

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMO (trečioji kolegija) SPRENDIMAS

2005 m. gruodžio 8 d.*

Byloje T-29/04

Castellblanch, SA, įsteigta Sant Sadurni d'Anoia (Ispanija), atstovaujama advokatų F. de Visscher, E. Cornu, É. De Gryse ir D. Moreau,

ieškovė,

prieš

Vidaus rinkos derinimo tarnybą (prekių ženklams ir pramoniniam dizainui) (VRDT), atstovaujamą I. de Medrano Caballero,

atsakovę,

dalyvaujant kitai procedūros VRDT apeliacinėje taryboje šaliai, įstojusiai į bylą Pirmosios instancijos teisme

Champagne Louis Roederer SA, įsteigta Reimse (Prancūzija), atstovaujama advokato P. Cousin,

* Proceso kalba: anglų.

dėl ieškinio, pareikšto dėl 2003 m. lapkričio 17 d. VRDT antrosios apeliacinės tarybos sprendimo (byla R 37/2000-2), susijusio su protesto procedūra tarp *Castellblanch, SA* ir *Champagne Louis Roederer SA*,

EUROPOS BENDRIJŲ PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS
(trečioji kolegija),

kurį sudaro pirmininkas M. Jaeger, teisėjai V. Tiili ir O. Czúcz,
posėdžio sekretorė K. Andova, administratorė,

susipažinęs su 2004 m. sausio 26 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijai
pateiktu ieškiniu,

susipažinęs su 2004 m. birželio 4 d. ir 2004 m. rugsėjo 28 d. Pirmosios instancijos
teismo kanceliarijai pateiktais VRDT atsakymais į ieškinį,

susipažinęs su 2004 m. birželio 1 d. Pirmosios instancijos teismo kanceliarijai
pateiktu įstojusios į bylą šalies atsakymu į ieškinį,

įvykus 2005 m. liepos 4 d. posėdžiui,

priima šį

Sprendimą

Ginčo aplinkybės

1 1996 m. balandžio 1 d. *Castellblanch, SA*, remdamasi pataisytu 1993 m. gruodžio 20 d. Tarybos reglamentu (EB) Nr. 40/94 dėl Bendrijos prekių ženklo (OL L 11, 1994, p. 1), pateikė Vidaus rinkos derinimo tarnybai (prekių ženklo ir pramoniniam dizainui) (VRDT) Bendrijos prekių ženklo paraišką.

2 Prašomas įregistruoti prekių ženklas buvo šis vaizdinis žymuo (toliau – prekių ženklas CRISTAL CASTELLBLANCH):



- 3 Prekės, dėl kurių buvo pateikta paraiška įregistruoti, priskiriamos peržiūretos ir pataisytos 1957 m. birželio 15 d. Nicos sutarties dėl tarptautinės prekių ir paslaugų klasifikacijos ženklaus registruoti 33 klasei ir atitinka tokį aprašymą: „Vynas ir putojantis vynas“.
- 4 Ši paraiška 1997 m. lapkričio 24 d. buvo paskelbta *Bendrijos prekių ženklų biuletenyje* Nr. 29/1997.
- 5 1998 m. vasario 23 d. *Champagne Louis Roederer SA*, remdamasi Reglamento Nr. 40/94 42 straipsniu, pateikė protestą dėl šio Bendrijos prekių ženklo registravimo. Protestas buvo grindžiamas tokiais žodinio žymens CRISTAL registracijomis:
 - 1979 m. lapkričio 27 d. registracija Nr. 1 114 613 Prancūzijoje, atnaujinta 1989 m. lapkričio 13 d. (Nr. 1 559 904) ir 1991 m. gruodžio 20 d. (Nr. 1 713 576), „prancūziškam vynui, t. y. šampanui, putojančiam vynui; svaigiesiems gėrimams (išskyrus alų)“, priskiriamiems 33 klasei;
 - 1980 m. sausio 29 d. tarptautinė registracija Nr. 451 185, galiojančia Austrijoje, Beniliukso valstybėse, Italijoje ir Portugalijoje, „prancūziškam vynui, t. y. šampanui, putojančiam vynui“, priskiriamiems 33 klasei;
 - 1991 m. balandžio 18 d. registracija DD 647 501 Vokietijoje „svaigiesiems gėrimams (išskyrus alų)“, priskiriamiems 33 klasei;

