-6/01, EBHT, EU:T:2002:261, 30. pont; 2012. január 31-i, Spar kontra OHIM – Spa Group Europe (SPA GROUP) ítélet, T-378/09, EU:T:2012:34, 27. pont; 2013. január 31-i, K2 Sports Europe kontra OHIM – Karhu Sport Iberica (SPORT) ítélet, T-54/12, EU:T:2013:50, 22. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

- 41 Az ítélezési gyakorlat értelmében az összetéveszthetőség átfogó értékelésénél az ütköző megjelölések vizuális, hangzásbeli vagy fogalmi hasonlóságát illetően a megjelölések által keltett összbemólyást kell alapul venni, különösen a megkülönböztető és domináns elemeik figyelembevételével. A védjegyeknek a szóban forgó árukkal és szolgáltatásokkal kapcsolatban az átlagos fogyasztó által történő észlelése döntő szerepet játszik az említett kapcsolat átfogó értékelésénél. E tekintetben az átlagos fogyasztó rendszerint egészében érzékeli a védjegyet, és nem vizsgálja annak egyes részleteit (lásd ebben az értelemben: 2007. május 16-i, La Perla kontra OHIM – Worldgem Brands (NIMEI LA PERLA MODERN CLASSIC) ítélet, T-137/05, EU:T:2007:142, 35. pont; 2012. március 9-i Ella Valley Vineyards kontra OHIM – HFP (ELLA VALLEY VINEYARDS) ítélet, T-32/10, EBHT, EU:T:2012:118, 38. pont; lásd még analógia útján: 2007. június 12-i OHIM kontra Shaker ítélet, C-334/05 P, EBHT, EU:C:2007:333, 35. pont).
- 42 A jelen ügyben előzetesen és a felperes állításával ellentétben meg kell állapítani, hogy a fellebbezési tanács az értékelése során nem mulasztotta el figyelembe venni a 3021086. és 2107118. számú védjegyet, hanem azokat hallgatólagosan tekintetbe vette az azon négy korábbi közösségi ábrás védjegy által alkotott egynemű védjegycsalád körében, amelyek mindegyike tartalmazza a spencerian írásmóddal írt „coca-cola” elemet (lásd a fenti 6. pontot), miközben e négy védjegy közül arra a védjegyre, azaz a 2117828. számú védjegyre összpontosított, amely a bejelentett védjegyhez a legközelebb állónak tűnt. Mindenesetre a felperes szerint vizuálisan legközelebb álló 2107118. sz. védjegyre való hivatkozás nem módosította volna jelentősen a fellebbezési tanács értékelését.
- 43 Ezt követően rá kell mutatni, hogy a felperes nem vitatja az OHIM fórumainak azon megállapításait, amelyek szerint az ütköző megjelölések hangzásbeli és fogalmi szempontból különbözőek, és a tárgyaláson megerősítette, hogy a jogvita csak az említett megjelölések vizuális hasonlóságát érinti.
- 44 A megtámadott határozat jogszerűségének felülvizsgálatát tehát először is az ütköző védjegyek vizuális összehasonlításának vizsgálatára, másodsor a közöttük fennálló hasonlóság átfogó – a hangzásbeli és fogalmi különbségeiket figyelembe vevő – értékelésére, harmadszor és utoljára pedig az említett értékelés által a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének a jelen ügyben való alkalmazását érintő következményekre kell összpontosítani.
- 45 Először is az ütköző megjelölések vizuális összehasonlítását illetően helyt lehet adni a megtámadott határozat 20. pontjában tett azon megállapításnak, amely szerint a korábbi megjelölések a stilizált „coca-cola” szavakból vagy a stilizált „c” betűből állnak, a bejelentett megjelölés pedig a stilizált „master” szóból áll, amely felett egy arab kifejezés található. E tekintetben azonban pontosítani kell, hogy ezen arab nyelvű elem a bejelentett védjegyben másodlagos jelentőségű a domináns „master” elemhez képest (lásd ebben az értelemben: 2007. április 18-i House of Donuts kontra OHIM – Panrico (House of donuts) ítélet, T-334/04, EU:T:2007:105, 32. pont), tekintettel arra, hogy az utóbbi érthető az érintett fogyasztó, az Európai Unió széles vásárlóközönségének tagja számára (lásd a fenti 14. pontot).
- 46 Az OHIM-hoz és a beavatkozóhoz hasonlóan kétségtelenül meg kell jegyezni, hogy az ütköző megjelölések nyilvánvaló vizuális különbségeket mutatnak a szóelemek száma és eleje, a bennük azonos helyet elfoglaló azonos betűk hiánya, valamint kisebb mértékben az ábrás elemek formája tekintetében.
- 47 Meg kell azonban állapítani, hogy az ütköző megjelölésekben vizuálisan hasonló elemek is találhatók.
- 48 Először is – ahogyan a fellebbezési tanács a megtámadott határozat 20. pontjában rámutatott annak helyes megállapítását követően, hogy a „coca-cola” vagy „c” és a „master” szóelemek között nincs szöveges egybeesés – kétségtelen, hogy az ütköző megjelölések mindegyikében szerepel a „c” és az „m” kezdőbetűket aláírásra jellemző ívben meghosszabbító „uszály”.

