



Teismo praktikos rinkinys

BENDROJO TEISMO (devintoji kolegija) SPRENDIMAS

2015 m. liepos 8 d.*

„Bendrijos prekių ženklas — Registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra — Vaizdinis Bendrijos prekių ženklas „Rock & Rock“ — Ankstesni žodiniai nacionaliniai prekių ženklai MASTERROCK, FIXROCK, FLEXIROCK, COVERROCK ir CEILROCK — Santykinis atmetimo pagrindas — Reglamento (EB) Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktas ir 53 straipsnio 1 dalies a punktas“

Byloje T-436/12

Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG, įsteigta Gladbeke (Vokietija), atstovaujama advokato J. Krenzel,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovojamą L. Rampini,

atsakovę,

palaikomą

Ceramicas del Foix, SA, įsteigtos Barselonoje (Ispanija), atstovaujamos advokatų M. Pérez Serres ir R. Guerras Mazón,

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2012 m. liepos 10 d. VRDT antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 495/2011-2), susijusio su registracijos pripažinimo negaliojančia procedūra tarp *Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG* ir *Ceramicas del Foix, SA*,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas G. Berardis, teisėjai O. Czúcz (pranešėjas) ir A. Popescu,

posėdžio sekretorius I. Drăgan, administratorius,

susipažinęs su ieškiniu, pateiktu Bendrojo Teismo kancelijai 2012 m. rugsėjo 28 d.,

susipažinęs su VRDT atsakymu į ieškinį, pateiktu Bendrojo Teismo kancelijai 2013 m. sausio 9 d.,

susipažinęs su įstojusios į bylą šalies atsakymu į ieškinį, pateiktu Bendrojo Teismo kancelijai 2013 m. sausio 4 d.,

* Proceso kalba: anglų.


susipažinęs su dubliku, pateiktu Bendrojo Teismo kanceliarijai 2013 m. balandžio 15 d.,

įvykus 2014 m. lapkričio 6 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

- 1 2003 m. lapkričio 12 d. įstojusi į bylą šalis *Ceramicas del Foix, SA* pagal iš dalies pakeistą 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentą (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 Prekių ženklas, kurį buvo prašyta įregistruoti, yra šis vaizdinis žymuo:

- 3 Prekės, kurioms buvo prašyta įregistruoti prekių ženklą, priskiriamos, be kita ko, prie peržiūrėtos ir iš dalies pakeistos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklaus registruoti 2, 19 ir 27 klasių ir pagal kiekvieną iš jų atitinka tokį aprašymą:
 - 2 klasė: „Dažai, politūros, lakai; medžiagos, apsaugančios nuo korozijos ir medžio gedimo; dažomosios medžiagos; beicai [kandikai]; neapdorotos natūralios dermos; metalų folijos ir milteliai dažytojams, dekoratoriams, spaustuviniams ir dailininkams“;
 - 19 klasė: „Statybinės medžiagos (nemetalinės); nemetaliniai standieji vamzdžiai pastatams; asfaltas, derva ir bitumas; nemetaliniai transportuojami pastatai; paminklai, nemetaliniai. Visos nurodytos prekės, išskyrus visų rūšių prekes iš mineralinės vatos ir statybinės garsą izoliuojančias medžiagas“;
 - 27 klasė: „Kilimai, patiesalai, kilimėliai ir dembliai, linoleumas ir kitos medžiagos, skirtos esamoms grindims dengti; sienų apmušalai (ne tekstiliniai)“.
- 4 2008 m. sausio 10 d. nagrinėjamas žymuo buvo įregistruotas kaip Bendrijos prekių ženklas (toliau – ginčijamas prekių ženklas) visoms šio sprendimo 3 punkte išvardytoms prekėms.
- 5 2008 m. balandžio 14 d. ieškovė *Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG* pateikė prašymą pripažinti ginčijamo prekių ženklo registraciją negaliojančia pagal Reglamento Nr. 40/94 52 straipsnio 1 dalies a punktą (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 53 straipsnio 1 dalies a punktas), siejamą su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktu (dabar – Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punktas).
- 6 Prašymas dėl registracijos pripažinimo negaliojančia buvo pagrįstas, be kita ko, šiais prekių ženklais:
 - ankstesniu žodiniu prekių ženklu MASTERROCK, 2002 m. liepos 9 d. numeriu 30212141 įregistruotu Vokietijoje 17, 19 ir 37 klasių prekėms ir paslaugoms,

- ankstesniu žodiniu prekių ženklu FIXROCK, 1999 m. rugpjūčio 23 d. numeriu 39920622 įregistruotu Vokietijoje 6, 17 ir 19 klasių prekėms,
 - ankstesniu žodiniu prekių ženklu FLEXIROCK, 1994 m. rugsėjo 21 d. numeriu 2078534 įregistruotu Vokietijoje 19 klasės prekėms,
 - ankstesniu žodiniu prekių ženklu COVERROCK, 1997 m. rugsėjo 17 d. numeriu 39732094 įregistruotu Vokietijoje 17 ir 19 klasių prekėms,
 - ankstesniu žodiniu prekių ženklu CEILROCK, 2003 m. birželio 18 d. numeriu 30306452 įregistruotu Vokietijoje 6, 17 ir 19 klasių prekėms.
- 7 6, 17 ir 19 klasių prekės, kurioms skirti ankstesni prekių ženklai, yra statybinės medžiagos, daugiausia gaminamos iš mineralinės vatos. Be kita ko, prekių ženklas MASTERROCK skirtas ir prie 37 klasės priskiriamoms „statybos“ paslaugoms bei „įrengimo paslaugoms“.
- 8 Prašymas pripažinti registraciją negaliojančia grindžiamas visomis prekėmis ir paslaugomis, kurioms skirti ankstesni prekių ženklai, ir pateiktas dėl visų prekių, kurioms skirtas ginčijamas prekių ženklas.
- 9 2011 m. vasario 7 d. Anuliavimo skyrius ieškovės prašymą pripažinti registraciją negaliojančia atmetė. Jis nusprendė, kad tam tikros prekės, kurioms skirti žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra vidutiniškai panašios, o kitos skirtingos arba tik šiek tiek panašios. Be to, jo nuomone, žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra šiek tiek panašūs vizualiai, fonetiškai ir conceptualiai, išskyrus ankstesnį prekių ženklą CEILROCK, kuris skiriasi nuo ginčijamo prekių ženklo. Atsižvelgdamas į atitinkamos visuomenės aukštą pastabumo lygį jis nusprendė, kad nėra galimybės supainioti.
- 10 2011 m. kovo 3 d. ieškovė pateikė apeliaciją VRDT dėl Anuliavimo skyriaus sprendimo.
- 11 2012 m. liepos 10 d. sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) Antroji apeliacinė taryba patvirtino Anuliavimo skyriaus sprendimą. Ji nusprendė, kad atitinkamos visuomenės pastabumo lygis yra ypač aukštas. Iš esmės ji pritarė Anuliavimo skyriaus išvadoms dėl nagrinėjamų prekių ir žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo ir nurodė, kad bendras elementas „rock“ yra apibūdinamasis. Be to, jis pažymėjo, jog platesnė apsauga, kuri suteikiama prekių ženklų šeimai, šiuo atveju netaikoma. Todėl ji pripažino, kad nėra galimybės supainioti.

