

BENDROJO TEISMO (aštuntoji kolegija) SPRENDIMAS

2010 m. sausio 20 d.*

Byloje T-460/07

Nokia Oyj, įsteigta Helsinkyje (Suomija), atstovaujama advokato J. Tanhuanpää,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovaujamą A. Folliard-Monguiral,

atsakovę,

* Proceso kalba: suomių.

kita procedūros VRDT apeliacinėje taryboje šalis, įstojusi į bylą Bendrajame Teisme,

Medion AG, įsteigta Esene (Vokietija), atstovaujama advokato P.-M. Weisse,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2007 m. spalio 2 d. VRDT antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 141/2007-2), susijusio su protesto procedūra tarp *Medion AG* ir *Nokia Oyj*,

BENDRASIS TEISMAS (aštuntoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkė E. Martins Ribeiro (pranešėja), teisėjai N. Wahl ir A. Dittrich,
kancleris E. Coulon,

susipažinęs su 2007 m. gruodžio 18 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktu ieškiniu,

susipažinęs su 2008 m. gegužės 21 d. VRDT Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktu atsakymu į ieškinį,

susipažinęs su 2008 m. gegužės 7 d. įstojusios į bylą šalies Pirmosios instancijos teismo kanceliarijoje pateiktu atsakymu į ieškinį,

susipažinęs su ieškovės, VRDT ir įstojusios į bylą šalies atitinkamai 2009 m. balandžio 14, 22 ir 23 d. laiškais, kuriuose nurodoma, kad jos nedalyvaus teismo posėdyje,

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

- 1 2004 m. sausio 7 d. ieškovė *Nokia Oyj*, remdamasi 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1; 2004 m. specialusis leidimas lietuvių k., 17 sk., 1 t., p. 146) [pakeistas 2009 m. vasario 26 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 207/2009 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 78, p. 1)], pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklaus ir pramoniniam dizainui) (VRDT) Bendrijos prekių ženklo paraišką.
- 2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas yra žodinis žymuo LIFE BLOG.
- 3 Prekės, kurioms buvo prašoma įregistruoti prekių ženklą, yra priskirtos peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų

klasifikacijos ženklams registruoti 9, 38 ir 41 klasėms ir pagal kiekvieną iš jų atitinka šį aprašymą:

- 9 klasė „moksliniai, jūriniai, geodeziniai, fotografijos, kinematografijos, optiniai, svėrimo, matavimo, signalizavimo, tikrinimo (priežiūros), gelbėjimo bei mokymo prietaisai ir aparatai; elektros praleidimo, perjungimo, transformavimo, akumuliacinio, reguliavimo ir valdymo aparatai ir prietaisai; garso ar vaizdo įrašymo, perdavimo ar atkūrimo aparatūra; magnetinės duomenų laikmenos, įrašų diskai; prekybos automatai ir monetinių aparatų mechanizmai; kasos aparatai, skaičiavimo mašinos, duomenų apdorojimo įrenginiai ir kompiuteriai; gesintuvai“;

- 38 klasė: „Telekomunikacijos“;

- 41 klasė: „Švietimas; mokymas; pramonė; sportinė ir kultūrinė veikla“.

⁴ Ši paraiška buvo paskelbta 2005 m. sausio 10 d. *Bendrijos prekių ženklų biuletenyje* Nr. 2/2005.

⁵ 2005 m. balandžio 4 d. įstojusi į bylą šalis *Medion AG* dėl prašomo įregistruoti prekių ženklo pateikė protestą remdamasi galimybe supainioti Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto (dabar – Reglamento (EB) Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktas) prasme.

- 6 Protestas buvo grindžiamas visomis prekėmis ir paslaugomis, kurioms visų pirma skirtas Vokietijoje registruotas žodinis prekių ženklas LIFE (Nr. 39849644), dėl kurio registracijos paraiška pateikta 1998 m. rugpjūčio 29 d., o prekių ženklas įregistruotas 1999 m. vasario 22 d. 1, 7–11, 16, 21, 28, 37, 38, 41 ir 42 klasių prekėms ir paslaugoms.
- 7 Protestas buvo pateiktas dėl visų prašomu įregistruoti prekių ženklų žymimų prekių ir paslaugų, išskyrus 9 klasei priskiriamus „gesintuvus“ ir 41 klasei priskiriamą „sportinę ir kultūrinę veiklą“.
- 8 2006 m. lapkričio 27 d. Sprendimu Protestų skyrius patenkino protestą motyvuodamas tuo, kad Vokietijos teritorijoje yra galimybė supainioti, kiek tai susiję su visomis prekėmis ir paslaugomis, išskyrus 9 klasei priskiriamus „gelbėjimo prietaisus ir aparatus“ bei „prekybos automatų ir monetinių aparatų mechanizmus“. Manyta, kad jie skyrėsi nuo ankstesniu prekių ženklų žymimų prekių.
- 9 2007 m. sausio 18 d. ieškovė pateikė apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo.
- 10 2007 m. spalio 2 d. Sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) Antroji apeliacinė taryba atmetė apeliaciją. Nustačiusi, kad ieškovė nepateikė jokio argumento, kuris galėtų paneigti vertinimą, kad prašomu įregistruoti prekių ženklų žymimos 9, 38 ir 41 klasių prekės ir paslaugos ir ankstesniu prekių ženklų žymimos prekės ir paslaugos yra tapačios ar panašios, šiuo klausimu Apeliacinė taryba paliko galioti Protestų skyriaus sprendimą. Kaip ir Protestų skyrius, prašomą įregistruoti prekių ženklą Apeliacinė taryba lygino su vienu ankstesnių įstojusios į bylą šalies prekių ženklų, kuriuo buvo žymima daugiausia prekių ir paslaugų ir kuris buvo panašiausias į ieškovės prekių ženklą.

