

BENDROJO TEISMO (ketvirtoji kolegija) SPRENDIMAS

2011 m. vasario 8 d.*

Byloje T-194/09

Lan Airlines, SA, įsteigta Renkoje (Čilė), atstovaujama advokatų E. Armijo Chávarri ir A. Castán Pérez-Gómez,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovaujamą M. Ó. Mondéjar Ortuño,

atsakovę,

kita procedūros VRDT apeliacinėje taryboje šalis:

Air Nostrum, Líneas Aéreas del Mediterráneo, SA, įsteigta Manisese (Ispanija),

* Proceso kalba: ispanų.

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2009 m. vasario 19 d. VRDT ketvirtosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 107/2008-4), susijusio su protesto procedūra tarp *Lan Airlines, SA* ir *Air Nostrum, Líneas Aéreas del Mediterráneo, SA*,

BENDRASIS TEISMAS (ketvirtoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkė I. Pelikánová, teisėjai K. Jürimäe (pranešėjas) ir M. van der Woude,

kancleris E. Coulon,

susipažinęs su 2009 m. gegužės 13 d. Teismo kanceliarijoje pateiktu ieškiniu,

susipažinęs su 2009 m. rugsėjo 10 d. Teismo kanceliarijoje pateiktu atsakymu į ieškinį,

susipažinęs su 2009 m. lapkričio 30 d. Teismo kanceliarijoje pateiktu dubliku,

atsižvelgęs į tai, kad nė viena šalis per mėnesį po to, kai buvo pranešta apie rašytinės proceso dalies pabaigą, nepateikė prašymo surengti teismo posėdį ir todėl, vadovaudamasis teisėjo pranešimu ir taikydamas Teismo procedūros reglamento 135a straipsnį, nusprendęs priimti sprendimą be žodinės proceso dalies,

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

- 1 2005 m. birželio 14 d. *Air Nostrum, Líneas Aéreas del Mediterráneo, SA*, remdamasi iš dalies pakeistu 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 ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT) paraišką įregistruoti Bendrijos prekių ženklą.
- 2 Prekių ženklas, kurio registracijos buvo prašoma, yra žodinis žymuo LINEAS AEREAS DEL MEDITERRANEO LAM.
- 3 Paslaugos, kurioms buvo prašoma registracijos, priklauso peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklams registruoti 39 klasei ir atitinka tokią aprašymą: „Gabenimas; prekių pakavimas ir sandėliavimas; kelionių rengimas“.

- 4 Bendrijos prekių ženklų paraiška buvo paskelbta 2005 m. lapkričio 21 d. *Bendrijos prekių ženklų biuletenyje* Nr. 47/2005.
- 5 2006 m. vasario 20 d. ieškovė *Lan Airlines, SA* pagal Reglamento Nr. 40/94 42 straipsnį (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 41 straipsnis) pateikė protestą dėl prašomo prekių ženklų registracijos šio sprendimo 3 punkte nurodytoms paslaugoms.
- 6 Protestas buvo grindžiamas šiomis ankstesnėmis teisėmis:
 - ankstesniu žodiniu prekių ženklu LAN, kuris 2004 m. gruodžio 17 d. kaip Bendrijos prekių ženklas buvo įregistruotas Nr. 3350899,
 - žemiau pateikiamu ankstesniu vaizdiniu spalvotu prekių ženklu, kuris 2005 m. rugpjūčio 4 d. kaip Bendrijos prekių ženklas buvo įregistruotas Nr. 3694957:



- 7 Ankstesni prekių ženklai buvo įregistruoti 35, 39 ir 43 klasių prekėms ir paslaugoms – žodinio prekių ženklo atveju ir 39 klasės paslaugoms – vaizdinio prekių ženklo atveju, kurios pagal kiekvieną iš šių klasių atitiko tokį aprašymą:
 - 35 klasė: „Reklama; komercinis administravimas“;

- 39 klasė: „Keleivių, prekių, dokumentų ir vertybių gabenimo visomis priemonėmis paslaugos; visų rūšių prekių, dokumentų ir vertybių sandėliavimo, saugojimo, kaupimo, pakavimo ir paskirstymo visomis priemonėmis paslaugos; informacijos apie keliones arba prekių gabenimą per tarpininkus teikimo paslaugos; skubaus gabenimo paslaugos“;