Procesas ir šalių reikalavimai

- 12 Ieškovė Bendrojo Teismo prašo:
- panaikinti ginčijamą sprendimą,
 - priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.
- 13 VRDT ir įstojusi į bylą šalis Bendrojo Teismo prašo:
- atmesti ieškinį,
 - priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl teisės

- 14 Ieškovė grindžia ieškinį vieninteliu pagrindu, susijusiu su Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 1 dalies b punkto ir 53 straipsnio 1 dalies a punkto pažeidimu.
- 15 Remiantis minėtais straipsniais ankstesnio prekių ženklo savininko prašymu prekių ženklo registracija pripažįstama negaliojančia, 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. Suklaidinimo galimybė apima ir galimybę sieti su ankstesniu prekių ženklu. Be to, pagal Reglamento Nr. 207/2009 8 straipsnio 2 dalies a punkto ii papunktį ankstesniais prekių ženklais reikia laikyti prekių ženklus, įregistruotus valstybėje narėje, kurių registracijos paraiškos padavimo data yra ankstesnė už Bendrijos prekių ženklo registracijos paraiškos padavimo datą.
- 16 Pagal nusistovėjusią teismo praktiką galimybę supainioti sudaro galimybė, kad visuomenė manys, jog nagrinėjamos prekės ar paslaugos pagamintos arba suteiktos tos pačios įmonės arba ekonomiškai susijusių įmonių. Galimybę supainioti turi būti visapusiškai įvertinta atsižvelgiant į tai, kaip atitinkama visuomenė suvokia nagrinėjamus žymenis ir prekes ar paslaugas, ir į visus konkrečiam atvejui būdingus veiksnius, ypač į žymenų panašumo ir jais žymimų prekių ar paslaugų panašumo tarpusavio priklausomybę (2003 m. liepos 9 d. Sprendimo *Laboratorios RTB / VRDT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO BEVERLY HILLS)*, T-162/01, Rink., EU:T:2003:199, 30–33 punktai ir 2013 m. lapkričio 7 d. Sprendimo *Three-N-Products / VRDT – Munindra (AYUR)*, T-63/13, EU:T:2013:583, 14 punktas).
- 17 Šiuo atveju ieškovė pritaria Apeliacinės tarybos argumentui, kad prekės, kurioms skirti žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra iš dalies panašios, tačiau kita jų dalis tik šiek tiek panaši arba skirtinga. Bendrasis Teismas mano, kad ši analizė yra teisinga.

Dėl atitinkamos visuomenės

- 18 Remiantis teismų praktika, kalbant apie atitinkamos visuomenės pastabumo laipsnį, pažymėtina, jog visapusiškai vertinant galimybę supainioti vidutinis atitinkamų prekių ir paslaugų vartotojas laikomas pakankamai informuotu, protingai pastabiu ir nuovoku. Taip pat reikia atsižvelgti į aplinkybę, kad vidutinio vartotojo pastabumas gali kisti pagal nagrinėjamą prekių ar paslaugų kategoriją (žr. 2007 m. vasario 13 d. Sprendimo *Mundipharma / VRDT – Altana Pharma (RESPICUR)*, T-256/04, Rink., EU:T:2007:46, 42 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).
- 19 Šiuo atveju Apeliacinė taryba nusprendė, kad atitinkama teritorija yra Vokietija, t. y. valstybė, kurioje įregistruoti ir saugomi ankstesni prekių ženklai, ir kad atitinkamą visuomenę sudaro vidutiniai vartotojai vokiečiai ir statybos sektoriaus specialistai. Ji nusprendė, kad dėl nagrinėjamų prekių kainos, specializuoto jų pobūdžio ir pageidaujamo ilgaamžiškumo visuomenės pastabumo lygis ypač aukštas pirkimo momentu.
- 20 Ieškovė neginčija šių argumentų.
- 21 Reikia pažymėti, kad nurodytos prekės, kurių didžioji dalis yra statybinės medžiagos, nėra vidutinių vartotojų kasdieninio vartojimo prekės. Dėl jų specializuoto pobūdžio būtinas tikslus ir apdairus pasirinkimas, neatsižvelgiant į parduodamų prekių kainą ir kiekį. Be to, vien faktas, kad tam tikros rūšies prekių vartotojai neperka reguliariai, patvirtina, kad vartotojo pastabumo lygis bus veikiau aukštas. Reikia pridurti, kad net jeigu dalis nagrinėjamų prekių yra prieinama plačiajai visuomenei, tik retai jas perka vidutiniai vartotojai; paprastai jie šią užduotį patiki specialistams arba konsultuojasi su vartotojais, kurių žinių lygis šioje srityje yra aukštesnis už vidutinį (šiuo klausimu žr. 2009 m. spalio 13 d. Sprendimo *Deutsche Rockwool Mineralwoll / VRDT – Redrock Construction (REDROCK)*, T-146/08, EU:T:2009:398, 45 ir 46 punktus).