- 49 E tekintetben a fellebbezési tanács kétségtelenül jogosan emlékeztetett a megtámadott határozat 20. pontjában azon ítélkezési gyakorlatra, amely szerint amennyiben valamely védjegy szó- és ábrás elemekből is áll, főszabály szerint az előbbieket az utóbbiaknál nagyobb megkülönböztető képességgel rendelkezőnek kell tekinteni, mivel az átlagos fogyasztó könnyebben utal a szóban forgó árura az áru nevének felidézésével, mint a védjegy ábrás elemének leírásával (2005. július 14-i Wassen International kontra OHIM – Stroschein Gesundkost (SELENIUM-ACE) ítélet, T-312/03, EBHT, EU:T:2005:289, 37. pont).
- 50 Emlékeztetni kell azonban arra, hogy e főszabály alól a körülményektől függően kivételek lehetnek. Ily módon a 29. és 30. osztályba tartozó élelmiszerek kapcsán kimondták, hogy azokat a fogyasztó rendszerint önkiszolgáló üzletekben vagy hasonló létesítményekben vásárolja meg, ahol azokat inkább közvetlenül a polcra választja ki, mint hogy szóban kérné. Hasonlóképpen az ilyen létesítményekben a fogyasztó nem sok időt veszteget az egymást követő vásárlások között, és gyakran el sem olvassa a különböző árukon szereplő valamennyi tájékoztatást, hanem inkább hagyja, hogy a címkéjük és csomagolásuk által keltett átfogó vizuális benyomás irányítsa. E körülmények között a szóban forgó megjelölések közötti összetéveszthetőség vagy kapcsolat esetleges fennállásának értékelése szempontjából a vizuális hasonlóság vizsgálatának eredménye nagyobb jelentőséghez jut, mint a hangzásbeli vagy fogalmi hasonlóság vizsgálatának eredménye. Ezenkívül ezen értékelés keretében a védjegy ábrás elemei a szóelemeinél jelentősebb szerepet játszanak a védjegynek az érintett fogyasztó általi észlelése során (lásd ebben az értelemben: 2007. szeptember 12-i Koipe kontra OHIM – Aceites del Sur (La Española) ítélet; T-363/04, EBHT, EU:T:2007:264, 109. pont; 2008. december 2-i Ebro Puleva kontra OHIM – Berenguel (BRILLO'S) ítélet, T-275/07, EU:T:2008:545, 24. pont).
- 51 A jelen ügyben, mivel a 29., 30. és 32. osztályba tartozó élelmiszerekről, és különösen alkoholmentes italokról van szó, a fellebbezési tanács által felidézett főszabály alól az ítélkezési gyakorlatban tett kivételek figyelembevételével meg kell állapítani, hogy az érintett fogyasztó általi átfogó vizuális észlelés során az ütköző védjegyek ábrás elemei legalább annyira jelentős szerepet töltenek be, mint azok szóelemei.
- 52 Ebből következik, hogy az ütköző megjelölések hasonlósága fennállásának és mértékének értékelése érdekében a „c” és „m” kezdőbetűiket aláírásra jellemző ívben meghosszabbító „uszályból” álló közös ábrás elem jelenléte legalább annyira jelentősnek tűnik, mint annak megállapítása, hogy a szóelemek között nincs szöveges egybeesés.
- 53 Másodszor, ahogyan a fellebbezési tanács a megtámadott határozat 21. pontjában megjegyezte, a felperes arra hivatkozik, hogy az ütköző megjelölések közötti hasonlóság, legalábbis ami a négy Coca-Cola korábbi közösségi ábrás védjegyet és a bejelentett Master védjegyet illeti, különösen azoknak a „spencerian írás” azonos betűtípusával való különös és megkülönböztető megjelenítéséből következik”.
- 54 E tekintetben a fellebbezési tanács kétségkívül jogosan emlékeztetett a megtámadott határozat 22. pontjában arra, hogy a korábbi védjegy jóhírnevét vagy különös megkülönböztető képességét az összetéveszthetőség értékelése keretében, nem pedig az ütköző védjegy hasonlóságának értékelése keretében kell figyelembe venni, mely utóbbi az összetéveszthetőség értékelését megelőzi (lásd ebben az értelemben: 2010. május 19-i Ravensburger kontra OHIM – Educa Borrás (EDUCA Memory game) ítélet, T-243/08, EU:T:2010:210, 27. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 55 Meg kell azonban állapítani, hogy ezen ítélkezési gyakorlat nem elegendő a jelen ügyben a felperes fenti érvének elutasításához. Ugyanis még ha el is tekintünk az íveket és más elegáns díszítőelemeket magában foglaló spencerian írás különös megkülönböztető képességétől, kimondható, hogy ugyanazon – ráadásul a jelenkori üzleti életben nem szokványos – betűtípusnak az ütköző védjegyek általi használata az említett védjegyek közötti vizuális hasonlóság fennállásának értékelése szempontjából releváns körülménynek minősül.