 - 43 klasė: „Aprūpinimo maistu ir gėrimais paslaugos; laikino būsto parūpinimas“.
- 8 Protestas buvo grindžiamas visomis ankstesniais prekių ženklais saugomomis prekėmis ir paslaugomis.
- 9 Protestas buvo grindžiamas Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkte (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktas) nurodytu pagrindu.
- 10 2007 m. spalio 30 d. Protestų skyrius atmetė protestą ir iš esmės nusprendė, kad nėra galimybės supainioti nagrinėjamus žymenis.
- 11 2008 m. sausio 2 d. ieškovė, remdamasi Reglamento Nr. 40/94 57–62 straipsniais (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 58–64 straipsniai), pateikė VRDT apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo.
- 12 2009 m. vasario 19 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) VRDT ketvirtoji apeliacinė taryba apeliaciją atmetė. Minėtame sprendime ji iš esmės nusprendė, kad nėra galimybės suklaidinti paprastus vartotojus europiečius, kurie sudaro atitinkamą visuomenę, dėl nagrinėjamų žymenų, nes nors nurodytos paslaugos ir yra tapačios, minėti žymenys, vertinat jų visumą, nėra panašūs.

Šalių reikalavimai

13 Ieškovė Teismo prašo:

- panaikinti ginčijamą sprendimą,
- priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

14 VRDT Teismo prašo:

- atmesti ieškinį,
- priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

- 15 Ieškovė remiasi vieninteliu pagrindu, susijusiu su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu. Iš esmės ji tvirtina, kad yra galimybė, jog atitinkama visuomenė, t. y. paprasti vartotojai ispanai, supainios nagrinėjamus žymenis.
- 16 Pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktą, ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus, prekių ženklas, kurį įregistruoti buvo paduota paraiška, neregistruojamas, jeigu dėl savo panašumo į ankstesnį prekių ženklą ar tapatumo jam arba dėl prekių ar paslaugų, kurioms abu prekių ženklai yra skirti, panašumo ar

tapatumo yra galimybė suklaidinti visuomenę toje teritorijoje, kurioje ankstesnis prekių ženklas yra apsaugotas. Galimybė suklaidinti apima ir galimybę sieti su ankstesniu prekių ženklu.

- 17 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. Remiantis ta pačia teismų praktika, galimybė supainioti turi būti visapusiškai įvertinta atsižvelgiant į tai, kaip atitinkama visuomenė suvokia nagrinėjamus žyminis ir prekes ar paslaugas, ir į visus konkrečiam atvejui būdingus veiksnius, ypač į žyminų panašumo ir jais žymimų prekių ar paslaugų panašumo tarpusavio priklausomybę (žr. 2003 m. liepos 9 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Laboratorios RTB prieš VRDT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS)*, T-162/01, Rink. p. II-2821, 30–33 punktus ir nurodytą teismų praktiką).

Dėl atitinkamos visuomenės

- 18 Pirmiausia, kalbant apie teritorijos, kurioje turi būti atsižvelgiama į atitinkamos visuomenės suvokimą, nustatymą, ieškovė ginčija ginčijamo sprendimo 14 punkte pateiktą Apeliacinę tarybos vertinimą, pagal kurį „atitinkamas suvokimas šiuo atveju yra Europos Bendrijos visuomenės suvokimas“. Jos nuomone, šiuo atveju Apeliacinė taryba turėjo atsižvelgti tik į vartotojų ispanų suvokimą. Ji tvirtina, kad, remiantis teismų praktika, tam, kad būtų atsisakyta registruoti prašomą prekių ženklą, pakanka, kad galimybė supainioti egzistuoūt tik Ispanijos teritorijoje.
- 19 Šiuo atžvilgiu, nors ir tiesa, jog tam, kad būtų atsisakyta registruoti Bendrijos prekių ženklą, pakanka, kad egzistuoūt galimybė suklaidinti vartotojus, esančius vienoje valstybėje narėje, bet kuriuo atveju reikia nurodyti, kad toks vertinimas yra nesvarbus

nustatant atitinkamą visuomenę. Iš tikrųjų pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktą galimybė supainioti turi būti vertinama atsižvelgiant į visuomenę toje teritorijoje, kurioje ankstesnis prekių ženklas yra apsaugotas. Taigi, kadangi ankstesni prekių ženklai yra Bendrijos prekių ženklai, Apeliacinė taryba buvo teisi manydama, kad galimybės supainioti buvimą reikia įvertinti atsižvelgiant į vartotojų, esančių visoje Sąjungos teritorijoje, o ne tik Ispanijos teritorijoje, suvokimą.