- 11 Dėl nagrinėjamų žymenų palyginimo ginčijamo sprendimo 24 punkte Apeliacinė taryba iš esmės nusprendė, kad žodis „life“ ar jį atitinkantis vokiečių k. žodis „Leben“ negali būti laikomas apibūdinančiu nagrinėjamas prekes ir paslaugas. Minėto sprendimo 25 punkte ji pridūrė, jog mažai tikėtina, kad atitinkama Vokietijos visuomenė anglų k. žodį „life“ susies su ilgaamžiškumu. Dėl ankstesnio prekių ženklų susilpninimo dėl tariamai tuo pačiu metu egzistuojančio didelio panašių prekių ženklų skaičiaus ginčijamo sprendimo 26 ir 27 punktuose (šio sprendimo versijoje anglų k. – 27 ir 28 punktai) Apeliacinė taryba nusprendė, kad šis argumentas nebuvo patvirtintas išrašais iš VRDT Bendrijos prekių ženklų registro, nes kai kurie šių prekių ženklų nebuvo įregistruoti, o kitų registracija panaikinta. Be to, ginčijamo sprendimo 28 punkte (šio sprendimo versijoje anglų k. – 29 punktas) Apeliacinė taryba nurodė, kad 2005 m. spalio 6 d. Sprendime *Medion* (C-120/04, Rink. p. I-8551) Teisingumo Teismas pripažino, jog žodis „life“ turi vidutinį skiriamąjį požymį.
- 12 Dėl žodžio „blog“ ginčijamo sprendimo 30 ir 32 punktuose (šio sprendimo versijoje anglų k. – 31 ir 33 punktai) Apeliacinė taryba nusprendė, kad bendrai pripažinta, jog šis žodis yra „weblog“, kuriuo apibūdinamas nuolat internete atnaujinamas dienoraštis, trumpinys. Ji taip pat patvirtino Protestų skyriaus teiginius, kad aptariamų prekių ir paslaugų, kurios galėjo apimti su internetu susijusias prekes ir paslaugas, dalies atžvilgiu žodis „blog“ buvo „gana silpnas“, nes paprastas su informacinėmis technologijomis susijusių prekių ir paslaugų vartotojas jį susietų su šių prekių ir paslaugų požymiais.
- 13 Dėl kitų prekių ir paslaugų ginčijamo sprendimo 32 punkte (šio sprendimo versijoje anglų k. – 33 punktas) Apeliacinė taryba nusprendė, kad priimdama sprendimą dėl to paties žymens LIFE ir žymens THOMSON LIFE, Teisingumo Teismas nustatė, kad yra galimybė supainioti. Kadangi Teisingumo Teismas padarė šią išvadą nagrinėdamas atvejį, kai elementas „life“ buvo naudojamas antroje vietoje, ir taip pat buvo kalbama apie elektros prekes, su žodžiu „blog“ susijęs „stiprumas“ ar „silpnumas“ neturėtų daryti reikšmingos įtakos galutinei išvadai.

— priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

16 VRDT ir įstojusi į bylą šalis Bendrojo Teismo prašo:

— atmesti ieškinį,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl antrojo ir trečiojo reikalavimų priimtinumą

Šalių argumentai

17 VRDT teigia, kad antrasis ir trečiasis ieškovės reikalavimai, t. y. reikalavimai, susiję su protesto atmetimu ir prašomo įregistruoti prekių ženklo registracija, yra nepriimtini, nes tai – įpareigojimai.

Bendrojo Teismo vertinimas

18 Reikia priminti, kad pagal nusistovėjusią teismų praktiką Bendrijos teisme pateikus ieškinį dėl VRDT Apeliacinės tarybos sprendimo pagal Reglamento Nr. 40/94 63 straipsnio 6 dalį (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 65 straipsnio 6 dalis) VRDT

turi imtis būtinų priemonių minėto teismo sprendimui įvykdyti. Todėl Bendrasis Teismas neturi įpareigoti VRDT to daryti (2001 m. sausio 31 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Mitsubishi HiTec Paper Bielefeld prieš VRDT (Giroform)*, T-331/99, Rink. p. II-433, 33 punktas ir 2008 m. vasario 14 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Orsay prieš VRDT – Jiménez Arellano (O orsay)*, T-39/04, 15 punktas).

- 19 Todėl trečiąjį ieškovės reikalavimą, kuriuo siekiama, kad Bendrasis Teismas įpareigotų VRDT įregistruoti prašomą prekių ženklą, reikia atmesti kaip nepriimtina.
- 20 Kalbant apie antrąjį reikalavimą, užtenka pabrėžti, kad jis nagrinėtinas tik tuo atveju, jeigu būtų patenkintas prašymas panaikinti ginčijamą sprendimą.