- 56 Ennek megfelelően a Törvényszék egy korábbi ügyben kimondta, hogy a különböző szóbeli elemek mégis mutatnak vizuális szempontból bizonyos hasonlóságot, tekintettel arra, hogy két, gyermekíráshoz hasonlító betűtípussal írt rövid szóról volt szó, és megállapította, hogy az ütköző védjegyek között fennálló jelentős vizuális különbségek ellenére nem tagadható, hogy az említett védjegyek között vizuális szempontból csekély mértékű hasonlóság áll fenn (lásd ebben az értelemben: Comercial Losan kontra OHIM – McDonald’s International Property (Mc. Baby) ítélet, T-466/09, EU:T:2012:346, 33. és 35. pont).
- 57 A jelen ügyben meg kell állapítani, hogy az ütköző megjelölések, amennyiben a fenti 41. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatnak megfelelően azokat teljes egészükben érzékelik, nem pedig szövelemek és ábrás elemek analitikus szétbontása szerint, különbségeik ellenére vizuális szempontból bizonyos hasonlóságot mutatnak, amely a jelenkori üzleti életben kevésbé szokványos betűtípus, azaz a spencerian írás közös használatának tudható be.
- 58 Márpedig a fellebbezési tanács az összetéveszthetőség – és nem a megjelölések hasonlóságának – általa végzett értékelése keretében a megtámadott határozat 29. pontjában megállapította, hogy „nincs olyan megragadható elem a [felperes] [megjelölésében], amely a [beavatkozó] megjelölés[é]ben is szerepelne, kivéve a megjelölésnek az »uszályból« álló elemét, amely a [felperes megjelölésében] »c«, illetve [a beavatkozó megjelölésében] az »m« betű alsó részéből indul ki”. Mindazonáltal „ezen elem önmagában, a »COCA-COLA« összefüggésétől elválasztva nem elegendő ahhoz, hogy bizonyos mértékű hasonlóságot teremtsen a megjelölések között” és „a bizonyítékok nem támasztják alá, hogy a fogsztók e részletre összpontosítanak, amennyiben az elválnak, a »COCA-COLA« fő összefüggésétől”.
- 59 E tekintetben igazat kell adni a felperes álláspontjának, amikor arra hivatkozik, hogy a fellebbezési tanács tévesen választotta el a „coca-cola” vagy a „master” szavaktól a spencerian írást, ahelyett hogy a védjegyek megjelenítését átfogóan értékelte volna. Ugyanis bár a megtámadott határozat fent említett 29. pontjának rendszeréből kitűnik, hogy az „ezen elem önmagában” kifejezés az „uszályt”, és nem a „spencerian írást” jelöli, a fellebbezési tanács azzal, hogy a megjelölések hasonlóságának elemzését az „uszályra” összpontosította, oly módon, hogy az utóbbit elválasztotta a korábbi védjegyekben a „coca-cola” kifejezéshez fűződő összefüggéstől, elmulasztotta az ütköző védjegyek átfogó értékelésének elvégzését a tekintetben, hogy mindkettőt spencerian írással írták, és ennek következtében valójában annak megállapítását, hogy a vizuális hasonlóság ezen eleme az ütköző megjelölések között fennáll.
- 60 A fellebbezési tanács, az összetéveszthetőség – és nem a megjelölések hasonlóságának – általa végzett értékelése keretében a megtámadott határozat 27. és 29. pontjában azt is megállapította, hogy „a felperes nem jogosultja [a spencerian írásnak]”, és hogy „a spencerian írást, bármely más íráshoz hasonlóan bárki szabadon használhatja”.
- 61 Feltételezve, hogy a fellebbezési tanács e megfontolásokat relevánsnak tekintette a megjelölések közötti hasonlóság hiányának megállapítása érdekében, helyt kell adni a felperes azon állításának, amely szerint a fellebbezési tanács ily módon tévedést követett el. E megfontolások ugyanis csak a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdése b) pontjának vagy (5) bekezdésének értelmében vett összetéveszthetőség vagy az érintett fogyasztó képzetében fennálló kapcsolat átfogó értékelése céljából lehetnek relevánsak, de nem a megjelölések közötti hasonlóság objektív elemzése céljából. Meg kell tehát állapítani, hogy az ahhoz fűződő közérdekkel, hogy a spencerian írást bárki szabadon használhassa, önmagában nem ellentétes, ha a spencerian írásra az ütköző védjegyek hasonlóságának az érintett fogyasztó képzetében megjelenő elemeként hivatkoznak.
- 62 Meg kell végezni említést, hogy valamely különös betűtípus monopolizálására valamely piaci szereplő által tett bármely kísérlet a 207/2009 rendelet 8. cikke (1) bekezdésének b) pontjában és (5) bekezdésében említett olyan kizáró okok szigorú feltételeibe ütközik, mint például az ütköző megjelölések összetéveszthetősége vagy annak veszélye, hogy a bejelentett védjegy alapos ok nélkül történő használata sértene vagy tisztességtelenül kihasználná a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét (lásd a fenti 25. pontot).