- 22 Reikia pridurti, kad žinios apie statybinių medžiagų savybes, kokybę ir komercinę kilmę atitinkamai visuomenei yra juo labiau svarbios dėl to, kad įmontuotų į pastatą minėtų medžiagų pakeitimo sąnaudos dažniausiai būna labai didelės. Be to, dėl prastos jų kokybės pastatui gali būti paradyta žalos, dėl kurios gali tekti imtis su didelėmis išlaidomis susijusių veiksmų. Dėl šių priežasčių pagrįsta manyti, kad net vidutinis vartotojas, kuris tokių prekių parinkimo užduoties nepatiki specialistui, internete atlieka atitinkamų prekių paiešką ir bet kuriuo atveju domisi šių prekių kilme ir gamintoju.
- 23 Tą patį galima pasakyti apie statybos paslaugas, kurioms skirtas prekių ženklas MASTERROCK, nes jų atveju būtinas tikslus ir apdairus pasirinkimas ir aukštas atitinkamos visuomenės pastabumo lygis.
- 24 Vadinas, reikia patvirtinti Apeliacinės tarybos išvadą, kad atitinkamos visuomenės pastabumo lygis yra ypač aukštas.

Dėl žymenų palyginimo

- 25 Ieškovė priekaištauja Apeliacinei tarybai dėl to, kad ši klaidingai vertino žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumą ir elemento „rock“ apibūdinamąjį pobūdį, kiek tai susiję su statybos sektoriaus prekėmis.
- 26 Reikia priminti, kad visapusiškas galimybės supainioti vertinimas, kiek jis susijęs su vizualiū, fonetiniu ar konceptualiū žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumu, turi būti pagrįstas bendru jų daromu įspūdžiu, atsižvelgiant visų pirma į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus. Tai, kaip vidutinis nagrinėjamų prekių ar paslaugų vartotojas suvokia prekių ženklus, yra lemiamas kriterijus visapusiškai vertinant minėtą galimybę. Šiuo atžvilgiu pabrėžtina, kad vidutinis vartotojas prekių ženklą paprastai suvokia kaip visumą ir nenagrinėja įvairių jo detalių (žr. 2007 m. birželio 12 d. Sprendimo *VRDT / Shaker*, C-334/05 P, Rink., EU:C:2007:333, 35 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).
- 27 Vertinant dviejų prekių ženklų panašumą negali pakakti atsižvelgti tik į vieną sudėtinio prekių ženklo elementą ir jį palyginti su kitu prekių ženklu. Atvirkščiai, ši palyginimą būtina naudoti nagrinėjant prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, kai vertinama kiekvieno iš jų visuma, tačiau tai nereiškia, kad bendro įspūdžio, kurį atitinkamos visuomenės atmintyje paliko sudėtinis prekių ženklas, tam tikromis aplinkybėmis negali labiau lemti vienas ar keli jo elementai (žr. 26 punkte nurodyto Sprendimo *VRDT / Shaker*, EU:C:2007:333, 41 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką). Panašumas gali būti vertinamas remiantis vien dominuojančiu elementu tik tuomet, jei visos kitos prekių ženklo sudedamosios dalys yra nežymios (26 punkte nurodyto Sprendimo *VRDT / Shaker*, EU:C:2007:333, 42 punktą ir 2007 m. rugsėjo 20 d. Sprendimo *Nestlé / VRDT*, C-193/06 P, EU:C:2007:539, 42 punktą). Taip ypač galėtų būti tuomet, kai ši sudedamoji dalis viena dominuotų atitinkamos visuomenės atmintyje užsifiksavusiame šio prekių ženklo vaizde, todėl visos kitos bendro šio prekių ženklo sukurto įspūdžio sudedamosios dalys būtų nežymios (minėto Sprendimo *Nestlé / VRDT*, EU:C:2007:539, 43 punktą).

– Pirminės pastabos

- 28 Pagal teismo praktiką, nustatant prekių ženklą sudarančio elemento skiriamąjį požymį, reikia vertinti didesnę ar mažesnę šio elemento galėjamą identifikuoti tam tikros įmonės prekes ir paslaugas, kurioms buvo įregistruotas prekių ženklas, ir taip atskirti tas prekes ir paslaugas nuo kitų įmonių prekių ir paslaugų. Atliekant šį vertinimą, reikia atsižvelgti, be kita ko, į nagrinėjamam elementui būdingas savybes ir tai, ar jis apibūdina prekes ar paslaugas, kurioms prekių ženklas yra įregistruotas, ar ne (2006 m. birželio 13 d. Sprendimo *Inex / VRDT – Wiseman (Karvės odos vaizdas)*, T-153/03, Rink., EU:T:2006:157, 35 punktą ir 2008 m. vasario 27 d. Sprendimo *Citigroup / VRDT – Link Interchange Network (WORLDLINK)*, T-325/04, EU:T:2008:51, 66 punktą).