Dėl pirmą kartą tik Bendrajame Teisme pateiktų dokumentų priimtinumų

Šalių argumentai

- 21 VRDT ir įstojusi į bylą šalis teigia, kad ieškinio priedai A 1–A 4, pateikti norint įrodyti, kad rinkoje koegzistuoja keletas prekių ženklų, kuriuose vartojamas žodis „life“, nebuvo pateikti vykstant administracinei procedūrai VRDT, todėl juos reikia pripažinti nepriimtiniais.

Bendrojo Teismo vertinimas

- 22 Reikia priminti, kad Bendrajame Teisme pateiktu ieškiniu siekiama atlikti VRDT apeliacinių tarybų sprendimų teisėtumo kontrolę Reglamento Nr. 40/94 63 straipsnio prasme. Todėl Bendrasis Teismas neturi iš naujo vertinti faktinių aplinkybių, remdamasis pirmą kartą jam pateiktais įrodymais (2004 m. vasario 18 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Koubi prieš VRDT – Flabesa (CONFORFLEX)*, T-10/03, Rink. p. II-719, 52 punktas ir 2005 m. spalio 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Éditions Albert René prieš VRDT – Orange (MOBILIX)*, T-336/03, Rink. p. II-4667, 15 ir 16 punktai).
- 23 Šiuo atžvilgiu reikia pabrėžti, kad vykstant procedūrai VRDT ieškovė rėmėsi argumentu, jog koegzistuojant keliems ankstesniems prekių ženklams buvo galima įrodyti tam tikrą žodžio „life“ „susilpninimą“ (žr. ginčijamo sprendimo 11, 23 ir 27 punktus (šio sprendimo versijoje anglų k. – 11, 23 ir 28 punktai)), tačiau ji turėjo pateikti šiuos argumentus pagrindžiančius dokumentus VRDT.
- 24 Iš to matyti, jog norint įrodyti, kad rinkoje koegzistuoja keletas prekių ženklų, kuriuose vartojamas žodis „life“, pateiktus ieškinio priedus A 1–A 4, kurie nebuvo pateikti vykstant procedūrai VRDT, reikia pripažinti nepriimtinais.

Dėl anksčiau VRDT pateiktų argumentų ir įrodymų priimtimumo

Šalių argumentai

- 25 VRDT konstatuoja, kad ieškinyje ieškovės daroma bendra nuoroda į dokumentus, pateiktus vykstant procedūrai VRDT, neatitinka reikalavimų pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 44 straipsnio 1 dalies c punktą. Todėl ieškovės argumentai dėl ankstesniam prekių ženklui būdingo skiriamąjo požymio laipsnio ir tarp nagrinėjamų prekių ženklų esančių skirtumų yra nepriimtini.

Bendrojo Teismo vertinimas

- 26 Reikia priminti, kad pagal Procedūros reglamento 44 straipsnio 1 dalį ieškinyje turi būti pateikta pagrindų santrauka. Pagal teismų praktiką tokia informacija turi būti pakankamai aiški bei tiksli, kad atsakovė galėtų pasirengti gynybai, o Bendrasis Teismas – priimti sprendimą dėl ieškinio, prireikus nereikalaudamas pateikti kitos patvirtinančios informacijos (žr. 2004 m. balandžio 21 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Concept prieš VRDT (ECA)*, T-127/02, Rink. p. II-1113, 17 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).
- 27 Be to, nors ieškinio turinys specifiniais klausimais gali būti paremtas ir papildytas pateikiant nuorodą į prie jo pridėtų dokumentų ištraukas, bendroji nuoroda į kitus dokumentus, net jeigu jie pridėti prie ieškinio, negali kompensuoti pagrindinių teisinės argumentacijos elementų nebuvimo, kurie pagal minėtą nuostatą turi būti nurodyti ieškinyje (žr. šio sprendimo 26 punkte minėto sprendimo *ECA* 18 punktą ir nurodytą teismo praktiką).

28 Nagrinėjamu atveju visų pirma dėl nagrinėjamų žymenų panašumų ir skirtumų ieškinyje (29 punktas) ieškovė tik nurodė, kad:

„Ieškovė nepateiks paaiškinimų dėl tarp aptariamų prekių ženklų esančių skirtumų ir panašumų, nes jie akivaizdūs ir detalai išnagrinėti ankstesnėje procedūros stadijoje. Todėl laikydamosi reikalavimo dėl didžiausio galimų puslapių skaičiaus ieškovė daro nuorodą į VRDT ir Apeliacinei tarybai pateiktus argumentus ir įrodymus.“

29 Taigi ieškovė nenurodo nei specifinių ieškinio punktų, kuriuos norėtų papildyti darydama šią nuorodą, nei dokumentų, kuriuose būtų pateikti galimi argumentai.

30 Šiomis aplinkybėmis Bendrasis Teismas šiuose dokumentuose ir prieduose neturi ieškoti argumentų, į kuriuos ieškovė galėjo daryti nuorodą, ir neturi jų nagrinėti, nes tokie argumentai nepriimtini.