- 1988 m. gruodžio 22 d. registracija Nr. 1 368 211 Didžiojoje Britanijoje „vynui ir šampanui“, priskiriamiems 33 klasei;

- 1992 m. spalio 30 d. registracija Nr. 150 404 Airijoje „svaigiesiems gėrimams (išskyrus alų)“, priskiriamiems 33 klasei;

- 1995 m. rugsėjo 15 d. registracija VR 06.021 1995 Danijoje „šampanui, putojančiam vynui, vynui ir konjakui“, priskiriamiems 33 klasei.

- 6 Be to, protestas buvo grindžiamas Belgijoje, Prancūzijoje, Didžiojoje Britanijoje ir Vokietijoje plačiai žinomais prekių ženklais, žyminčiais „šampaną“.
- 7 Proteste buvo nurodytos visos prekės, kurioms skirtos ankstesnės žymens CRISTAL registracijos, ir jis buvo pateiktas dėl visų paraiškoje įregistruoti nurodytų prekių. Protestas buvo grindžiamas Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies a ir b punktuose įtvirtintais pagrindais.
- 8 1999 m. spalio 26 d. Sprendimu Protestų skyrius protestą patenkino. Savo sprendimą jis grindė tik ankstesniu prancūzišku prekių ženklu (toliau – ankstesnis prekių ženklas). Jis manė, pirma, kad įstojusi į bylą šalis pateikė pakankamą ankstesnio prekių ženklo naudojimo iš tikrųjų įrodymą ir, antra, kad atsižvelgiant į nagrinėjamų prekių tapatumą ir žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumą bei ankstesnio prekių ženklo ryškų skiriamąjį požymį Prancūzijos rinkoje yra galimybė suklaidinti suinteresuotą visuomenę, t. y. vartotoją prancūzų.

- 9 1999 m. gruodžio 22 d. ieškovė, remdamasi Reglamento Nr. 40/94 57–62 straipsniais, pateikė VRDT apeliaciją dėl Protestų skyriaus sprendimo.
- 10 Per Apeliacinėje taryboje vykusią procedūrą ieškovė apribojo savo prekių ženklo paraišką „cava rūšies ispanišku putojančiu vynu“, priskiriamam 33 klasei.
- 11 2003 m. lapkričio 17 d. Sprendimu (toliau – ginčijamas sprendimas) Apeliacinė taryba apeliaciją atmetė. Ji manė, kad ankstesnis prekių ženklas buvo iš tikrųjų ir realiai naudojamas, ir nusprendė, kad dėl nagrinėjamų prekių ir žymenų, dėl kurių kilo ginčas, panašumo yra galimybė suklaidinti Prancūzijos visuomenę, įskaitant galimybę žymenis susieti.

Šalių reikalavimai

- 12 Ieškovė Pirmosios instancijos teismo prašo:

— panaikinti ginčijamą sprendimą,

— priteisti iš VRDT bylinėjimosi išlaidas.

13 VRDT Pirmosios instancijos teismo prašo:

— atmesti ieškinį,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

14 Įstojusi į bylą šalis Pirmosios instancijos teismo prašo:

— atmesti ieškinį,

— priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Dėl dokumentų, pirmą kartą pateiktų Pirmosios instancijos teisme, priimtumo

15 Ieškovė nurodo, kad įstojusios į bylą šalies atsakymo į ieškinį 23–30 priedai turi būti pripažinti nepriimtini, nes pirmą kartą jie buvo pateikti Pirmosios instancijos teisme.