- 29 Be kita ko, vartotojui suprantamų žodinių elementų identifikavimas yra svarbus vertinat žymenų, dėl kurių kilo ginčas, fonetinių, vizualų ir conceptualų panašumą (šiuo klausimu žr. 2010 m. birželio 25 d. Sprendimo *MIP Metro / VRDT – CBT Comunicación Multimedia (Metromeet)*, T-407/08, Rink., EU:T:2010:256, 37 ir 38 punktus).
- 30 Visų pirma, reikia priminti, kad Apeliacinė taryba pritarė Anuliavimo skyriaus sprendimui, pagal kurį atitinkama visuomenė elementą „rock“ identifikuoatų kaip suprantamą žodį, kaip ir elementus „master“, „fix“, „flexi“ ir „cover“, kurie priskiriami prie bazinio anglų kalbos žodyno.
- 31 Tokį vertinimą, kuriam pritarė ieškovė, reikia patvirtinti.
- 32 Antra, Apeliacinė taryba nusprendė, kad žymenų, dėl kurių kilo ginčas, bendras elementas „rock“ apibūdina nurodytas prekes. Iš tikrųjų Vokietijos visuomenė, kurią domina žymenimis, dėl kurių kilo ginčas, žymimos prekės, gali suprasti žodį „rock“ kaip nurodantį, be kita ko, akmenį, o tai siejasi su statybinėmis medžiagomis.
- 33 Ieškovė ginčija šiuos argumentus ir nurodo, kad bendras elementas „rock“ dominuoja ankstesniuose prekių ženkluose.
- 34 Pirma, ji nurodo, kad *Deutsches Patent- und Markenamt* (Vokietijos patentų ir prekių ženklų tarnyba) numeriu 30229274 įregistravo vokišką prekių ženklą „Rock“ ir nemažai prekių ženklų, kuriuose yra žodinis elementas „rock“, kaip antai MASTERROCK, FIXROCK, FLEXIROCK, COVERROCK ir CEILROCK. Tai patvirtina aplinkybę, kad Vokietijos visuomenė žodžio „rock“ nesupranta kaip žyminčio statybos pramonės prekes, kaip antai priskiriamas prie 19 klasės. Be to, VRDT paskelbė prekių ženklo paraišką Nr. 6885594 kaip susijusią tik su žymeniu ROCK.
- 35 Šiuo klausimu pakanka priminti, jog vien dėl fakto, kad prekių ženklas buvo įregistruotas kaip nacionalinis ar Bendrijos prekių ženklas, neatmetama galimybė, jog jis yra pakankamai apibūdinamasis arba, kitaip tariant, kad jam būdingas tik silpnas skiriamasis požymis nurodytų prekių ir paslaugų atžvilgiu (žr. 21 punkte nurodyto Sprendimo *REDROCK*, EU:T:2009:398, 51 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką).
- 36 Antra, ieškovė tvirtina, kad, atitinkamos vokiškai kalbančios visuomenės suvokimu, žodis „rock“ turi tikslią reikšmę, kuri vokiečių kalboje atitinka žodį „sijonas“ arba siejasi su muzikos stiliumi, tačiau šis žodis nebūtų suvokiamas kaip reiškiantis „akmenį“.
- 37 Reikia priminti, kad anglų kalba yra pasaulyje paplitusi kalba, vartojama ir statybos pramonėje. Net jeigu vidutinis vartotojas vokiečių neturi gerų anglų kalbos žinių, žodis „rock“ yra vienas iš elementarių anglišku žodžių, kurį ir specialistai, ir vartotojai susietų su žodžiu „akmuo“ (21 punkte nurodyto Sprendimo *REDROCK*, EU:T:2009:398, 53 punktą).
- 38 Be to, reikia nurodyti, kad bent dalis ginčijamu prekių ženklu žymimų statybinių medžiagų ir beveik visos ankstesniais prekių ženklais žymimos prekės pagamintos iš pirminių žaliavų, kurios yra iš akmens ir kurias, ypač natūralios būsenos, atitinkama visuomenė gali lengvai susieti su žodžiu „rock“, netgi „uolienos“ arba „uolos“ prasme, todėl jis tikrai yra jas apibūdinantis (21 punkte nurodyto Sprendimo *REDROCK*, EU:T:2009:398, 54 punktą).
- 39 Tokios išvados nepaneigia ieškovės argumentas, pagal kurį žodis „rock“ vokiečių kalboje turi kitų reikšmių, t. y. muzikos stilius arba moteriškas drabužis. Iš tikrųjų vertinant, ar žymuo yra skiriamasis ar apibūdinamasis, reikia atsižvelgti į tą minėto žymens reikšmę, kuri siejasi su žymimomis prekėmis arba apibūdina vieną iš jų savybių (2003 m. spalio 23 d. Sprendimo *VRDT / Wrigley*, C-191/01 P, Rink., EU:C:2003:579, 32 punktą ir 21 punkte nurodyto Sprendimo *REDROCK*, EU:T:2009:398, 55 punktą).

40 Be kita ko, šiuo atveju žodis „rock“ suteikia informacijos, kurią galima suprasti kaip nurodytų prekių ir paslaugų, priskiriamų, be kita ko, prie statybinių medžiagų ir statybos veiklos, savybių pagyrimą, nes jis gali būti suprantamas kaip užuomina apie uolienu ar kitų akmens darinių tvirtumą ir stabilumą. Taigi žodžiui, kuriuo giriamos nurodytų prekių ar paslaugų savybės, nebūdingas ryškus skiriamasis požymis minėtų prekių ir paslaugų atžvilgiu (šiuo klausimu žr. 2008 m. sausio 16 d. Sprendimo *Inter-Ikea / VRDT – Waibel (idea)*, T-112/06, EU:T:2008:10, 51 punktą ir 21 punkte nurodyto Sprendimo *REDROCK*, EU:T:2009:398, 56 punktą).

41 Iš to matyti, kad bendru elementu „rock“ pakankamai apibūdinamos ir giriamos prekės ir paslaugos, kurioms skirti žymenys, dėl kurių kilo ginčas, todėl jam būdingas tik silpnas skiriamasis požymis, kaip teisingai nusprendė Apeliacinė taryba.

42 Trečia, Apeliacinė taryba taip pat nusprendė, kad kitiems ankstesniuose prekių ženkluose MASTERROCK, FIXROCK, FLEXIROCK ir COVERROCK esantiems elementams būdingas silpnas skiriamasis požymis. Jos nuomone, pirmuosius minėtų žymenų elementus atitinkama vokiškai kalbanti visuomenė mintyse susieja su galimomis akmens vatos savybėmis, t. y. lankstumu („flexi“), greitu pritvirtinimu prie sienų („fix“), aukščiausia kokybe („master“) arba panaudojimu uždengti („cover“). Šiuos žodinius elementus atitinkantys žodžiai priskiriami prie bazinės anglų kalbos ir, be to, jie analogiškai vokiškiems žodžiams „fix“, „flexibel“ ir „Meister“. Be to, „cover“ yra vokiečių kalboje vartojamas anglicizmas.

43 Ieškovė pritaria šiems vertinimams.

44 Bendrasis Teismas mano, kad elementus „flexi“, „fix“, „master“ ir „cover“ atitinkama visuomenė susietų su fizinėmis statybinių medžiagų ir konkrečiai mineralinės vatos savybėmis arba elemento „cover“ atveju – su numatytu jų panaudojimu. Kadangi minėti elementai yra pakankamai apibūdinamieji ir giriamieji, jiems būdingas tik silpnas skiriamasis požymis, todėl reikia pritarti Apeliacinės tarybos analizei.

– Dėl vizualaus palyginimo

45 Šiuo atveju Apeliacinė taryba nusprendė, kad, nepaisant priešdėlio „rock“, esančio kiekviename iš nagrinėjamų žymenų, jų panašumas sumažėja dėl dviejų priešasčių, t. y., pirma, dėl skirtingų priesagų ir, antra, dėl ginčijamo prekių ženklo grafinio elemento ir jo atskyrimo tipografiniu jungiamuoju ženklu. Todėl, kalbant apie jų bendrą vizualų išpūdį, žymenų panašumas būtų silpnas.