31 Antra, kalbant apie su ankstesnio prekių ženklo skiriamaisiais požymiais susijusius argumentus, reikia konstatuoti, kad nors ieškinio 28 punkte ieškovė darė nuorodą į VRDT pateiktus argumentus ir įrodymus, ji, ypač ieškinio 22–27 punktuose, pateikė argumentus minėto prekių ženklo silpniems skiriamiesiems požymiams pagrįsti. Būtent remdamasis šiais argumentais Bendrasis Teismas nagrinės dėl ginčijamo sprendimo pateiktą kritiką.

32 Tačiau dėl tų pačių priežasčių, kaip antai nurodytos šio sprendimo 26–30 punktuose, Bendrasis Teismas neturi nagrinėti „VRDT ir Apeliacinei tarybai pateiktų argumentų ir įrodymų“ (ieškinio 28 punktas), kurie nebuvo nurodyti ar patikslinti ieškinyje.

Dėl prašymo panaikinti ginčijamą sprendimą

Šalių argumentai

33 Ieškovė remiasi vieninteliu ieškinio pagrindu, susijusiu su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu.

34 Ji tvirtina, kad remdamasi šio sprendimo 11 punkte minėtu sprendimu *Medion* Apeliacinė taryba padarė klaidą, nes, jos teigimu, nagrinėjamu atveju nėra Teisingumo Teismo nustatytų kumuliacinių sąlygų: ši byla nesusijusi su prekių ženklu, sudarytu iš ankstesnio prekių ženklo ir įmonės pavadinimo, ankstesnis prekių ženklas neturi vidutinių skiriamųjų požymių ir vėlesniame prekių ženkle jis „nėra nepriklausomas“. Ieškovė taip pat nurodo, kad prašomame įregistruoti prekių ženkle žodis „blog“ nėra ieškovės įmonės pavadinimas.

35 Todėl sąvoka prekių ženklas „yra nepriklausomas“ reikštų, kad elementas, kuris nėra bendra nagrinėjamų prekių ženklų dalis, taip pat privalėtų nurodyti prekių ir paslaugų kilmę, nepaisant sudėtinio prekių ženklo. Naują prekių ženklą sujungus su bendrovės pavadinimu sudėtinis žymuo sudarytų įspūdį, kad jis susijęs su tam tikra bendrovės prekių ir paslaugų asortimentui priklausančia prekių rūšimi. Ieškovės teigimu, tinkamai pagal Bendrojo Teismo praktiką norint nustatyti, kad yra galimybė supainioti, reikia, kad ankstesnį prekių ženklą sudarantis elementas būtų dominuojantis prašomo įregistruoti prekių ženklo elementas, o taip nėra žodžio „life“ prašomame įregistruoti prekių ženkle atveju; šis žodis, kaip teigia ieškovė, išsiskiria mažiau nei žodis „blog“.

36 Be to, ieškovė nurodo, kad, viena vertus, priešingai nei nusprendė Apeliacinė taryba, kuri nurodė, kad ankstesnis prekių ženklas turi vidutinį skiriamąjį požymį, šis prekių ženklas yra „silpnas“ ir kad, kita vertus, šio sprendimo 11 punkte minėtame sprendime *Medion* Teisingumo Teismas negalėjo atlikti tokio vertinimo, nes tai buvo sprendimas

dėl prašymo priimti prejudicinį sprendimą. Taip pat ji nurodo, kad ankstesnio prekių ženklų skiriamuosius požymius turi įvertinti Apeliacinė taryba.

37 Pagaliau ieškovė tvirtina, kad ankstesnį prekių ženklą sudarantis elementas yra labai plačiai aptariamame sektoriuje vartojamas žodis ir kad jis, kiek tai susiję su prekėmis ir atitinkamais vartotojais, koegzistuoja rinkose.

38 VRDT ir įstojusi į bylą šalis prašo šį ieškinio pagrindą atmesti.

Bendrojo Teismo vertinimas

39 Pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktą ankstesnio prekių ženklų savininkui užprotestavus prašomas įregistruoti prekių ženklas neregistruojamas, jeigu „dėl savo panašumo į ankstesnį prekių ženklą ar tapatumo jam arba dėl prekių ar paslaugų, kurioms prekių ženklai yra skirti, panašumo ar tapatumo yra galimybė suklaidinti visuomenę toje teritorijoje, kurioje ankstesnis prekių ženklas yra apsaugotas; suklaidinimo galimybė apima ir galimybę sieti su ankstesniu prekių ženklą“.

40 Be to, pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktis) ankstesni prekių ženklai reiškia prekių ženklus, įregistruotus valstybėje narėje, kurių paraiškos įregistruoti padavimo data yra ankstesnė už Bendrijos prekių ženklų paraiškos padavimo datą.