- 16 Reikia nurodyti, kad 23 ir 24 priedai yra nacionalinių teismų sprendimų kopijos. Nors šie dokumentai pirmą kartą buvo pateikti Pirmosios instancijos teisme, jie nėra įrodymai, tačiau susiję su nacionalinių teismų sprendimais, kuriais ginčo šalys gali remtis net ir pasibaigus VRDT procedūrai.
- 17 25 priedą sudaro ištraukos iš dvikalbio prancūzų–ispanų kalbų žodyno kopija. Nenustatyta, kad šis dokumentas buvo pateiktas VRDT. Tačiau jis patvirtina jau ginčijamame sprendime paminėtą aplinkybę, kad ispanų kalbos žodis „cava“ atitinka prancūzų kalbos žodį „champagne“. Taigi aplinkybė, kad įstojusi į bylą šalis nurodė žodyną, yra nesvarbi, nes šia nuoroda patvirtinama aplinkybė priklauso Apeliacinėje taryboje vykusioje procedūroje nagrinėtoms faktinėms aplinkybėms.
- 18 Kalbant apie 26–29 priedus, jie yra Pirmosios instancijos teismo kanceliarijos ir įstojusios į bylą šalies atstovo laišku, susijusių su šiuo procesu, kopijos. Todėl ieškovė negali ginčyti jų priimtumo.
- 19 30 priedą sudaro dėžutės, kurioje pardavinėjami prekių ženklų CRISTAL pažymėti buteliai, fotografijos. Kaip matyti iš VRDT administracinės bylos, tarp pastarajai pateiktų dokumentų yra šios dėžutės fotografijos. Taigi Pirmosios instancijos teismas į šį priedą gali atsižvelgti.
- 20 Todėl tvirtinimai dėl įstojusios į bylą šalies atsakymo į ieškinį 23–30 priedų nepriimtumo turi būti atmesti.

Dėl esmės

- 21 Savo ieškinį ieškovė grindžia dviem pagrindais. Pirmasis pagrindas susijęs su Reglamento Nr. 40/94 15 straipsnio 2 dalies a punkto ir 43 straipsnio 2 ir 3 dalių bei 1995 m. gruodžio 13 d. Komisijos reglamento (EB) Nr. 2868/95, skirto valstybių narių įstatymams, susijusiems su prekių ženklais, suderinti (OL L 303, p. 1, toliau – taikymo reglamentas) 22 taisyklės 2 dalies pažeidimu. Antrasis pagrindas yra susijęs su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu.

Dėl pirmojo pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 40/94 15 straipsnio 2 dalies a punkto ir 43 straipsnio 2 ir 3 dalių bei taikymo reglamento 22 taisyklės 2 dalies pažeidimu

Išankstinės pastabos

- 22 Dėl pirmojo pagrindo įstojusi į bylą šalis pateikė „išankstinę pastabą“, susijusią su Reglamento Nr. 40/94 43 straipsnio 2 ir 3 dalių bei taikymo reglamento 22 taisyklės 1 dalies taikymu. VRDT šią išankstinę pastabą laiko ieškinyje nenurodytu teisiniu pagrindu, kuris grindžiamas argumentu dėl šių nuostatų pažeidimo, leistinu pagal Pirmosios instancijos teismo procedūros reglamento 134 straipsnio 3 dalį. Tačiau jis nepriimtinas dėl to, kad nebuvo pateiktas VRDT.

- 23 Įstojusi į bylą šalis nurodo, jog ieškovė niekada neprašė, kad ji įrodytų ankstesnio prekių ženkle naudojimą iš tikrųjų pagal Reglamento Nr. 40/94 43 straipsnio 2 ir 3 dalis ir kad VRDT niekada pagal taikymo reglamento 22 taisyklės 1 dalį jos nereikalavo pateikti tokio naudojimo įrodymų per nustatytą terminą. Taigi, įstojusios į bylą šalies nuomone ir kaip matyti iš 2004 m. kovo 17 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *El Corte Inglés prieš VRDT – González Cabello et Iberia Líneas Aéreas de España (MUNDICOR)* (T-183/02 ir T-184/02, Rink. p. II-965), priešingai nei pasielgė Apeliacinė taryba, nebūtina nagrinėti, ar įstojusios į bylą šalies pateikti dokumentai jos prekių ženkle žinomumui patvirtinti įrodo šio prekių ženkle naudojimą iš tikrųjų. Taigi pirmasis ieškovės pagrindas turi būti atmestas.
- 24 Pakanka konstatuoti, kad įstojusi į bylą šalis neginčija tos ginčijamo sprendimo dalies, kuria patenkinamas protestas, ir neprašo šio sprendimo panaikinti arba pakeisti (žr. šiuo atžvilgiu 2005 m. gegužės 11 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Naipes Heraclio Fournier prieš VRDT – France Cartes (Kortų žaidimo kardas, vėzdų raitelis ir kardo karalius)*, T-160/02–T-162/02, Rink. p. II-1643, 17–20 punktus), todėl jos išankstinė pastaba neparemia jos reikalavimų.
- 25 Taigi nebūtina nagrinėti šią išankstinę pastabą.