46 Ieškovė ginčija šį tvirtinimą.

47 Pirma, ji mano, kad elementai „master“, „fix“, „flexi“ ir „cover“ apibūdina nagrinėjamas prekes ir paslaugas ir kad ginčijamo prekių ženklo grafiniai elementai yra nežymūs. Todėl elementas „rock“ dominuotų tiek ankstesniuose prekių ženkluose MASTERROCK, FIXROCK, FLEXIROCK ir COVERROCK, tiek ir ginčijamame prekių ženkle „Rock & Rock“. Dominuojantys elementai yra identiški, todėl žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra labai panašūs vizualiai.

48 Vertinant vienos ar kelių konkrečių sudėtinio prekių ženklo sudedamųjų dalių dominuojamąjį pobūdį, reikia atsižvelgti į šioms sudedamosioms dalims būdingas savybes ir jas palyginti su kitų sudedamųjų dalių savybėmis. Papildomai gali būti atsižvelgiama į skirtingų sudedamųjų dalių vietą sudėtinio prekių ženklo konfigūracijoje (2002 m. spalio 23 d. Sprendimo *Matratzen Concord / VRDT – Hukla Germany (MATRATZEN)*, T-6/01, Rink., EU:T:2002:261, 35 punktas).

49 Reikia priminti, kad tiek žodiniu elementu „rock“, tiek ir žodiniiais elementais „master“, „fix“, „flexi“ ir „cover“ pakankamai apibūdinamos ir giriamos atitinkamos prekės ir paslaugos (žr. šio sprendimo 41 ir 44 punktus).

- 50 Be to, pagal teismo praktiką, paprastai daugiau dėmesio vartotojas skiria žodžių pradžiai (2004 m. kovo 17 d. Sprendimo *El Corte Inglés / VRDT – González Cabello et Iberia Líneas Aéreas de España (MUNDICOR)*, T-183/02 ir T-184/02, Rink., EU:T:2004:79, 81 punktą).
- 51 Šiuo atveju ankstesnių prekių ženklų MASTERROCK, FIXROCK, FLEXIROCK ir COVERROCK pradžioje yra žodiniai elementai „master“, „fix“, „flexi“ ir „cover“.
- 52 Todėl reikia atmesti ieškovės tvirtinimą, pagal kurį žodinis elementas „rock“ dominuoja minėtuose ankstesniuose prekių ženkluose.
- 53 Dėl ankstesnio prekių ženklo CEILROCK pažymėtina, kad, priešingai nei elementas „rock“, elementas „ceil“ neturi tokios reikšmės, kuri sietųsi su atitinkamomis prekėmis. Be to, elementas „ceil“ yra prekių ženklo pradžioje. Todėl, vertindama žymenis vizualiai, atitinkama visuomenė šiam elementui skirtų daug daugiau dėmesio nei bendram elementui „rock“.
- 54 Iš to matyti, kad ieškovės argumentas, susijęs su elemento „rock“ dominuojamuoju pobūdžiu ankstesniuose prekių ženkluose, turi būti atmestas.
- 55 Antra, reikia pažymėti, kad, atsižvelgdama į tai, jog nėra dominuojančių elementų, Apeliacinė taryba nagrinėjamus prekių ženklus palygino nagrinėdama kiekvieno jų visumą.
- 56 Remiantis šio sprendimo 27 punkte minėta teismo praktika šiam vertinimui reikia pritarti.
- 57 Būtina konstatuoti, kad žymenų, dėl kurių kilo ginčas, antrasis žodinis elementas „rock“ yra identiškas, tačiau skiriasi jų pirmieji žodiniai elementai, nes ginčijamas prekių ženklas taip pat prasideda elementu „rock“, o ankstesnių prekių ženklų pirmieji elementai yra „master“, „fix“, „flexi“, „cover“ ir „ceil“.
- 58 Be to, net jeigu prekių ženklo „Rock & Rock“ grafinis pateikimas nėra itin išsėdangai sugalvotas, dėl jo šio prekių ženklo vizualus išpūdis skiriasi nuo ankstesnių prekių ženklų vizualaus išpūdžio, kaip teisingai nusprendė Apeliacinė taryba. Tą patį galima pasakyti apie tipografinį jungiamąjį ženklą, atskiriantį du ginčijamo prekių ženklo elementus.
- 59 Nors tiesa, kad ginčijamo prekių ženklo pirmasis elementas taip pat yra „rock“, esantis ankstesnių prekių ženklų pabaigoje, reikia pažymėti, kad du elementai „rock“ sudaro neįprastą vaizdą, dėl kurio minėto prekių ženklo sukuriama vizualus išpūdis dar labiau skiriasi nuo ankstesnių prekių ženklų sukuriama vizualaus išpūdžio. Taigi minėtas „dubliavimas“ nuslopina tai, kad ginčijamo prekių ženklo priešdėlis atitinka ankstesnių prekių ženklų priesagą.
- 60 Atsižvelgiant į šias išvadas reikia pritarti ginčijamam sprendimui ir nuspręsti, kad žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualus panašumas yra silpnas.

– Dėl fonetinio palyginimo

- 61 Dėl fonetinio palyginimo Apeliacinė taryba nusprendė, kad žymenų priesagų sąskambį sumažina skirtingi jų priešdėliai. Be to, ji nurodė, kad nagrinėjamų žymenų priešdėlių balsiai skiriasi, išskyrus raidę „o“ elemente „cover“. Todėl ji nusprendė, kad egzistuoja silpnas fonetinis panašumas.
- 62 Ieškovė ginčija šiuos argumentus ir nurodo, kad nagrinėjami žymenys yra labai panašūs fonetiškai.