- 41 Pagal nusistovėjusią teismų praktiką galimybę supainioti sudaro galimybė, kad visuomenė gali manyti, jog nagrinėjamos prekės ar paslaugos pagamintos arba suteiktos tos pačios įmonės arba ekonomiškai susijusių įmonių (žr. 2008 m. rugsėjo 10 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Boston Scientific prieš VRDT– Terumo (CAPIO)*, T-325/06, 70 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką; taip pat pagal analogiją žr. 1998 m. rugsėjo 29 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Canon*, C-39/97, Rink. p. I-5507, 29 punktą ir 1999 m. birželio 22 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, Rink. p. I-3819, 17 punktą).
- 42 Be to, nustatyta, kad galimybė suklaidinti visuomenę turi būti visapusiškai vertinama atsižvelgiant į visus konkrečiam atvejui svarbius veiksnius (žr. šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *CAPIO* 71 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką; taip pat pagal analogiją žr. 1997 m. lapkričio 11 d. Teisingumo Teismo sprendimo *SABEL*, C-251/95, Rink. p. I-6191, 22 punktą; šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *Canon* 16 punktą ir šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 18 punktą).
- 43 Toks visapusis vertinimas reiškia, jog tarp veiksmų, į kuriuos atsižvelgiama, būtent tarp prekių ženklų panašumo ir žymimų prekių ar paslaugų panašumo, egzistuoja tam tikra tarpusavio priklausomybė. Mažą žymimų prekių ar paslaugų panašumo laipsnį gali kompensuoti didelis prekių ženklų panašumo laipsnis, ir atvirkščiai (2007 m. rugsėjo 13 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Il Ponte Finanziaria prieš VRDT*, C-234/06 P, Rink. p. I-7333, 48 punktas; 2002 m. spalio 23 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Matratzen Concord prieš VRDT – Hukla Germany (MATRATZEN)*, T-6/01, Rink. p. II-4335, 25 punktas; taip pat pagal analogiją žr. šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *Canon* 17 punktą). Šių veiksmų tarpusavio priklausomybė nurodyta Reglamento Nr. 40/94 septintoje konstatuojamojoje dalyje (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 aštunta konstatuojamoji dalis), pagal kurią panašumo sąvoka turi būti aiškinama ją siejant su galimybe supainioti, kurios vertinimas priklauso nuo daugelio veiksmų, ypač nuo prekių ženklo žinomumo rinkoje, galimo susiejimo su naudojamu ar registruotu žymeniu, prekių ženklo ir žymens bei žymimų prekių ar paslaugų panašumo laipsnio (žr. šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *CAPIO* 72 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką).
- 44 Be to, visapusis vertinimas, kiek jis susijęs su vizualiu, fonetiniu ar konceptualiu žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumu, turi būti pagrįstas bendru jų daromu įspūdžiu, atsižvelgiant į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus. Iš tikrųjų iš

Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto formuluotės, pagal kurią „yra galimybė suklaidinti visuomenę“, matyti, kad tai, kaip paprastas nagrinėjamų prekių ir paslaugų rūšies vartotojas suvokia prekių ženklą, yra lemiamas kriterijus visapusiškai vertinant galimybę supainioti. Paprastas vartotojas prekių ženklą dažniausiai suvokia kaip visumą ir nenagrinėja įvairių jo detalių (žr. šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *CAPIO* 73 punktą ir jame nurodytą teismo praktiką; taip pat pagal analogiją žr. šio sprendimo 42 punkte minėto sprendimo *SABEL* 23 punktą).

45 Visapusio galimybės supainioti vertinimo tikslais paprastas atitinkamų prekių vartotojas laikomas pakankamai informuotu ir protingai pastabiu bei nuovokiu. Be to, reikia atsižvelgti į tai, kad paprastas vartotojas tik retai turi galimybę tiesiogiai palyginti įvairius prekių ženklus ir jam tenka pasikliauti netobulai prisimenamu jų vaizdu. Reikia atsižvelgti ir į aplinkybę, kad paprasto vartotojo pastabumo lygis gali kisti pagal nagrinėjamą prekių ar paslaugų kategoriją (2002 m. spalio 23 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Oberhauser prieš VRDT – Petit Liberto (Fifties)*, T-104/01, Rink. p. II-4359, 28 punktas ir 2004 m. birželio 30 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *BMI Bertoldo prieš VRDT – Diesel (DIESELIT)*, T-186/02, Rink. p. II-1887, 38 punktas; taip pat pagal analogiją žr. šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *Lloyd Schuhfabrik Meyer* 26 punktą).

46 Nagrinėjamu atveju ankstesnis prekių ženklas yra Vokietijoje įregistruotas nacionalinis prekių ženklas, dėl kurio priimtas ginčijamas sprendimas. Todėl, kaip ginčijamo sprendimo 21 punkte konstatavo Apeliacinė taryba, turi būti nagrinėjama atsižvelgiant tik į Vokietijos teritoriją.

47 Taip pat nustatyta, kad, kaip teisingai ginčijamo sprendimo 21 punkte nurodė Apeliacinė taryba, atitinkamą visuomenę sudaro paprastas Vokietijos vartotojas, kuris laikomas pakankamai informuotu ir protingai pastabiu bei nuovokiu. Tačiau kai kurios iš šių prekių gali būti brangiai kainuojantys produktai, ir visuomenė tam tikrai skirs daugiau dėmesio. Šiems teiginiams, kurių šalys neginčijo, reikia pritarti.

- 48 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia patikrinti Apeliacinės tarybos atliktą galimybės supainioti žymenis, dėl kurių kilo ginčas, vertinimą.

Dėl prekių ir paslaugų panašumo

- 49 Šiuo atžvilgiu pakanka konstatuoti, kad pozicijai, kurios ginčijamo sprendimo 18 punkte, kur daroma nuoroda į Protestų skyriaus analizę, laikėsi Apeliacinė taryba, reikia pritarti, nes pastebėta, kad, kiek tai susiję su aptariamų prekių ir paslaugų tapatumu ar panašumu, ieškovė nepateikė jokie prieštaravimo dėl ginčijamo sprendimo.