Dėl tariamo ankstesnio prekių ženkle skiriamą požiūrio pakeitimo

- 26 Ieškovė tvirtina, kad įstojusi į bylą šalis neįrodė ankstesnio prekių ženkle naudojimo iš tikrųjų, ir todėl ginčijamas sprendimas pažeidžia Reglamento Nr. 40/94 15 straipsnio 2 dalies a punktą, 43 straipsnio 2 ir 3 dalis bei taikymo reglamento 22 taisyklės 2 dalį. Iš tikrųjų kai prekių ženkle sudaro skirtingi elementai, iš kurių tik

vienas ar keli turi skiriamąjį požymį ir leidžia įregistruoti prekių ženklą kaip visumą, šių elementų pakeitimas, praleidimas arba pakeitimas kitu elementu paprastai lemtų minėto prekių ženklo skiriamojo požymio pakeitimą. Šiuo atžvilgiu ji nurodo VRDT praktiką.

27 VRDT ir įstojusi į bylą šalis nesutinka su ieškovės argumentais ir tvirtina, kad prekių ženklo CRISTAL naudojimas buvo įrodytas.

28 Pirmosios instancijos teismas primena, kad, kaip matyti iš Reglamento Nr. 40/94 devintosios konstatuojamosios dalies, Taryba manė, jog anksčiau įregistruoto prekių ženklo apsauga pateisinama tik tada, kai prekių ženklas iš tikrųjų yra naudojamas. Laikydamosi šios konstatuojamosios dalies Reglamento Nr. 40/94 43 straipsnio 2 ir 3 dalyse numato, jog Bendrijos prekių ženklo paraišką pateikęs asmuo gali pareikalauti pateikti įrodymus, kad penkerius metus iki prekių ženklo, dėl kurio pareikštas protestas, paraiškos paskelbimo ankstesnis prekių ženklas buvo iš tikrųjų naudojamas toje teritorijoje, kurioje jis yra saugomas (2002 m. gruodžio 12 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Kabushiki Kaisha Fernandes prieš VRDT – Harrison (HIWATT)*, T-39/01, Rink. p. II-5233, 34 punktas ir 2004 m. spalio 6 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Vitakraft-Werke Wührmann prieš VRDT – Kraft (VITAKRAFT)*, T-356/02, Rink. p. II-3445, 25 punktas).

29 Pagal taikymo reglamento 22 taisyklės 2 dalį naudojimo įrodymai turi pateikti duomenis apie ankstesnio prekių ženklo naudojimo vietą, laiką, apimtį bei pobūdį.