- 63 E vonatkozásban helyt kell adni a felperes álláspontjának, amikor azt állítja, hogy nem kívánja a Spencerian írást valamennyi áru és szolgáltatás esetében monopolizálni, de az ütköző védjegyek írásmódja és megjelenítésének egyéb elemei – így a bennük szereplő „c” és „m” betű alatti hosszú „uszály” – között fennálló hasonlóság miatt a fogyasztók kapcsolatot vagy összefüggést hoznak létre a szóban forgó védjegyek között abban az esetben, ha a bejelentett védjegy által megjelölt áruk, és különösen a kólákat is magukban foglaló alkoholmentes italok forgalmazása céljából használják őket. A beavatkozó tehát helytelenül állítja, hogy az összehasonlított védjegyek közötti hasonlóság vagy kapcsolat fennállását elismerő határozat nem csupán azzal a hatással járna, hogy a felperes illetéktelenül magához ragadja ezen írás használatának monopóliumát, és ily módon megakadályoz minden más gazdasági szereplőt abban, hogy azt üdítőitalok, továbbá más áruk és szolgáltatások címkézése céljából használja, hanem más közismert védjegyek jogosultjai előtt is megnyithatja az utat, lehetővé téve számukra más írásmódok monopolizálását.
- 64 A fenti megfontolásokból következik, hogy az ütköző megjelölések nyilvánvaló vizuális különbségeiken kívül a vizuális hasonlóság elemeit is mutatják, amely nem csupán a „c” és az „m” kezdőbetűiket aláírásra jellemző ívben meghosszabbító „uszálynak”, hanem a jelenkori üzleti életben kevésbé szokványos betűtípus, azaz a Spencerian írás közös használatának is betudható, amit az érintett fogyasztó egészében érzékel.
- 65 Az ütköző védjegyek e vizuális hasonlóságainak és különbségeinek átfogó értékeléséből következik, hogy legalábbis a négy Coca-Cola korábbi közösségi ábrás védjegy és a bejelentett Master védjegy között csekély mértékű vizuális hasonlóság áll fenn, ahol a részletbeli különbségeiket átfogó hasonlóságaik részben ellensúlyozzák. Ezzel szemben a C korábbi egyesült-királyságbeli védjegy – különösen annak rövidsége miatt – vizuális szempontból különbözik a bejelentett Master védjegytől.
- 66 Másodszor az ütköző megjelölések hasonlóságának átfogó értékelése kapcsán meg kell vizsgálni, hogy az említett megjelölések között fennálló, a felperes által nem vitatott hangzásbeli és fogalmi különbségek kizárják-e az e megjelölések közötti hasonlóságot, vagy a közöttük fennálló csekély mértékű vizuális hasonlóság inkább semlegesíti azokat.
- 67 Az ítélkezési gyakorlat szerint az érintett védjegyek közötti hasonlóság értékelése érdekében a vizuális, hangzásbeli, valamint fogalmi hasonlóságuk mértékét kell meghatározni, valamint – adott esetben – átfogó értékelés keretében mérlegelni kell, hogy mekkora jelentőséget kell ezen különféle elemeknek tulajdonítani, tekintettel a szóban forgó áruk vagy szolgáltatások kategóriájára, valamint azok forgalmazásának körülményeire (Ferrero kontra OHIM ítélet, fenti 31. pont, EU:C:2011:177, 85. és 86. pont; lásd még analógia útján: OHIM kontra Shaker ítélet, fenti 41. pont, EU:C:2007:333, 36. pont).
- 68 E tekintetben emlékeztetni kell arra, hogy az ütköző megjelölések vizuális, hangzásbeli és fogalmi aspektusainak nem mindig azonos a súlya. A megjelölések közötti hasonlóságok és különbségek jelentősége többek között a megjelölések belső jellemzőitől, illetve az általuk megjelölt áruk vagy szolgáltatások forgalmazásának körülményeitől függhet. Ha a szóban forgó védjeggyel megjelölt árukat általában önkiszolgáló üzletekben értékesítik, ahol a fogyasztó maga választja ki az árut, és ennél fogva elsősorban a rajta szereplő védjegy vizuális megjelenésére kell hagyatkoznia, a védjegyek vizuális hasonlósága főszabály szerint nagyobb jelentőséget kap. Ha viszont a megjelölt árut leginkább szóbeli kommunikáció révén értékesítik, rendszerint a megjelölések hangzásbeli hasonlósága kap nagyobb súlyt. Ily módon a két védjegy közötti hangzásbeli hasonlóság mértéke kisebb jelentőségű olyan áruk esetében, amelyeket oly módon forgalmaznak, hogy az érintett vásárlóközönség az azokat megjelölő védjegyet a vásárlás során szokásosan vizuális formában észleli (2013. február 21-i Esge kontra OHIM – De’Longhi Benelux (KMIX) ítélet, T-444/10, EU:T:2013:89, 36. és 37. pont és az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat; lásd még ebben az értelemben: La Española-ítélet, fenti 50. pont, EU:T:2007:264, 109. pont; BRILLO’S-ítélet, fenti 50. pont, EU:T:2008:545, 24. pont).