- 20 Kalbant, antra, apie atitinkamos visuomenės pastabumo lygį, reikia priminti, kad, remiantis teismų praktika, visapusiškai vertinant galimybę supainioti reikia atsižvelgti į atitinkamų prekių ar paslaugų kategorijos paprastą vartotoją, kuris yra pakankamai informuotas ir protingai pastabus bei nuovokus. Taip pat reikia atsižvelgti į tai, kad paprasto vartotojo pastabumo lygis gali kisti pagal nagrinėjamų prekių ar paslaugų kategoriją (žr. 2007 m. vasario 13 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Mundipharma prieš VRDT – Altana Pharma (RESPICUR)*, T-256/04, Rink. p. II-449, 42 punktą ir nurodytą teismų praktiką).
- 21 Šiuo atveju, nors ieškovė pritaria ginčijamo sprendimo 13 ir 14 punktuose pateiktam Apeliacinės tarybos vertinimui, pagal kurį atitinkamą visuomenę sudaro paprasti vartotojai, kurie yra pakankami informuoti ir protingai pastabūs bei nuovokūs, VRDT prieštarauja šiam vertinimui ir tvirtina, kad atitinkamos visuomenės pastabumo lygis yra didelis ar bent jau didesnis už vidutinį.
- 22 Šiuo atžvilgiu reikia konstatuoti, kaip teisingai pastebi ieškovė, kad tam tikros nagrinėjamais prekių ženklais žymimos paslaugos, kaip antai 39 klasei priskiriamos gabenimo paslaugos, skirtos plačiajai visuomenei perkant internetu gabenimo oro transportu bilietus, kad tam tikrų kryptių atveju bilietai gali kainuoti tik kelis eurus ir kad tokiomis aplinkybėmis šis veiksnys, kaip ir veiksnys, susijęs su skrydžių datomis bei laiku, apsisprendžiant pirkti nusveria veiksnį, susijusį su oro transporto kompanija. Todėl VRDT argumentą, kad įsigyjant minėtas paslaugas atitinkamos visuomenės

pastabumo laipsnis yra aukštesnis už paprasto vartotojo pastabumo laipsnį, reikia at-
mesti kaip nepagrįstą.

- 23 Taigi reikia konstatuoti, kaip tai ginčijamame sprendime padarė Apeliacinė taryba, kad atitinkamą visuomenę sudaro paprasti vartotojai europiečiai, kurie laikomi pakankamai informuotas ir protingai pastabiais bei nuovokiais.

Dėl paslaugų palyginimo

- 24 Kadangi 39 klasei priskiriamos paslaugos, kurioms skirti ankstesni prekių ženklai, apima paslaugas, kurioms skirtas prašomas įregistruoti prekių ženklas, ginčijamo sprendimo 15 ir 32 punktuose Apeliacinė taryba teisingai konstatavo, kad nagrinėjama-
mais prekių ženklais žymimos paslaugos yra tapačios, ir šalys to neginčija.

Dėl žymenų palyginimo

- 25 Remiantis teismų praktika, visapusiš galimybės supainioti vertinimas, kiek jis susijęs su vizualiu, fonetiniu ar konceptuali žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumu, turi būti pagrįstas bendru jų daromu išpūdžiu, atsižvelgiant visų pirma į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus. Tai, kaip paprastas nagrinėjamų prekių ar paslaugų vartotojas suvokia prekių ženklus, yra lemiamas kriterijus visapusiškai vertinant minėtą galimybę supainioti. Šiuo atžvilgiu paprastas vartotojas prekių ženklą paprastai suvokia kaip visumą ir nenagrinėja įvairių jo detalių (žr. 2007 m. birželio 12 d. Teisingumo

Teismo sprendimo *VRDT prieš Shaker*, C-334/05 P, Rink. p. I-4529, 35 punktą ir nurodytą teismų praktiką).