- 30 Be to, reikia patikslinti, kad pagal kartu taikomus Reglamento Nr. 40/94 15 straipsnio 2 dalies a punktą ir 43 straipsnio 2 ir 3 dalis įrodymas dėl ankstesnio nacionalinio ar Bendrijos prekių ženklo, kuriuo grindžiamas protestas dėl Bendrijos prekių ženklo paraiškos, naudojimo iš tikrųjų apima ir įrodymą dėl ankstesnio prekių ženklo naudojimo tokia forma, kurios elementai skiriasi, jeigu jie nepakeičia prekių ženklo skiriamąjo požymio, kuris buvo prekių ženklo įregistravimo momentu (žr. šiuo atžvilgiu 2003 m. liepos 9 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Laboratorios RTB prieš VRDT – Giorgio Beverly Hills (GIORGIO AIRE)*, T-156/01, Rink. p. II-2789, 44 punktą).
- 31 Šiuo atveju ieškovė nurodo, kad iš įstojusios į bylą šalies pateiktų įrodymų dėl naudojimo ir gero vardo išplaukia, jog pastaroji ankstesnį prekių ženklą naudojo tokia forma, kuri skiriasi nuo tos, kuria šis prekių ženklas buvo įregistruotas. Iš tikrųjų ankstesnis prekių ženklas naudojamas buteliams, kurių pagrindinėje etiketėje ir etiketėje ant butelio kaklelio, be žodžio „cristal“, kartojamas pavadinimas „Louis Roederer“, iš raidžių „l“ ir „r“ sudarytas simbolis bei keli papildomi vaizdiniai elementai. Ieškovės nuomone, žodžio „cristal“ ir pavadinimo „Louis Roederer“, raidžių „lr“ bei vaizdinių elementų kombinacija daro esminę įtaką ankstesnio prekių ženklo tapatybei, ypač atsižvelgiant į žodžių „Louis Roederer“ ryškų skiriamąjį požymį, ir todėl neįrodo ankstesnio prekių ženklo CRISTAL naudojimo iš tikrųjų. Taigi įstojusios į bylą šalies pateiktas protestas, ir todėl ginčijamas sprendimas yra nepagrįsti.
- 32 Pirmiausia Pirmosios instancijos teismas, kaip ir VRDT, nurodo, kad ieškovė ginčija ne ankstesnio prekių ženklo naudojimo vietą, laiką ir apimtį, bet tik šio naudojimo pobūdį.
- 33 Ginčijamame sprendime Apeliacinė taryba konstatavo, kad nėra jokios taisyklės Bendrijos prekių ženklų srityje, įpareigojančios protestą pateikusį asmenį įrodyti ankstesnio prekių ženklo naudojimą atskirai, nepaisant kitų prekių ženklų.

Apeliacinės tarybos nuomone, gali būti, kad du ar daugiau prekių ženklų yra naudojami tuo pat metu ir atskirai, su gamintojo bendrovės pavadinimu ar be jo, kaip daroma, pavyzdžiui, automobilių ir vyno sektoriuose.

34 Šiai nuomonei reikia pritarti. Iš tikrųjų kalbama ne apie tai, kad įstojusios į bylą šalies prekių ženklas naudojamas kitokia forma, nei buvo įregistruotas, bet apie tai, kad daugelis žymenų yra naudojami vienu metu, neiškreipiant įregistruoto žymens skiriamąjį požymį. Kaip teisingai konstatavo VRDT, kalbant apie etikečių klijavimą ant vyno sektoriaus prekių, skirtingi prekių ženklai arba nuorodos, ypač vyno sektoriaus prekių gamintojo pavadinimas bei prekės pavadinimas, komercinėje praktikoje dažnai klijuojami kartu ant tos pačios prekės.

35 Šiuo atveju prekių ženklas CRISTAL keturis kartus aiškiai panaudotas įstojusios į bylą šalies pardavinėjamo butelio kaklelio etiketėje ir du kartus pagrindinėje etiketėje kartu su simboliu °. Butelio kaklelio etiketėje jis yra atitolęs nuo kitų elementų. Be to, ant dėžučių, kuriose pardavinėjami prekių ženklu CRISTAL pažymėti buteliai, naudojamas tik prekių ženklas CRISTAL. Be to, įstojusios į bylą šalies pateiktose sąskaitose minimas žodis „cristal“ su nuoroda „dėžutė 1990“. Pažymėtina, kad taip prekių ženklas CRISTAL identifikuoja įstojusios į bylą šalies pardavinėjamas prekes.

36 Kalbant apie pagrindinėje etiketėje esančią nuorodą „Louis Roederer“, ji nurodo tik gamintojo bendrovės pavadinimą, o tai gali sukurti tiesioginį ryšį tarp vienos ar kelių prekių linijų ir konkrečios įmonės. Tas pats pasakytina apie raidžių grupę „lr“, reiškiančią įstojusios į bylą šalies pavadinimo inicialus. Kaip nurodė VRDT, šių elementų naudojimas kartu ant to paties butelio nedaro žalos prekių ženklo CRISTAL atliekamai identifikavimo funkcijai nagrinėjamų prekių atžvilgiu.