- 69 A jelen ügyben, mivel a 29., 30. és 32. osztályba tartozó árukról van szó, amelyeket rendszerint önkiszolgáló üzletekben értékesítenek, az ütköző megjelölések közötti vizuális hasonlóság és különbség elemei nagyobb jelentőségűnek bizonyulnak, mint az említett megjelölések között fennálló hangzásbeli és fogalmi hasonlóság és különbség elemei.
- 70 E hasonlóságok és különbségek átfogó értékeléséből következik, hogy az ütköző megjelölések, legalábbis a négy Coca-Cola korábbi közösségi ábrás védjegy és a bejelentett Master védjegy között csekély mértékű hasonlóság áll fenn, ahol a hangzásbeli és fogalmi különbségeiket – vizuális különbségek ellenére – a nagyobb jelentőségű, átfogó vizuális hasonlóságaik ellensúlyozzák. Ezzel szemben a C korábbi egyesült-királyságbeli védjegy – különösen annak rövidsége miatt – különbözik a bejelentett Master védjegytől
- 71 Ezen átfogó értékelés tehát megfelel azon ítélkezési gyakorlatnak, amely szerint vizuális, hangzásbeli és fogalmi szempontból egyaránt eltérő védjegyek az egészükben való értékelésük során mégis csekély vagy igen csekély hasonlóságot mutatnak (lásd ebben az értelemben: 2009. szeptember 23-i, Arcandor kontra OHIM – dm drogerie markt (S-HE) ítélet, T-391/06, EU:T:2009:348, 54. pont; SPA GROUP ítélet, fenti 40. pont, EU:T:2012:34, 54. pont).
- 72 Harmadszor és utolsó sorban pontosítani kell a hasonlóság átfogó értékelésének a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének alkalmazását a jelen ügyben érintő következményeit.
- 73 A fenti 26., 27. és 31–33. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlatból következik, hogy az ütköző megjelölések közötti – akár csekély – hasonlóság fennállása a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazásának feltétele, és hogy e hasonlóság mértéke az említett megjelölések között fennálló kapcsolat értékelésének egyik tényezője.
- 74 A jelen ügyben az annak megállapítására irányuló átfogó értékelés, hogy fennáll-e az érintett vásárlóközönség képzetében az ütköző megjelölések közötti, a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése értelmében vett kapcsolat, arra a következtetésre vezet, hogy tekintettel az említett védjegyek közötti hasonlóság – akár csekély – mértékére, fennáll annak veszélye, hogy a vásárlóközönség ilyen kapcsolatot hozhat létre. Ugyanis még ha az ütköző megjelölések csak csekély mértékben is hasonlóak, nem elképzelhetetlen, hogy az érintett vásárlóközönség kapcsolatot teremt közöttük, és még az összetéveszthetőség hiányában is a korábbi védjegyek imázsát és értékeit a bejelentett védjeggyel megjelölt árukra viszi át (lásd ebben az értelemben: BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 71. pont). Ellentétben tehát azzal, amit a fellebbezési tanács a megtámadott határozat 33. pontjában megállapított, az ütköző megjelölések a fenti 32. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlat értelmében véve megfelelő hasonlóságot mutatnak ahhoz, hogy az érintett vásárlóközönség a bejelentett védjegyet és a korábbi közösségi védjegyeket rokonítsa egymással, azaz az említett cikk értelmében vett kapcsolatot teremtsen közöttük.
- 75 A fentiekből következik, hogy a fellebbezési tanácsnak meg kellett volna vizsgálnia a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének többi alkalmazási feltételét (lásd a fenti 25. pontot). Márpedig a fellebbezési tanács – jóllehet megállapította a felszólalásban hivatkozott korábbi védjegyek nagymértékű jóhírnevének fennállását – nem határozott azon veszély fennállásáról, hogy a bejelentett védjegy alapos ok nélkül történő használata sérti vagy tisztességtelenül kihasználja a korábbi védjegy megkülönböztető képességét vagy jóhírnevét. Mivel ezt a kérdést a fellebbezési tanács érdemben nem vizsgálta, a Törvényszéknek nem feladata, hogy első ízben a megtámadott határozat jogszerűsége vizsgálatának keretében azt vizsgálja (lásd ebben az értelemben: 2011. július 5-i Edwin kontra OHIM ítélet, C-263/09 P, EBHT, EU:C:2011:452, 72. és 73. pont; 2011. december 14-i, Völkl kontra OHIM – Marker Völkl (VÖLKL) ítélet, T-504/09, EBHT, EU:T:2011:739, 63. pont; BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 75. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).