- 26 Vertinant dviejų prekių ženklų panašumą, negali pakakti atsižvelgti tik į vieną sudėtinio prekių ženklo sudedamąją dalį ir ją palyginti su kitu prekių ženklu. Atvirkščiai, nagrinėjamus prekių ženklus reikia lyginti vertinant kiekvieno iš jų visumą, tačiau tai nereiškia, kad tam tikrais atvejais viena ar kelios sudėtinio prekių ženklo sudedamosios dalys negali dominuoti bendrame išpūdyje, kurį jis daro atitinkamai visuomenei (šio sprendimo 25 punkte minėto Sprendimo *VRDT prieš Shaker* 41 punktas ir nurodyta teismų praktika). Panašumas gali būti vertinamas remiantis vien dominuojančiu elementu tik tuomet, jei visos kitos prekių ženklo sudedamosios dalys yra nežymios (šio sprendimo 25 punkte minėto Sprendimo *VRDT prieš Shaker* 42 punktas ir 2007 m. rugsėjo 20 d. Sprendimo *Nestlé prieš VRDT*, C-193/06 P, nepaskelbto Rinkinyje, 42 punktas). Taip visų pirma galėtų būti, kai ši sudedamoji dalis gali viena dominuoti atitinkamos visuomenės atmintyje išlikusiame šio prekių ženklo vaizde, o kitos šio prekių ženklo sudedamosios dalys yra nežymios bendrame jo daromame išpūdyje (minėto Sprendimo *Nestlé prieš VRDT* 43 punktas).
- 27 Be to, niekas nedraudžia to, kad būtų patikrintas žodinio prekių ženklo ir vaizdinio prekių ženklo vizualaus panašumo buvimas, nes šių dviejų prekių ženklų rūšių grafine konfiguracija gali sukurti vizualų išpūdį (žr. 2005 m. gegužės 4 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Chum prieš VRDT – Star TV (STAR TV)*, T-359/02, Rink. p. II-1515, 43 punktą ir nurodytą teismų praktiką).
- 28 Šiuo atveju yra žinoma, kad ankstesnis žodinis prekių ženklas turi tik elementą „lan“ ir kad ankstesnį vaizdinį prekių ženklą sudaro didžiosiomis raidėmis parašytas žodinis elementas „lan“, po kurio eina stilizuota žvaigždė, o prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro žodiniai elementai „lineas aereas del mediterraneo“ ir „lam“.

- 29 Pirmiausia, kalbant apie galimo dominuojančio arba nežymaus elemento, esančio prašomame įregistruoti prekių ženkle, buvimą, pažymėtina, kad ieškovė tvirtina, jog Apeliacinė taryba nenurodė, kad elementas „lam“ dominuoja prašomo įregistruoti prekių ženklo daromame bendrame išpūdyje, o elementas „lineas aereas del mediterraneo“, kurio reikšmę suvoktų vartotojas ispanas, apibūdina nagrinėjamas paslaugas. Todėl ieškovė mano, kad lygindama nagrinėjamus žymenis Apeliacinė taryba neturėjo atsižvelgti į prašomo įregistruoti prekių ženklo dominuojantį elementą „lam“.
- 30 Šiuo atžvilgiu reikia nurodyti, kad nors tiesa, kad paprastai visuomenė prekių ženklą sudarančio apibūdinamojo elemento nelaikytų skiriamuoju elementu, dominuojančiu šio prekių ženklo daromame bendrame išpūdyje, silpnas prekių ženklo elemento skiriamasis požymis nebūtinai reiškia, atsižvelgiant visų pirma į jo dydį arba vietą žymenyje, kad minėtas elementas yra nežymus šio prekių ženklo daromame bendrame išpūdyje.
- 31 Šiuo atveju yra žinoma, kad, kaip ginčijamo sprendimo 22 ir 27 punktuose iš esmės nurodė Apeliacinė taryba, elementas „lineas aereas del mediterraneo“, kurį ispanakalbė atitinkamos visuomenės dalis suvoktų kaip nurodantį Viduržemio jūros regione teikiamas gabenimo oro transportu paslaugas, yra dalies gabenimo paslaugų, kurioms skirtas prašomas įregistruoti prekių ženklas, apibūdinimas, nurodantis geografinę vietą, kurioje šios paslaugos teikiamos. Tačiau, priešingai nei tvirtina ieškovė, vien dėl šio tvirtinimo neturėtų būti manoma, kad minėtas elementas yra nežymus prašomo įregistruoti prekių ženklo daromame bendrame išpūdyje ir kad dėl to žodinis elementas „lam“ jame dominuoja.
- 32 Iš tikrųjų pirmiausia reikia nurodyti, kaip ginčijamo sprendimo 23 punkte iš esmės konstatavo Apeliacinė taryba, kad elementas „lineas aereas del mediterraneo“ gali pritraukti visų atitinkamų vartotojų – ispanakalbių arba ne – dėmesį dėl to, kad, pirma, minėtas elementas prašomame įregistruoti prekių ženkle yra gerokai didesnis už elementą „lam“ ir, antra, šis elementas yra iš karto pastebimas dėl savo buvimo minėto