Dėl žymenų panašumo

- 50 Kaip jau nurodyta šio sprendimo 44 punkte, visapusiš galimybės supainioti vertinimas, kiek jis susijęs su vizualiu, fonetiniu ar konceptuali nagrinėjamų prekių ženklų panašumu, turi būti pagrįstas bendru jų daromu išpūdžiu, atsižvelgiant į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus (žr. 2003 m. spalio 14 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Phillips-Van Heusen prieš VRDT – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)*, T-292/01, Rink. p. II-4335, 47 punktą ir šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *CAPIO* 88 punktą bei jame nurodytą teismo praktiką; pagal analogiją žr. šio sprendimo 42 punkte minėto sprendimo *SABEL* 23 punktą).
- 51 Taip pat iš teismo praktikos matyti, kad du prekių ženklai yra panašūs, jeigu atitinkamos visuomenės požiūriu jie tapatūs bent iš dalies vienu ar keliais svarbiais aspektais (šio sprendimo 43 punkte minėto sprendimo *MATRATZEN* 30 punktą ir šio sprendimo 41 punkte minėto sprendimo *CAPIO* 89 punktą; taip pat pagal analogiją žr. šio sprendimo 42 punkte minėto sprendimo *SABEL* 23 punktą).

- 52 Ginčijamo sprendimo 35 punkte (šio sprendimo versijoje anglų k. – 36 punktas) Apeliacinė taryba nusprendė, kad remiantis visapusišku vertinimu nagrinėjami prekių ženklai yra panašūs. Šiam vertinimui reikia pritarti.
- 53 Šiuo atžvilgiu reikia priminti, kad lyginami žymenys yra LIFE ir LIFE BLOG.
- 54 Visų prama, kalbant apie vizualų palyginimą, reikia konstatuoti, kad prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro du didžiosiomis raidėmis iš viso naudojant 8 raides parašyti žodžiai. Ankstesnį prekių ženklą sudaro vienas taip pat didžiosiomis raidėmis iš viso naudojant 4 raides parašytas žodis. Tačiau šiuos skirtumus kompensuoja tai, kad žodis „life“ yra bendras abiem žymenims ir jis tiksliai pakartoja ankstesnį prekių ženklą.
- 55 Žymenys, dėl kurių kilo ginčas, taip pat iš dalies vizualiai panašūs dėl to, kad ankstesnį prekių ženklą sudarantis elementas yra pirmasis prašomą įregistruoti prekių ženklą sudarantis elementas. Be to, atsižvelgiant į tai, kad abu prekių ženklai yra žodiniai, jie įrašyti nestilingai vizualaus panašumo vertinimo tikslais. Taigi paprastas vartotojas, kuriam tenka pasikliauti netobulai prisimenamu prekių ženklų vaizdu, gali nagrinėjamus prekių ženklus vizualiai supainioti (šiuo klausimu žr. 2005 m. gegužės 4 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Reemark prieš VRDT – Bluenet (Westlife)*, T-22/04, Rink. p. II-1559, 34 punktą).
- 56 Antra, kalbant apie fonetinį palyginimą, reikia pabrėžti, kad prašomas įregistruoti prekių ženklas sudarytas iš dviejų žodžių, o ankstesnis prekių ženklas – iš vieno. Taigi abu žymenys tariami skirtingai. Tačiau dėl prašomo įregistruoti prekių ženklą pirmojo žodžio tapatumo su vieninteliu ankstesnio prekių ženklą žodžiu, kurie tariami vienodai, yra tam tikras fonetinis abiejų žymenų, vertinamų bendrai, panašumas (šiuo klausimu žr. 2007 m. rugsėjo 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *La Mer Technology prieš VRDT – Laboratoires Goëmar (LA MER)*, T-418/03, 123 punktą).

- 57 Trečia, kalbant apie konceptualų palyginimą, reikia konstatuoti, kad, kiek tai susiję su žodžiu „life“, jis yra bendrinės anglų k. žodis, kurį paprasta germanofonų visuomenė gali lengvai suprasti. Šį žodį „life“ susiejus su visomis aptariamomis prekėmis ir paslaugomis, juo labiau daroma nuoroda į sąvoką „gyvenimas“ (life), o ne į minėtų prekių ar paslaugų gyvavimo laikotarpį. Toks pats konceptualus turinys yra ir prašomame įregistruoti prekių ženkle, kuriuo, bent jau tų, kurie suvokia žodžio „blog“ prasmę, supratimu, daroma nuoroda į dienoraštį internete.
- 58 Reikia konstatuoti, kad, kaip pabrėžė VRDT, papildomas prašomame įregistruoti prekių ženkle pridėtas žodis „blog“ negali pakeisti nuorodos į „gyvenimo“ (life) sampratą, kuri bendra abiem žymenims ir kuri negali būti laikoma mažai svarbia ar net nereikšminga, todėl tarp nagrinėjamų žymenų yra tam tikras konceptualus panašumas.