- 76 A fellebbezési tanács feladata tehát az említett alkalmazási feltételek vizsgálata, figyelembe véve az ütköző megjelölések közötti kétségtelenül csekély, de ahhoz elegendő mértékű hasonlóságot, hogy az érintett vásárlóközönség a bejelentett védjegyet és a korábbi közösségi védjegyeket rokonítsa egymással, azaz az említett cikk értelmében vett kapcsolatot hozzon létre közöttük.
- 77 A második kifogásnak tehát helyt kell adni.
- 78 Következésképpen az egyetlen jogalap első részét megalapozottként el kell fogadni.
- 79 A fentiekén túl a Törvényszék fontosnak tartja az egyetlen jogalap második részének vizsgálatát annak érdekében, hogy rendezze a jelen jogvitát a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazási feltételeinek vizsgálata során figyelembe veendő bizonyítékok tekintetében.

A második részből

- 80 Egyetlen jogalapjának második részében a felperes azt állítja, hogy a fellebbezési tanács tévedést követett el azzal, hogy a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése alapján végzett értékelése során nem vette figyelembe az azon móddal kapcsolatos bizonyítékokat, ahogyan a beavatkozó az áruit a gyakorlatban forgalmazza, és amelyek alapján feltételezhető, hogy a bejelentett védjegyet valóban a korábbi védjegyek imázsát és a felperes italainak vizuális jellemzőit utánzó terméken kívánja használni. E tekintetben arra hivatkozik, hogy az említett cikkel kapcsolatos ítélezési gyakorlat szerint a tisztességtelen kihasználás értékelése nem korlátozódik a bejelentett védjegyre, hanem annak az ügy valamennyi körülményén, különösen a beavatkozó szándékaira utaló jeleken kell alapulnia.
- 81 Az OHIM és a beavatkozó vitatja a felperes érveit. A beavatkozó különösen azt állítja, hogy a felperes által a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használata vonatkozásában előterjesztett bizonyítékok a jelen ügyben irrelevánsak, és azokat a fellebbezési tanács helyesen utasította el, mivel a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése alapján végzett értékelés során csak a lajstromozni kért védjegyet kell figyelembe venni.
- 82 Előjáróban emlékeztetni kell arra, hogy a korábbi védjegy megkülönböztető képességének vagy jóhírnevének tisztességtelen kihasználása többek között akkor állapítható meg, ha valamely megbecsülésnek örvendő védjegy kihasználására vagy nyilvánvalóan elősködő módon történő kizsákmányolására tesznek kísérletet (SPA-FINDERS ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2005:179, 51. pont; nasdaq-ítélet, fenti 26. pont, EU:T:2007:131, 55. pont; BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 63. pont) és hogy erre ezért az „elősködés veszélye” kifejezéssel utalnak. Más szavakkal annak kockázatáról van szó, hogy a jóhírű védjegy imázsa vagy az e védjegy által előrevetített jellemzők a bejelentett védjeggyel megjelölt árukra tevődnek át oly módon, hogy ez a jóhírnévvel rendelkező korábbi védjegyhez való gondolatbeli társítás elősegíti azok forgalmazását (VIPS-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2007:93, 40. pont; 2012. május 22-i Environmental Manufacturing kontra OHIM – Wolf (farkasfej ábrázolása) ítélet, T-570/10, EBHT, EU:T:2012:250, 27. pont).
- 83 Az elősködés veszélye eltér egyrészt a „felhígulás veszélyétől”, amely fogalom szerint a korábbi védjegy megkülönböztető képességét érő sérelem rendszerint akkor állapítható meg, ha a lajstromozni kért védjegy használata azzal a hatással jár, hogy a korábbi védjegy többé nem alkalmas közvetlen asszociáció keltésére azon áruk tekintetében, amelyek tekintetében azt lajstromozták és alkalmazták, másrészt pedig a „megfakulás veszélyétől”, amely fogalom szerint a korábbi védjegy jóhírnevét érő sérelem rendszerint akkor állapítható meg, ha a bejelentett védjeggyel érintett árukat a vásárlóközönség úgy érzékeli, hogy a korábbi védjegy vonzereje csökkent (lásd ebben az értelemben SPA-FINDERS ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2005:179, 43. és 46. pont; nasdaq-ítélet, fenti 26. pont, EU:T:2007:131, 55. pont; BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 63. pont).