žymens priekyje. Šiuo atžvilgiu ieškovė tvirtina, jog iš teismų praktikos išplaukia, kad galioja principo, jog paprasto vartotojo dėmesį pritraukia pradinė prekių ženklų dalis, išimtis, tačiau ši argumentą reikia atmesti, nes ieškovė nepateikia konkrečių įrodymų, leidžiančių manyti, kad šiuo atveju Apeliacinės tarybos vertinimas yra klaidingas.

33 Antra, kalbant, visų pirma, apie atitinkamą visuomenę sudarančius ispanakalbius vartotojus, reikia konstatuoti, kaip ginčijamo sprendimo 22 ir 27 punktuose iš esmės manė Apeliacinė taryba, kadangi vartotojas ispanas žodį „lam“ laikytų elemento „lineas aereas del mediterraneo“ santrumpa, tikėtina, kad šį elementą jis įsimintų. Iš tikrųjų, viena vertus, priešingai nei tvirtina ieškovė, minėtas vartotojas gali įsiminti elementą „lineas aereas del mediterraneo“ tiek, kiek minėtas elementas leidžia šiam vartotojui suprasti, kad elementas „lam“ yra iš žodžių „líneas“, „aéreas“ ir „mediterráneo“ pirmųjų raidžių padaryta santrumpa. Kita vertus, kaip pastebi VRDT ir priešingai nei tvirtina ieškovė, kadangi dažnai gabenimo oro transportu paslaugas žymintys prekių ženklai turi žodinių elementų, apibūdinančių minėtas paslaugas ir teritorijas, iš kurių arba į kurias jos dažniausiai yra siūlomos, kaip antai Bendrijos prekių ženklai „American Airlines“, AIR FRANCE arba LINEA AEREA CARGUERA DE COLOMBIA, minėtas vartotojas gali suprasti, kad elementas „lineas aereas del mediterraneo“ identifikuoja gabenimo paslaugą, kurias siūlo konkreti oro transporto kompanija, komercinę kilmę.

34 Todėl reikia konstatuoti, kad elementas „lineas aereas del mediterraneo“ negali būti laikomas neįsivardintu bendrame įspūdyje, kurį prašomas įregistruoti prekių ženklas daro atitinkamai visuomenei, kuri yra ispanakalbė arba ne.