- 37 Be to, reikia pritarti VRDT vertinimui, pagal kurį žodinio prekių ženklo naudojimas kartu su geografine nuoroda „Champagne“ negali būti laikomas priedu, galinčiu daryti įtaką prekių ženklo skiriamajam požymiui, kai šis ženklas naudojamas šampanui. Iš tikrųjų vyno sektoriuje vartotojui dažnai ypač svarbi tiksli prekės geografinė kilmė ir vyno gamintojo tapatybė, nes šių prekių geras vardas dažnai siejamas su aplinkybe, kad jie pagaminti konkrečiame geografiniame regione ir konkretaus vyno sektoriaus prekių gamintojo.
- 38 Tokiomis aplinkybėmis reikia konstatuoti, kad žodinio prekių ženklo CRISTAL naudojimas kartu su kitomis nuorodomis yra nereikšmingas ir kad Apeliacinė taryba nepažeidė nei Reglamento Nr. 40/94 15 straipsnio 2 dalies a punkto, nei jo 43 straipsnio 2 ir 3 dalių, nei taikymo reglamento 22 taisyklės 2 dalies.
- 39 Todėl ieškovės pirmąjį pagrindą reikia atmesti.

Dėl antrojo pagrindo, susijusio su Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punkto pažeidimu

- 40 Ieškovė nurodo, kad atsižvelgiant į prekių skirtumus, prekių ženklų skirtumus, ankstesnio prekių ženklo silpną skiriamąjį požymį ir visus kitus atitinkamus faktorius, tokius kaip su šia byla susiję nacionaliniai sprendimai ir žymenys, dėl kurių kilo ginčas, koegzistavimą, nėra galimybės supainioti žymenis, dėl kurių kilo ginčas.

- 41 VRDT ir įstojusi į bylą šalis tvirtina, kad Apeliacinė taryba teisingai vertino supainiojimo galimybės egzistavimą.
- 42 Pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 1 dalies b punktą ankstesnio prekių ženklo savininkui užprotestavus, prekių ženklas, kuriam įregistruoti buvo paduota paraiška, 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 ženklu. Be to, pagal Reglamento Nr. 40/94 8 straipsnio 2 dalies a punkto ii ir iii papunkčius ankstesni prekių ženklai reiškia prekių ženklus, įregistruotus valstybėje narėje, ir prekių ženklus, įregistruotus pagal valstybėje narėje galiojančius tarptautinius susitarimus, kurių įregistravimo paraiškos padavimo data yra ankstesnė už Bendrijos prekių ženklo įregistravimo paraiškos padavimo datą.
- 43 Pagal nusistovėjusią Bendrijų teismų praktiką galimybę suklaidinti sudaro galimybė, kad visuomenė gali manyti, jog nagrinėjamos prekės ar paslaugos pagamintos ar suteiktos tos pačios įmonės arba ekonomiškai susijusių įmonių.
- 44 Pagal tą pačią teismų praktiką supainiojimo galimybė turi būti visapusiškai vertinama atsižvelgiant į tai, kaip atitinkama visuomenė suvokia tam tikrus žymenis ar prekes ir paslaugas, ir į visas konkrečiam atvejui būdingas aplinkybes, ypač į žymenų panašumo ir jais žymimų prekių ir 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, 31–33 punktus ir minėtą teismų praktiką).

- 45 Šiuo atveju prekių ženklai, kuriais grindžiamas protestas, yra Prancūzijoje, Vokietijoje, Didžiojoje Britanijoje, Airijoje ir Danijoje įregistruoti nacionaliniai prekių ženklai bei tarptautinis prekių ženklas, kurio apsauga galioja Austrijoje, Beniliukso valstybėse, Italijoje ir Portugalijoje. Šalys neginčija, kad Protestų skyriaus sprendimas ir ginčijamas sprendimas grindžiami tik ankstesniu prancūzišku prekių ženklu. Taigi Pirmosios instancijos teismo nagrinėjimas turi apsiriboti Prancūzijos teritorija.
- 46 Suinteresuotą visuomenę sudaro paprastas vartotojas prancūzas, kuris yra pakankamai informuotas ir pakankamai pastabus bei nuovokus. Ši visuomenė taip pat apima vyno bei gastronomijos sektoriaus specialistus.