- 63 Kaip pavyzdį ji nurodo ankstesnę prekių ženklą COVERROCK. Jos nuomone, balsių seka ir garsų skaičius COVERROCK ir „Rock & Rock“ atvejais sutampa. Taigi elementas „koverrok“ būtų ištariamas labai panašiai kaip ir elementas „rokentrok“, o atitinkamai visuomenei būtų labai sunku atskirti šiuos prekių ženklus, ypač pramonės arba triukšmingoje statybų aplinkoje arba kai prekių ženklai tariami telefonu.
- 64 Reikia nurodyti, kad žymenys COVERROCK ir „Rock & Rock“ sudaryti iš trijų skiemenų ir kad balsių „o“, „e“ ir „o“ seka yra tokia pati tais atvejais, kai atsižvelgiama į vokiečių kalbos tarimo taisykles.
- 65 Vis dėlto nagrinėjamo ankstesnio prekių ženklo pirmosios dalies („cover“) priebalsių „k“, „v“ ir „r“ seka visiškai skiriasi nuo ginčijamo prekių ženklo priebalsių sekos „r“, „kk“, „n“ ir „d“. Reikia pridurti, kad pagal šio sprendimo 50 punkte minėtą teismo praktiką paprastai vartotojas daugiau dėmesio skiria žodžių pradžiai.
- 66 Todėl žymenys COVERROCK ir „Rock & Rock“ tik šiek tiek panašūs fonetiškai.
- 67 Reikia pridurti, kad kiti ankstesni prekių ženklai MASTERROCK, FIXROCK, FLEXIROCK ir CEILROCK dar mažiau panašūs į „Rock & Rock“, nes jų garsų seka dar labiau skiriasi nuo ginčijamo prekių ženklo garsų sekos.
- 68 Ieškovė neturėtų veiksmingai remtis aplinka. Iš tikrųjų statybinių medžiagų parinkimo etapas nesutampa su fizinių darbų atlikimo etapu, ir niekas neleidžia manyti, kad nagrinėjamų prekių ar paslaugų parinkimas vyksta statybų aikštelėje arba tik pagal žodžiu gautą informaciją. Be to, pranešimas telefonu atitinkamai visuomenei visiškai netrukdo pajusti aiškių žymenų, dėl kurių kilo ginčas, tarimo skirtumų.
- 69 Atsižvelgiant į šias išvadas reikia pritarti Apeliacinės tarybos konstatavimui, kad žymenys, dėl kurių kilo ginčas, tik šiek tiek panašūs fonetiškai.

– Dėl konceptualaus palyginimo

- 70 Ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba atkreipė dėmesį į žymenų, dėl kurių kilo ginčas, sudedamųjų dalių, išskyrus elementą „ceil“, apibūdinamąjį pobūdį. Ji konstatavo, kad, kalbant apie ankstesnius prekių ženklus, bendras elementas „rock“ siejasi su mineraline vata („rockwool“ anglų k.), kuri yra prekių, žymimų ankstesniais prekių ženklais, pagrindinė pirminė žaliava. Elementai „master“, „flexi“, „fix“ ir „cover“ daro užuominą apie akmens vatos savybes arba panaudojimą. Tačiau, kalbant apie ginčijamą prekių ženklą, elementas „rock“ greičiau siejasi su muzikos stiliumi, nes atitinkamai visuomenei „Rock & Rock“ asocijuotųsi su sąvoka „rock and roll“ ir ginčijamą prekių ženklą ji suvoktų kaip žodžių žaismą. Todėl konceptualus panašumas labai menkas.
- 71 Ieškovė ginčija šiuos argumentus. Ji nurodo, kad elementas „rock“ dominuoja žymenyse, dėl kurių kilo ginčas, ir susijęs su ta pačia idėja, t. y. su reikšmėmis „akmuo“ arba „uoliena“. Taigi šių žymenų konceptualus panašumas yra vidutinis.
- 72 Reikia priminti, kad ieškovės argumentai, kuriais siekiama įrodyti elemento „rock“ dominuojamąjį pobūdį, jau buvo atmesti dėl šio žodžio silpno skiriamąjį pobūdžio atitinkamų prekių ir paslaugų atžvilgiu (žr. šio sprendimo 37–41 punktus).
- 73 Reikia konstatuoti, kad priešdėlius „master“, „fix“, „flexi“ ir „cover“, vartojamus su priesaga „rock“, atitinkama visuomenė sietų su fizinėmis „akmens“ arba „uolienos“ savybėmis arba mineralinės vatos savybėmis ar numatytu panaudojimu, o prekių ženklas „Rock & Rock“ veikiau būtų suvokiamas kaip remiantis sąvoka „rock & roll“, kuri reiškia muzikos stilių, padarytas žodžių žaismas.

- 74 Dėl ankstesnio prekių ženklo CEILROCK pažymėtina, kad tik elementą „rock“ atitinkama visuomenė suprastų kaip turintį pirminę „akmens“ arba „uolienos“ reikšmę. Ši reikšmė yra nutolusi nuo konceptualios „rock & rock“ reikšmės, aprašytos šio sprendimo 73 punkte.
- 75 Todėl Apeliacinė taryba teisingai nusprendė, kad žymenys, dėl kurių kilo ginčas, tik šiek tiek panašūs konceptualiai.
- 76 Taigi darytina išvada, kad Apeliacinė taryba teisingai nurodė, jog žymenys, dėl kurių kilo ginčas, yra tik šiek tiek panašūs vizualiai, fonetiškai ir konceptualiai.