35 Kiti ieškovės pateikti argumentai nėra pakankamai svarūs, kad pakeistų šią išvadą.

- 36 Visų pirma ieškovės argumentas, kad iš 2007 m. spalio 18 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *AMS prieš VRDT – American Medical Systems (AMS Advanced Medical Services)* (T-425/03, Rink. p. II-4265, 84 punktas) išplaukia, jog tikėtina, kad vartotojas remsis vienintele prekių ženkle esančia santrumpa, neturėtų pakeisti šio sprendimo 34 punkte pateikto tvirtinimo, kad elementas „lineas aereas del mediterraneo“ nėra nežymus prašomo įregistruoti prekių ženklo daromame bendrame išpūdyje. Iš tikrųjų minėtame Sprendime *AMS Advanced Medical Services* (74 punktas) konstatavęs, kad santrumpa AMS užima centrinę poziciją ir yra didesnė už kitus vaizdinio prekių ženklo „AMS Advanced Medical Services“ elementus, Teismas padarė išvadą, jog minėta santrumpa dominuoja minėto prekių ženklo daromame bendrame išpūdyje. Tačiau kadangi šiuo atveju taip nėra, kaip tai matyti iš šio sprendimo 32 punkto, ieškovės argumentą šiuo atžvilgiu reikia atmesti kaip nepagrįstą.
- 37 Toliau ieškovė tvirtina, kad Apeliacinė taryba nekonstatavo, jog dėl ankstesnių prekių ženklų žodinio elemento „lan“ ir prašomo įregistruoti prekių ženklo elemento „lam“ panašumo ankstesnių prekių ženklų geras vardas sustiprina prašomo įregistruoti prekių ženklo žodinio elemento skiriamąjį požymį, tačiau šį argumentą reikia atmesti kai nepagrįstą. Iš tikrųjų, pirma, ieškovė nepateikė Teismui įrodymų, leidžiančių įvertinti ankstesnių prekių ženklų gerą vardą. Antra, net ir darant prielaidą, kad ankstesni prekių ženklai turi tam tikrą gerą vardą ir todėl paprasto vartotojo dėmesį ypač pritrauktų prašomo įregistruoti prekių ženklo elementas „lam“, nes minėtas elementas ir ankstesnių prekių ženklų žodinis elementas „lan“ yra labai panašūs, bet kuriuo atveju dėl šio sprendimo 32 ir 33 punktuose nurodytų aplinkybių toks ankstesnių prekių ženklų geras vardas nelemtų to, kad elementas „lineas aereas del mediterraneo“ taptų nežymiu bendrame išpūdyje, kurį sudaro prašomas įregistruoti prekių ženklas.
- 38 Pagaliau kaip nepagrįstą reikia atmesti ieškovės argumentą, kad Apeliacinė taryba klaidingai atsisakė išnagrinėti jos pateitus *Oficina Española de Patentes y Marcas* (Ispanijos patentų ir prekių ženklų biuras) sprendimus, kuriuose šis biuras nusprendė atmesti prekių ženklų, su elementu „lineas aereas de“ paraiškas. Iš tikrųjų Apeliacinių

tarybų sprendimų teisėtumas vertinamas remiantis tik Reglamentu Nr. 40/94 (2003 m. lapkričio 4 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimas *Díaz prieš VRDT – Granjas Castelló (CASTILLO)*, T-85/02, Rink. p. II-4835, 37 punktas). Be to, jeigu jau įvykdytos registracijos kai kuriose valstybėse narėse yra tik nieko nelemianti aplinkybė, į kurią gali būti atsižvelgiama registruojant Bendrijos prekių ženklą (žr. 2001 m. rugsėjo 19 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Henkel prieš VRDT (Raudonos ir baltos spalvų apvali tabletė)*, T-337/99, Rink. p. II-2597, 58 punktą ir nurodytą teismų praktiką), tas pats pasakytina ir apie nacionalinių biurų priimtus sprendimus atmesti paraiškas įregistruoti prekių ženklus. Todėl šiuo atveju, net jeigu *Oficina Española de Patentes y Marcas* sprendimai, kuriais remiasi ieškovė, yra nieko nelemiantys įrodymai, kuriais siekiama parodyti, jog elementas „lineas aereas del mediterraneo“ turi tik silpną skiriamąjį požymį, Apeliacinė taryba nesuklydo manydama, remiantis šio sprendimo 32 ir 33 punkte nurodytais motyvais, kad minėtas elementas bet kuriuo atveju nėra nežymus prašomo įregistruoti prekių ženklo daromame bendrame įspūdyje.

³⁹ Taigi atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia manyti, kad, priešingai nei tvirtina ieškovė, ginčijamo sprendimo 33 punkte Apeliacinė taryba nesuklydo nurodydama, kad elementas „lam“ nedominuoja prašomame įregistruoti prekių ženkle, ir nagrinėjamų žymenų palyginimo tikslu atsižvelgdama pagal šio sprendimo 26 punkte nurodytą teismų praktiką į minėtame prekių ženkle esantį elementą „líneas aéreas del mediterráneo“.