— Dėl prekių palyginimo

- 47 Ieškovė pažymi, kad įstojusios į bylą šalies atliekamas naudojimas apsiriboja tik „prancūzišku vynu, t. y. šampanu“, o prašomu įregistruoti prekių ženklu, apribojus prekių, kurių atžvilgiu prašoma registracijos, sąrašą, ženklinamas „cava rūšies ispaniškas putojantis vynas“. Šios prekės, atsižvelgiant į jų kilmės, požymių, šampano ir „cava“ kainų bei atitinkamos visuomenės skirtumus, net nėra panašios.
- 48 Reikia priminti, kad Protestų skyriaus sprendime, kaip ir ginčijamame sprendime, ankstesnio prekių ženklo naudojimas yra laikomas įrodytu visų prekių, kurioms skirtas ankstesnis prekių ženklas, atžvilgiu, t. y. ne tik šampano atžvilgiu.
- 49 Todėl reikia palyginti „cava rūšies ispanišką putojantį vyną“, nurodytą prekių ženklo paraiškoje, su „prancūzišku vynu, t. y. šampanu, putojančiu vynu; svaigiaisiais gėrimais (išskyrus alų)“, kuriems skirtas ankstesnis prekių ženklas.

- 50 Vertinant nagrinėjamų prekių ar paslaugų panašumą, reikia atsižvelgti į visus svarbius prekių ir paslaugų ryšį nusakančius veiksnius. Šie veiksniai ypač apima jų rūšį, paskirtį, naudojimą bei tai, ar jos yra konkuruojančios ar papildančios vienos kitas (žr. pagal analogiją 1998 m. rugsėjo 29 d. Teisingumo Teismo sprendimo *Canon*, C-39/97, Rink. p. I-5507, 23 punktą).
- 51 Be to, kai ankstesniu prekių ženklu žymimos prekės apima prekes, nurodytas prekių ženklo paraiškoje, šios prekės laikomos tapačiomis (šiuo klausimu žr. 2002 m. spalio 23 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Oberhauser prieš VRDT – Petit Liberto (Fifties)*, T-104/01, Rink. p. II-4359, 32 ir 33 punktus).
- 52 Reikia nurodyti, kad „prancūziškas vynas, t. y. šampanas, putojantis vynas; svaigieji gėrimai (išskyrus alų)“ ir „cava rūšies ispaniškas putojantis vynas“ yra tokios pačios rūšies, vartojami tuo pačiu tikslu ir esant tokioms pačioms aplinkybėms, pavyzdžiui, per šventes, parduodami tose pačiose pardavimo vietose arba tuose pačiuose prekybų centrų skyriuose, todėl yra konkuruojančios prekės. Nors ieškovės nurodytos prekės apsiriboja ispaniškomis prekėmis, to nepakanka, kad būtų paneigtas prekių panašumas vertinant supainiojimo galimybę. Iš tikrųjų visuomenės atžvilgiu supainiojimo galimybė gali egzistuoti net ir tada, kai nagrinėjamos prekės pagamintos skirtingose vietose (pagal analogiją žr. minėto sprendimo *Canon* 29 ir 30 punktus). Be to, reikia priminti, kad prekės, kurioms skirtas ankstesnis prekių ženklas, yra ne tik prancūziškas vynas, bet ir apskritai putojantis vynas, kuris gali būti pagamintas Ispanijoje. Taigi putojantis vynas apima „cava rūšies ispanišką putojantį vyną“, todėl šios prekės yra tapačios.

53 Net ir darant prielaidą, kad ankstesnio prekių ženklo atžvilgiu turi būti atsižvelgiama tik į šampaną, nagrinėjamos prekės yra panašios. Šiuo atžvilgiu ieškovės argumentas, susijęs su prekių ženklu CRISTAL pažymėto šampano ir jos pardavinėjamo „cava“ kainos skirtumu, yra nepagrįstas. Reikia lyginti ne ypatingą prekę, t. y. prekių ženklu CRISTAL pažymėtą šampaną, bet šampaną apskritai su prekių ženklo paraiškoje nurodytomis prekėmis. Būtina nurodyti, kad yra šampano, kurio kaina labai nesiskiria nuo geros kokybės „cava“ kainos. Be to, kaip buvo nurodyta, skirtinga pagaminimo vieta, darant prielaidą, kad vartotojas prancūzas žino, jog „cava“ gali būti gaminamas tik Ispanijoje, yra nereikšminga. Iš tikrųjų negalima paneigti, kad ta pati įmonė gali gaminti „cava“ ir šampaną skirtingose vietose.