Dėl galimybės supainioti

- 59 Primintina, kad yra galimybė supainioti, jeigu vienu metu nagrinėjamų prekių ženklų panašumo laipsnis ir šiais prekių ženklais žymimų prekių ar paslaugų panašumo laipsnis pakankamai didelis (šio sprendimo 43 punkte minėto sprendimo *MATRATZEN* 45 punktas).
- 60 Šiuo atžvilgiu, net jeigu iš tikrųjų paprastai vartotojas skiria daugiau dėmesio žodžių pradžiai, nes ji ištariama stipriau (šiuo klausimu žr. 2008 m. vasario 27 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Citigroup prieš VRDT – Link Interchange Network (WORLDBANK)*, T-325/04, 82 punktą), reikia konstatuoti, kad neatrodo, jog kuris nors iš dviejų elementų „life“ ir „blog“ būtų dominuojantis nagrinėjamu atveju prašomame įregistruoti prekių ženkle. Šiuo atžvilgiu būtų nenatūralu teigti, kad žodis „life“ yra dominuojantis, nes jis yra pirmasis prašomo įregistruoti prekių ženklo elementas, tačiau taip pat nėra jokio pagrindo laikyti dominuojančiu elementą „blog“ (šiuo klausimu žr. šio sprendimo 55 punkte minėto sprendimo *Westlife* 36 punktą).

- 61 Be to, reikia pridurti, kad, viena vertus, negalima pagrįstai teigti, jog žodis „life“ kaip nors apibūdina nurodytas prekes ir paslaugas.
- 62 Kita vertus, kiek tai susiję su žodžiu „blog“, reikia daryti skirtumą pagal nagrinėjamas prekes ir paslaugas. Vartojamas su informacija susijusioms prekėms ar informacinėms paslaugoms arba telekomunikacijų srityje žodis „blog“ turi būti laikomas turinčiu ribotą skiriamąjį požymį, atsižvelgiant į tai, kad šioje srityje šį žodį netgi paprastas minėtų prekių ar paslaugų Vokietijos vartotojas supranta kaip darantį nuorodą į dienoraštį internete (weblog). Šioje srityje žodis „life“, palyginti su žodžiu „blog“, turės ryškesnį skiriamąjį pobūdį.
- 63 Tačiau, kiek tai susiję su visomis kitomis prekėmis ar paslaugomis, nepasižyminčiomis su informacija ar telekomunikacijomis susijusiu elementu ir kurių atžvilgiu žodis „blog“ nieko nereiškia, reikia konstatuoti, kad nė vienas iš dviejų elementų – nei „life“, nei „blog“ – aiškiai neišsiskiria kaip elementas, kuris turėtų ryškiausią skiriamąjį pobūdį. Tačiau, kaip tiksliai nurodė VRDT, ryškesnį būdingą žodžio „blog“ skiriamojo požymio laipsnį, darant prielaidą, kad jis nustatytas, šiek tiek kompensuotą aplinkybę, kad žodis „life“ yra žymens pradžioje, o visuomenė paprastai sutelkia dėmesį į prašomo įregistruoti žymens pradžią.
- 64 Šiuo atveju šio sprendimo 49 punkte konstatuota, kad nagrinėjamos prekės ir paslaugos iš dalies tapačios ir iš dalies panašios. Be to, atsižvelgiant į šio sprendimo 60–63 punktuose pateiktus teiginius, dėl žymenų, dėl kurių kilo ginčas, sukkelto bendro įspūdžio jie gali atrodyti pakankamai panašūs, kad suklaidintų vartotoją. Net darant prielaidą, jog atitinkama visuomenė, įskaitant tą, kuri yra atidesnė, gali skirti ginčijamus

žymenis, vis dėlto, kaip pabrėžė VRDT, ji gali būti paskatinta manyti, kad prekių ženklai priklauso tai pačiai įmonei arba ekonomiškai susijusioms įmonėms, kurias identifikuoja žodis „life“.

- 65 Iš šio sprendimo 60 punkto matyti, kad nėra pagrindo teigti, jog šiuo atveju prašomame įregistruoti prekių ženkle žodis „life“ bus akcentuojamas silpniau nei žodis „blog“. Nagrinėjamu atveju aišku, kad tarp dviejų nagrinėjamų žymenų esančio skirtumo, susijusio su paskutiniu prašomo įregistruoti prekių ženklo žodžiu, neužtenka tam, kad būtų kompensuotas panašumas, nustatytas tarp vieno iš dviejų prašomo įregistruoti prekių ženklo elementų ir vienintelio ankstesnį prekių ženklą sudarančio elemento.
- 66 Be to, reikia pabrėžti, kad nors nagrinėjamu atveju egzistuoja realus konceptualus skirtumas tarp žymenų, jo negalima laikyti suteikiančiu galimybę nuslopinti anksčiau nustatytą vizualų ir fonetinį panašumą (šiuo klausimu žr. 2008 m. gruodžio 18 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Éditions Albert René prieš VRDT*, C-16/06 P, 98 punktą).
- 67 Galiausiai ieškovė negalėjo įrodyti, kad ankstesnio prekių ženklo skiriamasis požymis susilpnėjo, nes nebuvo pateikta įrodymų, kad prekių ženklai, kuriuose yra žodis „life“, koegzistuoja.
- 68 Šiuo atžvilgiu reikia priminti, kad iš tikrųjų negalima visiškai neatsižvelgti į tai, kad tam tikrais atvejais ankstesnių prekių ženklų koegzistavimas rinkoje gali tariamai sumažinti VRDT instancijų patvirtintą dviejų prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, supainiojimo galimybę. Tačiau į tokią galimybę atsižvelgiama tik tada, jeigu bent jau per su santykiniais atmetimo pagrindais susijusią procedūrą VRDT Bendrijos prekių ženklo paraišką pateikęs asmuo tinkamai įrodė, kad minėtas koegzistavimas grindžiamas tuo,