⁴⁰ Antra, kalbant apie galimus nagrinėjamų žymenų panašumus arba skirtumus, dėl vizualaus ir fonetinio panašumo pirmiausia reikia konstatuoti, kad ieškovė pritaria ginčijamo sprendimo 26 punkte pateiktam Apeliacinės tarybos vertinimui, pagal kurį žodis „lam“, esantis prašomo įregistruoti prekių ženklo pabaigoje, ir ankstesniuose prekių ženkluose esantis žodis „lan“ yra panašūs. Tačiau, kaip Apeliacinė taryba teisingai nurodė ginčijamo sprendimo 26 punkte ir priešingai ieškovės tvirtinimui, pagal kurį lyginant nagrinėjamus prekių ženklus turi būti atsižvelgiama tik į prašomo įregistruoti prekių ženklo elementą „lam“, prašomo įregistruoti prekių ženklo žodinio

elemento „lam“ ir ankstesnių prekių ženklų žodinio elemento „lan“ panašumus nuslo-pina tai, kad minėti prekių ženklai, vertinant jų visumą, skiriasi vizualiai ir fonetiškai. Iš tikrųjų, kadangi ankstesnius prekių ženklus sudaro vienas trijų raidžių žodinis ele-mentas „lan“ ir ankstesniame vaizdiniame prekių ženkle yra dar ir stilizuota žvaigždė, o prašomą įregistruoti prekių ženklą sudaro iš viso trisdešimt raidžių apimantys žodiniai elementai „lineas aereas del mediterraneo“ ir „lam“, ginčijamo sprendimo 25 punkte Apeliacinė taryba teisingai nurodė, kad nagrinėjami prekių ženklai, verti-nant jų visumą, skiriasi ne tik „juos sudarančių žodžių skaičiumi, struktūra bei ilgiu“, bet ir skambesiu. Todėl reikia atmesti ieškovės argumentą, pagal kurį nagrinėjami žymenys yra panašūs vizualiai ir fonetiškai.

- 41 Konceptualių požiūriu ieškovė iš esmės tvirtina: kadangi, pirma, prašomame įregis-truoti prekių ženkle dominuojantis elementas, t. y. žodinis elementas „lam“, ir, antra, vienintelis ankstesnių prekių ženklų žodinis elementas, t. y. elementas „lan“, nieko nereiškia, nagrinėjami prekių ženklai neturi konceptualių skirtumų.
- 42 Šiuo atžvilgiu reikia konstatuoti, kaip ginčijamo sprendimo 28 punkte tai padarė Ape-liacinė taryba, kad atitinkamą visuomenę sudarantys ispanakalbiai vartotojai prašo-mo įregistruoti prekių ženklą žodinį elementą „lineas aereas del mediterraneo“ su-prastų kaip nurodantį gabenimo oro transportu Viduržemio jūros regione paslaugas ir susietų minėtą elementą su žodiniu elementu „lam“, kuris yra pirmojo santrumpa.
- 43 Todėl, priešingai nei tvirtina ieškovė, reikia konstatuoti, kaip ginčijamo sprendimo 30 punkte nurodė Apeliacinė taryba, kad jeigu net minimalių ispanų kalbos žinių ne-turinti atitinkamos visuomenės dalis nematytų nagrinėjamų prekių ženklų konceptu-alių skirtumų arba panašumų, tai bent minimalias ispanų kalbos žinias turinti atitin-kamos visuomenės dalis pastebėtų skirtumą tarp prašomo įregistruoti prekių ženklą, kurį minėta visuomenė suvoktų kaip nurodantį gabenimo oro transportu Viduržemio

jūros regione paslaugas, ir ankstesnių prekių ženklų, kurių atžvilgiu iš Teismo turimų bylos dokumentų nematyti, kad minėta visuomenė jiems priskirtų konkrečią reikšmę arba bet kuriuo atveju reikšmę, kuri būtų panaši į prašomo įregistruoti prekių ženklo.