- 84 Az állandó ítélkezési gyakorlat szerint az élősködés veszélye, illetve hasonlóképpen a felhígulás vagy megfakulás veszélye többek között valószínűségi elemzésből eredő logikai következtetések alapján is megállapítható, amennyiben azok nem pusztán feltevésekből származnak, és figyelembe veszik az érintett kereskedelmi ágazat szokásos gyakorlatát, illetve az adott ügyre vonatkozó valamennyi egyéb körülményt (lásd ebben az értelemben: nasdaq-ítélet, fenti 26. pont, EU:T:2007:131, 54. pont; BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 62. pont; „Farkasfej ábrázolása”-ítélet, fenti 82. pont, EU:T:2012:250, 52. pont, amelyet e kérdésben megerősített a 2013. november 14-i Environmental Manufacturing kontra OHIM ítélet, C-383/12. P, Rec, EU:C:2013:741, 43. pont).
- 85 A Bíróság többek között kimondta, hogy az annak meghatározására irányuló átfogó értékelés során, hogy fennáll-e a korábbi védjegy megkülönböztető képességének vagy jóhírnevének tisztességtelen kihasználása, azt is figyelembe kellett venni, hogy az utánzott parfümökéhez hasonló csomagolások és üvegek használatának az a célja, hogy reklámcélből hasznot húzzon azon védjegyek megkülönböztető képességéből és jó híréből, amelyekkel e parfümököt értékesítik. A Bíróság azt is kimondta, hogy amikor valamely harmadik fél a jóhírnevű védjegyhez hasonló megjelölés használatával megpróbál annak nyomdokába lépni azért, hogy részesüljön annak vonzerejéből, elismertségéből és presztízséből, valamint azért, hogy kihasználja – mindennemű pénzügyi ellentételezés nélkül, illetve anélkül, hogy e tekintetben saját ráfordítást kellene eszközölnie – a védjegyjogosult által e védjegy imázsának megteremtése és fenntartása érdekében eszközölt üzleti ráfordításokat, akkor az említett használatból származó hasznot az említett védjegy megkülönböztető képessége vagy jóhírve tisztességtelen kihasználásának kell minősíteni (2009. június 18-i L’Oréal és társai ítélet, C-487/07, EBHT, EU:C:2009:378, 48. és 49. pont).
- 86 A jelen ügyben kétségtelen, hogy a felperes a felszólalási eljárás során bizonyítékokat terjesztett elő a lajstromozni kért védjegy beavatkozó általi kereskedelmi forgalomban való használatára vonatkozóan. E bizonyítékok közé tartozott a felperes jogi tanácsadójától, L. Ritchie-től származó 2011. február 23-i keltezésű tanúvallomás, amelyhez mellékelte a beavatkozó internetes oldaláról, a www.mastercola.com oldalról 2011. február 16-án kinyomtatott képernyőképeket. E képernyőképek célja annak szemléltetése volt, hogy a beavatkozó a bejelentett védjegyet a kereskedelmi forgalomban többek között az alábbi formában használta:



- 87 A fellebbezési tanács a megtámadott határozat 34. pontjában megállapította, hogy amennyiben e bizonyítékok alapján bebizonyosodna, hogy a beavatkozó „szándékosan ugyanazon megjelenítést, imázst, stilizálást, betűtípust és csomagolást alkalmazta”, mint amelyeket a felperes alkalmazott, az utóbbi „ésszerűen hivatkozhat arra, hogy a [beavatkozó] szándéka arra irányult, hogy tisztességtelenül

kihasználja a korábbi védjegyek jöhírnevét”. Mindazonáltal „ezt nem teheti a [207/2009] rendelet 8. cikke (5) bekezdése különös rendelkezéseinek összefüggésében, amelynek kizárólag a [beavatkozó] lajstromozni kért védjegyét kell figyelembe vennie”.