Dėl argumento, susijusio su sąvoka prekių ženklų „serija“ arba „šeima“

- 77 Ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba nusprendė, kad ieškovė neturėtų remtis platesne apsauga, kuri suteikiama prekių ženklų šeimai.
- 78 Ieškovė tvirtina, kad jai priklauso serija vokiškų ir Bendrijos prekių ženklų, turinčių serijinių elementą „rock“, leidžiantį atpažinti jos prekių ženklus. Todėl ji mano, kad atitinkama visuomenė žodį „rock“ susies su jos ankstesniais prekių ženklais, o dėl to atsiras galimybė supainioti nagrinėjamas žymenis, juo labiau kad ji yra didžiausiam pasaulyje mineralinės vatos prekių gamintojui priklausanti įmonė. Ji tvirtina, kad ginčijamo prekių ženklo antrojo elemento „rock“ vieta nesiskiria nuo jo vietos ankstesnių prekių ženklų šeimai priklausančiuose prekių ženkluose, o tai sustiprina galimybę supainioti.
- 79 Reikia priminti, kad galimybė susieti yra specialus suklaidinimo galimybės atvejis, kuriam būdinga tai, kad nagrinėjami prekių ženklai, kurių atitinkama visuomenė tiesiogiai negali supainioti, galėtų būti laikomi dviem to paties savininko prekių ženklais (žr. 2003 m. balandžio 9 d. Sprendimo *Durferrit / VRDT – Kolene (NU-TRIDE)*, T-224/01, Rink., EU:T:2003:107, 60 punktą ir jame nurodytą teismų praktiką). Kad būtų atsižvelgta į šį kriterijų, būtina, kad prašymas pripažinti registraciją negaliojančia būtų grindžiamas kelių prekių ženklų, kuriems būdingi tokie patys požymiai, leidžiantys juos laikyti prekių ženklų „šeimoms“ ar „serijos“ dalimi, egzistavimu (2008 m. gruodžio 18 d. Sprendimo *Les Éditions Albert René / VRDT*, C-16/06 P, Rink., EU:C:2008:739, 101 punktas). Tačiau prekių ženklų serijos arba šeimos kriterijus svarbus tik tada, jei bendras elementas yra skiriamasis. Jeigu šis elementas yra apibūdinamasis, jis negali lemti galimybės supainioti (šiuo klausimu žr. 2004 m. liepos 6 d. Sprendimo *Grupo El Prado Cervera / VRDT – Héritiers Debuschewitz (CHUFAFIT)*, T-117/02, Rink., EU:T:2004:208, 59 punktą).
- 80 Pirma, reikia priminti, kad Bendrasis Teismas jau nusprendė, kad platesne apsauga, kuri suteikiama prekių ženklų šeimoms, negali būti veiksmingai remiamasi, kai ankstesnių prekių ženklų bendru elementu pakankamai apibūdinamos nurodytos prekės ir paslaugos. Iš tikrųjų žodis, kuris siejasi su minėtų prekių ir paslaugų pobūdžiu, negali būti laikomas bendru skiriamuoju prekių ženklų šeimos „kamienu“ (šiuo klausimu žr. 2012 m. liepos 13 d. Sprendimo *Caixa Geral de Depósitos / VRDT – Caixa d’Estalvis i Pensions de Barcelona (la Caixa)*, T-255/09, EU:T:2012:383, 82 punktą).
- 81 Reikia priminti, kad elementu „rock“ pakankamai apibūdinamos ir giriamos ankstesniais prekių ženklais žymimos prekės ir paslaugos. Todėl, taikant šio sprendimo 79 ir 80 punktuose minėtą teismo praktiką, jis negali būti bendras prekių ženklų šeimos elementas.
- 82 Antra, ši konstatavimą patvirtina 2014 m. sausio 30 d. Nutartis *Industrias ALEN / The Clorox Company* (C-422/12 P, Rink., EU:C:2014:57, 45 punktas), kurioje Teisingumo Teismas nusprendė, kad konstatavimas, jog egzistuoja galimybė supainioti prekių ženklus CLOROX ir CLORALEX, nereiškia, kad bus pripažinta ankstesnio prekių ženklo savininko išimtinė teisė naudoti elementą „clor“, kuriuo pakankamai apibūdinamos nagrinėjamos prekės, nes dėl to, kad egzistuoja galimybė supainioti, bus saugoma tik tam tikra elementų kombinacija, o ne apibūdinamasis elementas, kuris yra tos kombinacijos dalis.

- 83 Taigi pripažinus prekių ženklų, turinčių serijinį elementą „rock“, šeimą būtų monopolizuojamas elementas „rock“, kuriuo pakankamai apibūdinamos ir giriamos ankstesniais prekių ženklais žymimos prekės ir paslaugos. Pripažinus prekių ženklų buvimą išplėsta apsauga reikštų, kad praktiškai joks kitas ūkio subjektas negalėtų registruoti prekių ženklo, kuriame yra elementas „rock“, ir tam tikrais atvejais būtų netgi uždrausta vartoti šį elementą savo reklaminiuose šūkiuose ir kitose reklamos priemonėse. Tokio laisvos konkurencijos ribojimo, kurį lemtų bazinės anglų kalbos žodžio rezervavimas tik vienam ūkio subjektui, negalėtų pagrįsti rūpinimasis tuo, kad būtų atlyginta už ankstesnių prekių ženklų savininkų kūrybines ar reklamines pastangas. Iš tikrųjų, kai tai nėra dėl naudojimo sustiprėjęs skiriamasis požymis, komercinė vertė, kurią sudaro minėtas rezervavimas, yra ne tokių savininko pastangų, o tik žodžio reikšmės nagrinėjamoje kalboje, kuri siejasi su atitinkamų prekių ir paslaugų savybėmis, rezultatas.
- 84 Trečia, ieškovė neturėtų remtis 2010 m. balandžio 27 d. Sprendimu *UniCredito Italiano / VRDT – Union Investment Privatfonds (UNIWEB)* (T-303/06 ir T-337/06, EU:T:2010:160). Šiame sprendime Bendrasis Teismas pabrėžė serijinio elemento „uni“ skiriamojo požymio svarbą nurodytų paslaugų atžvilgiu ir nurodė, kad skiriamasis požymis yra tokio lygio, kad dėl paties elemento atitinkamai visuomenei gali kilti tiesioginė asociacija su atitinkama serija (minėto Sprendimo *UNIWEB*, EU:T:2010:160, 35, 38 ir 39 punktai). Tokio skiriamojo požymio lygio šiuo atveju nėra.
- 85 Iš tikrųjų akivaizdu, kad elementas „uni“ vidutiniam vartotojui vokiečiui turi tam tikrą reikšmę, tačiau jis negali būti tiesiogiai siejamas su finansinėmis paslaugomis, būtent su investiciniais fondais, kuriems skirti ankstesni prekių ženklai byloje, kurioje buvo priimtas 84 punkte nurodytas Sprendimas *UNIWEB*, (EU:T:2010:160). Tačiau šiuo atveju nurodytas elementas „rock“ siejasi su ankstesniais prekių ženklais žymimų statybinių medžiagų ir paslaugų savybėmis. Kadangi faktinės aplinkybės šiuo esminiu požiūriu skiriasi, minėtame sprendime padarytos išvados šiuo atveju negali būti taikomos.
- 86 Iš to matyti, jog kadangi šiuo atveju elementu „rock“ pakankamai apibūdinamos ir giriamos ankstesniais prekių ženklais žymimos prekės ir paslaugos, jis negali būti laikomas bendru prekių ženklų šeimos „kamienu“.
- 87 Be to, reikia priminti, kad pagal teismo praktiką, net ir esant prekių ženklų šeimai, platesnė apsauga, kuria siekiama išvengti galimybės susieti, suteikiama tik tada, kai vėlesnis prekių ženklas turi savybių, dėl kurių jis galėtų būti priskirtas prie serijos. Taip nebūtų, pavyzdžiui, kai ankstesnių serijinių prekių ženklų bendras elementas prašomame įregistruoti prekių ženkle būtų vartojamas suteikiant kitokią semantinę turinį (šiuo klausimu žr. 2006 m. vasario 23 d. Sprendimo *Il Ponte Finanziaria / VRDT – Marine Enterprise Projects (BAINBRIDGE)*, T-194/03, Rink., EU:T:2006:65, 126 ir 127 punktus ir 84 punkte minėto Sprendimo *UNIWEB*, EU:T:2010:160, 34 punktą).
- 88 Taigi šiuo atveju elemento „rock“ semantinis turinys ginčijamame prekių ženkle „Rock & Rock“ ir ankstesniuose prekių ženkluose skiriasi, nes kaip žodžių žaismas jis siejasi su muzikos stiliumi ginčijamo prekių ženklo atveju, o kalbant apie ankstesnius prekių ženklus – daro užuominą į „akmenį“, „uolieną“ arba mineralinę vatą, nes elementais „fix“, „flexi“ ir „cover“ apibrėžiamos fizinės savybės arba numatytas panaudojimas (žr. šio sprendimo 44 ir 73 punktus).
- 89 Todėl ieškovės argumentai, susiję su prekių ženklų serijai arba šeimai suteikta platesne apsauga, turi būti atmesti.