- 44 Taigi, atsižvelgiant į visus pateiktus paaiškinimus, reikia nurodyti, kaip ginčijamo sprendimo 30 ir 31 punktuose iš esmės manė Apeliacinė taryba, kad nagrinėjami žymenys, vertinat jų visumą, skiriasi, pirma, dėl savo vizualių ir fonetinių skirtumų ir, antra, dėl jų konceptualaus skirtumo ispanakalbės atitinkamos visuomenės dalies požiūriu arba dėl reikšmės nebuvimo ne ispanakalbės atitinkamos visuomenės dalies požiūriu.

Dėl galimybės supainioti

- 45 Ginčijamo sprendimo 32 punkte Apeliacinė taryba iš esmės manė, kad net jeigu nagrinėjama prekių ženklais žymimos paslaugos yra tapačios, panašumo tarp minėtų prekių ženklų nebuvimas atmeta galimybės supainioti egzistavimą.
- 46 Tačiau ieškovė tvirtina, kad yra galimybė supainioti prašomą įregistruoti prekių ženklą ir ankstesnius prekių ženklus todėl, kad, pirma, jie panašūs vizualiai bei fonetiškai ir neturi jokios reikšmės ir, antra, minėtais prekių ženklais žymimos paslaugos yra tapačios.
- 47 Šiuo klausimu reikia nurodyti, kad atsižvelgiant į tai, jog nagrinėjami žymenys nepanašūs (žr. šio sprendimo 44 punktą), Apeliacinė taryba ginčijamo sprendimo 32 punkte teisingai manė, kad, nepaisant nurodytų paslaugų tapatumo, nėra galimybės, jog

atitinkama visuomenė supainios prašomą įregistruoti prekių ženklą su ankstesniais prekių ženklais. Iš tiesų, visapusiškai vertinant galimybę supainioti, nagrinėjamų žymenų panašumo nebuvimo nekompensuoja tai, kad žymimos paslaugos yra tapačios (šiuo klausimu žr. 2009 m. vasario 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Lee/DE prieš VRDT – Cooperativa italiana di ristorazione (PIAZZA del SOLE)*, T-265/06, nepaskelbto Rinkinyje, 56 punktą).

- 48 Šios išvados nekeičia ieškovės argumentas, kad Apeliacinė taryba nepatikrino ankstesnių prekių ženklų gero vardo. Iš tikrųjų, remiantis teismų praktika, prekių ženklo geras vardas yra toks elementas, į kurį reikia atsižvelgti vertinant, ar žymenų arba prekių ir paslaugų panašumas yra pakankamas, kad atsirastų galimybė supainioti (2002 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Vedial prieš VRDT – France Distribution (HUBERT)*, T-110/01, Rink. p. II-5275, 65 punktas; žr. 2009 m. rugsėjo 15 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Parfums Christian Dior prieš VRDT – Consolidated Artists (MANGO adorably)*, T-308/08, nepaskelbto Rinkinyje, 53 punktas ir nurodyta teismų praktika). Todėl į ankstesnio prekių ženklo gerą vardą turi būti atsižvelgiama vertinant galimybę supainioti, jeigu nustatyta, kad prekių ženklai yra panašūs, o ne nustatant šį panašumą (šiuo klausimu žr. minėto Sprendimo *MANGO adorably* 54 punktą). Kadangi šio sprendimo 44 punkte buvo nuspręsta, jog nagrinėjami žymenys nepanašūs, Apeliacinė taryba nepadarė klaidos, kai nepatikrino galimo ankstesnių prekių ženklų gero vardo. Todėl argumentą, kurį ieškovė pateikė šiuo atžvilgiu, reikia atmesti kaip nepagrįstą.
- 49 Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, reikia daryti išvadą, kaip tai padarė Apeliacinė taryba, kad nėra galimybės supainioti nagrinėjamus žymenis.
- 50 Todėl vienintelį ieškovės nurodytą pagrindą reikia atmesti kaip nepagrįstą, taip pat ir ieškinį.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

- ⁵¹ Pagal Teismo procedūros reglamento 87 straipsnio 2 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to prašė. Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti bylinėjimosi išlaidas pagal VRDT pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (ketvirtoji kolegija)

nusprendžia:

- 1. Atmesti ieškinį.**
- 2. Priteisti iš *Lan Airlines, SA* bylinėjimosi išlaidas.**

Pelikánová

Jürimäe

Van der Woude

Paskelbta 2011 m. vasario 8 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Parašai.