- 88 Meg kell állapítani, hogy a fellebbezési tanács ezen értékelése eltér a fenti 82–85. pontban hivatkozott ítélkezési gyakorlattól, amely szerint lényegében az élősködés veszélye a 207/2009 rendelet 8. cikkének (5) bekezdése alapján többek között valószínűségi elemzésből eredő logikai következtetések alapján, és az érintett kereskedelmi ágazat szokásos gyakorlatát, illetve az adott ügyre vonatkozó valamennyi egyéb körülményt figyelembe véve is megállapítható, beleértve azt is, ha a bejelentett védjegy jogosultja a korábbi védjegy jogosultjának áruíéhoz hasonló csomagolásokat használ. Ezen ítélkezési gyakorlat tehát egyáltalán nem korlátozza kizárólag a bejelentett védjegyre az élősködés veszélyének megállapítása céljából figyelembe veendő releváns körülményeket, azaz azt, hogy tisztességtelenül kihasználják a korábbi védjegyek megkülönböztető képességét vagy jöhírnevét, hanem az összes olyan bizonyíték figyelembevételét is lehetővé teszi, amelyek célja a bejelentett védjegy jogosultjának szándékaira vonatkozó, fent említett valószínűségi elemzés elvégzése, és még inkább azokat, amelyek a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való tényleges használatára vonatkoznak.
- 89 Márpedig a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatára vonatkozó olyan bizonyítékok, amelyeket a felperes a fellebbezési eljárás során terjesztett elő, nyilvánvalóan releváns körülményeknek minősülnek az élősködés ilyen veszélyének a jelen ügyben való megállapítása céljából.
- 90 Azt a következtetést kell tehát levonni, hogy a fellebbezési tanács tévedést követett el azzal, hogy a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdésének a jelen ügyben való alkalmazása során e bizonyítékokat nem vette figyelembe.
- 91 E következtetést nem cáfolhatja az OHIM azon állítása, amely szerint a felperes e bizonyítékokra a 207/2009 rendelet 9. cikke (1) bekezdésének c) pontjára alapított bitorlási kereset keretében hivatkozhat. Ezen állítás ugyanis figyelmen kívül hagyja az említett rendelet rendszerét és az e rendelet 8. cikkében meghatározott felszólalási eljárás célját, amely abban áll, hogy a jogbiztonság és a megfelelő ügyintézés alapján biztosítsa, hogy ne kerüljenek lajstromozásra olyan védjegyek, amelyek használatát a bíróságok előtt később eredményesen kifogásolni lehet (lásd ebben az értelemben: 1998. szeptember 29-i Canon-ítélet, C-39/97, EBHT, EU:C:1998:442, 21. pont; 2003. május 6-i Libertel-ítélet, C-104/01, EBHT, EU:C:2003:244, 59. pont; 2007. március 13-i OHMI kontra Kaul-ítélet, C-29/05. P., EBHT, EU:C:2007:162, 48. pont).
- 92 Ahogyan azonban a fenti 75. pontban is szerepel, mivel a fellebbezési tanács nem vizsgálta meg a korábbi védjegyek megkülönböztető képessége vagy jöhírneve esetleges tisztességtelen kihasználásának kérdését, a Törvényszéknek nem feladata, hogy első ízben a megtámadott határozat jogszerűsége vizsgálatának keretében azt vizsgálja (lásd ebben az értelemben: Edwin kontra OHIM ítélet, fenti 75. pont, EU:C:2011:452, 72. és 73. pont; VÖLKL-ítélet, fenti 75. pont, EU:T:2011:739, 63. pont; BEATLE-ítélet, fenti 25. pont, EU:T:2012:177, 75. pont, valamint az ott hivatkozott ítélkezési gyakorlat).
- 93 A fellebbezési tanács feladata tehát a 207/2009 rendelet 8. cikke (5) bekezdése alkalmazási feltételeinek (lásd a fenti 76. pontot), vizsgálata során, hogy figyelembe vegye a bejelentett védjegy kereskedelmi forgalomban való használatára vonatkozó olyan bizonyítékokat, mint amelyeket a felperes a felszólalási eljárás során előterjesztett.
- 94 Következésképpen az egyetlen jogalap második részének mint megalapozottnak helyt kell adni.
- 95 A fenti megfontolások összességére tekintettel a megtámadott határozatot az egyetlen jogalap első része, valamint annak második része alapján hatályon kívül kell helyezni.

A költségekről

- 96 Az eljárási szabályzat 87. cikkének 2. §-a alapján a Törvényszék a pervesztes felet kötelezi a költségek viselésére, ha a pernyertes fél ezt kérte.
- 97 Mivel az OHIM és a beavatkozó pervesztes lett, a felperes kérelmének megfelelően az OHIM-ot kötelezni kell a saját költségeinek viselésén kívül a felperes részéről felmerült költségek viselésére, másrésztől úgy kell határozni, hogy a beavatkozó maga viseli a saját költségeit.

A fenti indokok alapján

A TÖRVÉNYSZÉK (nyolcadik tanács)

a következőképpen határozott:

- 1) **A Törvényszék hatályon kívül helyezi a Belső Piaci Harmonizációs Hivatal (védjegyek és formatervezési minták) (OHIM) második fellebbezési tanácsának 2012. augusztus 29-i határozatát (R 2156/2011-2. sz. ügy).**
- 2) **Az OHIM a saját költségeinek viselésén kívül viseli a The Coca-Cola Company-nál felmerült költségeket.**
- 3) **A Modern Industrial & Trading Investment Co. Ltd (Mitico) maga viseli a saját költségeit.**

Gratsias

Kancheva

Wetter

Kihirdetve Luxembourgban, a 2014. december 11-i nyilvános ülésen.

Aláírások