jog nėra galimybės, kad visuomenė supainios ankstesnius prekių ženklus, kuriais jis remiasi, su įstojusios į bylą šalies ankstesniu prekių ženklu, kuriuo grindžiamas protestas, ir jei nagrinėjami ankstesni prekių ženklai ir prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra tapatūs (žr. 2007 m. lapkričio 7 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *NV Marly prieš VRDT – Erdal (Top iX)*, T-57/06, 97 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).

69 Tačiau nagrinėjamu atveju reikia konstatuoti, kad, kaip ginčijamo sprendimo 27 punkte (šio sprendimo versijoje anglų k. – 28 punktas) teisingai pabrėžė Apeliacinė taryba, nebuvo pateikta įrodymų, jog rinkoje koegzistuojantys įregistruoti prekių ženklai yra tapatūs. Be to, ieškovė bet kuriuo atveju neįrodė, kad minėtas koegzistavimas grindžiamas tuo, jog nėra galimybės supainioti (2005 m. gegužės 11 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Grupo Sada prieš VRDT – Sadia (GRUPO SADA)*, T-31/03, Rink. p. II-1667, 87 punktas).

70 Taip pat reikia priminti, kad net tuo atveju, kai yra ankstesnis prekių ženklas, turintis silpną skiriamąjį požymį, ir prašomas įregistruoti prekių ženklas, atvaizduojantis ne visą šį ankstesnį prekių ženklą, galimybė supainioti vis tiek gali egzistuoti, be kita ko, dėl nagrinėjamų žymenų ir jais žymimų prekių ar paslaugų panašumo (2006 m. balandžio 27 d. Teisingumo Teismo nutarties *L'Oréal prieš VRDT*, C-235/05 P, 53 punktas).

71 Iš to matyti, kad, įvertinus kumuliatyviai, nagrinėjamų prekių ženklų panašumo laipsnis ir jais žymimų prekių ir paslaugų tapatumas ar panašumo laipsnis yra pakankamai

ryškūs. Todėl Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad suinteresuotosios visuomenės požiūriu egzistavo galimybė supainioti nagrinėjamus žymenis.

- 72 Taigi atsižvelgiant į ginčijamo sprendimo 33 punkte (šio sprendimo versijoje anglų k. – 34 punktas) pateiktą Apeliacinės tarybos išvadą ir nesant reikalo nagrinėti, kiek svarbu yra tai, kad Apeliacinė taryba rėmėsi būtent šio sprendimo 11 punkte minėtu sprendimu *Medion*, motyvuojant tuo, kad elementas „blog“ nėra nei prekių ženklas, nei žinomos bendrovės pavadinimas, reikia konstatuoti, kad turi būti pritarta Apeliacinės tarybos analizei, susijusiai su galimybės supainioti vertinimu, atsižvelgiant į nagrinėjamų prekių bei paslaugų ir žymenų panašumą.
- 73 Be to, pagal teismų praktiką, jeigu sudėtinį prekių ženklą sudaro vieno elemento ir kito prekių ženklo junginys, pastarasis prekių ženklas, net jeigu jis nėra dominuojantis elementas sudėtiniame prekių ženkle, gali išlaikyti nepriklausomą išskirtinę poziciją sudėtiniame prekių ženkle. Tokiu atveju sudėtinis prekių ženklas ir minėtas prekių ženklas gali būti laikomi panašiais (2008 m. gruodžio 2 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Harman International Industrines prieš VRDT – Becker (Barbara Becker)*, T-212/07 37 punktas; taip pat žr. 11 punkte minėto sprendimo *Medion* 30 ir 37 punktus). Nagrinėjamu atveju reikia konstatuoti, kad, atsižvelgiant į išdėstytas aplinkybes, prašomame įregistruoti prekių ženkle elementas „life“ išlaiko nepriklausomą išskirtinę poziciją.
- 74 Todėl vienintelį ieškinio pagrindą, susijusį su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu, reikia atmesti kaip nepagrįstą. Taip pat reikia atmesti visą ieškinį, ir nėra reikalo nagrinėti, ar antrasis ieškovės reikalavimas, kuriuo Bendrojo Teismo prašoma atmesti įstojusios į bylą šalies protestą, yra priimtinas (šiuo klausimu žr. 2008 m. gegužės 22 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *NewSoft Technology prieš VRDT – Soft (Presto! Bizcard Reader)*, T-205/06, 70 punktą).

Dėl bylinėjimosi išlaidų

75 Pagal Procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to reikalavo. Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti bylinėjimosi išlaidas pagal VRDT ir įstojusios į bylą šalies pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (aštuntoji kolegija)

nusprendžia:

1. Atmesti ieškinį.

2. Priteisti iš *Nokia Oyj* bylinėjimosi išlaidas.

Martins Ribeiro

Wahl

Dittrich

Paskelbta 2010 m. sausio 20 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Parašai.