Dėl ankstesnių prekių ženklų skiriamojo požymio

- 90 Ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba pritarė Anuliavimo skyriaus išvadai, kad ankstesnių prekių ženklų FLEXIROCK, FIXROCK, MASTERROCK ir COVERROCK skiriamasis požymis yra silpnas dėl pakankamai apibūdinamojo jų elementų pobūdžio, o prekių ženklas CEILROCK yra išradingai sugalvotas.

- 91 Šiuo klausimu ieškovė nepateikė jokių konkrečių argumentų.
- 92 Reikia priminti, kad visų ankstesnių prekių ženklų elementas „rock“ daro užuominą į „akmenį“, „uolieną“ arba mineralinę vatą, nes elementais „fix“, „flexi“ ir „cover“ apibrėžiamos fizinės savybės arba numatytas naudojimas (žr. šio sprendimo 44 ir 73 punktus). Be to, elementas „master“ turi giriamąją reikšmę, kurią visuomenė susietų su šiame punkte paminėta žodžio „rock“ reikšme. Todėl reikia pritarti Apeliacinės tarybos konstatavimui, kad ankstesniems prekių ženkams FLEXIROCK, FIXROCK, MASTERROCK ir COVERROCK būdingas tik silpnas skiriamasis požymis.
- 93 Kadangi atitinkama visuomenė nesuteiktų jokios konkrečios reikšmės elementui „ceil“, žodinis derinys CEILROCK yra išradingai sugalvotas, todėl jam būdingas vidutinis skiriamasis požymis.

Dėl galimybės supainioti

- 94 Ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba nusprendė, kad, atsižvelgiant į silpną ankstesnių prekių ženklų skiriamąjį požymį, išskyrus prekių ženklą CEILROCK, kuris yra išradingai sugalvotas, į silpną žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumą ir ypač aukštą atitinkamos visuomenės pastabumo lygį, nėra galimybės supainioti žymenų, dėl kurių kilo ginčas.
- 95 Ieškovė ginčija tokį vertinimą ir nurodo, kad yra galimybė supainioti.
- 96 Iš pateiktos analizės matyti, kad žymenimis, dėl kurių kilo ginčas, žymimos prekės yra iš dalies panašios, o kita jų dalis tik šiek tiek panaši arba skirtinga. Be to, atitinkamos visuomenės pastabumo lygis yra ypač aukštas, o žymenims, dėl kurių kilo ginčas, būdingas silpnas panašumas, kuris atsiranda dėl elemento, kuriuo pakankamai apibūdinamos ir giriamos nagrinėjamos prekės ir giriamos nurodytos paslaugos. Galiausiai reikia priminti, kad ankstesnių prekių ženklų skiriamasis požymis yra silpnas, išskyrus prekių ženklą CEILROCK, kurio skiriamasis požymis yra vidutinis.
- 97 Visapusiškai vertinant žymenis, dėl kurių kilo ginčas, ir atsižvelgiant į tai, kad atitinkamos visuomenės pastabumo lygis yra ypač aukštas perkant nurodytas prekes, vizualių, fonetinių ir conceptualių žymenų, dėl kurių kilo ginčas, skirtumų pakanka, kad, nepaisant tam tikrų nurodytų prekių panašumų, vidutiniai vartotojai vokiečiai ir statybų sektoriaus specialistai nebūtų suklaidinti dėl panašumų, atsirandančių dėl to, kad yra bendras elementas „rock“ (šiuo klausimu žr. 21 punkte nurodyto Sprendimo *REDROCK*, EU:T:2009:398, 86 punktą).
- 98 Todėl ieškovės nurodytą vienintelį pagrindą ir visą ieškinį reikia atmesti.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

- 99 Pagal Bendrojo Teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 1 dalį pralaimėjusiai šaliai nurodoma padengti bylinėjimosi išlaidas, jeigu laimėjusi šalis to reikalavo. Kadangi ieškovė pralaimėjo bylą, ji turi padengti VRDT ir įstojusios į bylą šalies bylinėjimosi išlaidas pagal jų pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

BENDRASIS TEISMAS (devintoji kolegija)

nusprendžia:

1. **Atmesti ieškinį.**
2. **Priteisti iš *Deutsche Rockwool Mineralwoll GmbH & Co. OHG* bylinėjimosi išlaidas.**

Berardis

Czucz

Popescu

Paskelbta 2015 m. liepos 8 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Parašai.