54 Todėl ginčijamos prekės yra tapačios arba bent jau labai panašios.

— Dėl žymenų palyginimo

55 Kaip išplaukia iš nusistovėjusios Pirmosios instancijos teismo praktikos, visapusiškas supainiojimo galimybės įvertinimas, kiek jis susijęs su žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualiū, fonetiniu ar konceptualiū panašumu, privalo būti pagrįstas jų daromu bendru išpūdžiu, atsižvelgiant būtent į jų skiriamuosius ir dominuojančius elementus (žr. 2003 m. spalio 14 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Philips-Van Heusen prieš VRDT – Pash Textilvertrieb und Einzelhandel (BASS)*, T-292/01, Rink. p. II-4335, 47 punktą ir nurodytą teismų praktiką).

56 Ieškovė mano, kad žymenų palyginimas turi būti atliekamas atsižvelgiant į tokį ankstesnį prekių ženklą, kuris buvo naudojamas, o ne tokį, koks jis buvo įregistruotas.

57

Ieškovės tvirtinimui nepritartina. Kaip teisingai konstatavo Apeliacinė taryba, turi būti atliekamas tokių žymenų, kokie buvo įregistruoti arba kokie nurodyti paraiškoje įregistruoti, palyginimas neatsižvelgiant į jų naudojimą atskirai arba kartu su kitais prekių ženklais arba nuorodomis. Taigi reikia palyginti šiuos žymenis:

CRISTAL

ankstesnis prekių ženklas



prašomas įregistruoti prekių ženklas

58

Apeliacinė taryba, remdamasi Protestų skyriaus sprendimu, konstatavo:

„(Protestų skyriaus) sprendimas nurodo, kad nepaisant tam tikro žymenų, dėl kurių kilo ginčas, tapatumo, prekių ženklai neturi būti laikomi panašiais vizualiai. Priešingai, abiejų žymenų fonetiniai skirtumai yra nepakankami juos laikyti skirtingais, dėl ko darytina išvada dėl jų fonetinio panašumo. Galiausiai Protestų skyrius pripažino, kad žymenys panašūs konceptualiai, ir patvirtino, kad žodis „cristal“ gali daryti užuominą į žymenis, dėl kurių kilo ginčas, ženklinamas prekes, bet jų neapibūdina.“

- 59 Dėl žymenų vizualaus palyginimo reikia pažymėti, kad ankstesnį prekių ženklą sudaro tik žodinis elementas „cristal“, kai prašomas įregistruoti prekių ženklas yra vaizdinis prekių ženklas, kurį sudaro pilies paveikslėlis ir žodžiai „cristal“ bei „castellblanch“, patalpinti į iš taškų sudarytą ovalo formos rėmą. Žodis „castellblanch“ parašytas pastorintu šriftu ir didesnėmis raidėmis nei žodis „cristal“. Taigi, kaip teisingai nurodė ieškovė, vartotojo dėmesys pirmiausiai nukrypsta į žodį „castellblanch“, nes prekių ženklo vaizdiniai elementai yra visiškai antraeiliai. Tačiau atsižvelgiant į žodžio „cristal“ užimamą centrinę poziciją prašomame įregistruoti prekių ženkle ir aplinkybę, jog prašomas įregistruoti prekių ženklas apima visą ankstesnį prekių ženklą, yra tam tikras žymenų, dėl kurių kilo ginčas, vizualus panašumas.
- 60 Kalbant apie fonetinį palyginimą, nors prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas – kaip tvirtina ieškovė – skiriasi žodžių, raidžių, skiemenų, balsių ir priebalsių skaičiumi, reikia nurodyti, kad yra fonetinis šių prekių ženklų panašumas, nes prašomas įregistruoti prekių ženklas apima visą ankstesnį prekių ženklą. Be to, abiem nagrinėjamiems prekių ženklams bendras elementas yra pirmas prašomo įregistruoti prekių ženklo žodis, todėl jis tariamas pirmiausiai. Atskiro žodžio „castellblanch“ prijungimas šio panašumo nesumenkina. Iš tikrųjų, kadangi žodis „cristal“ yra trumpas ir krentantis į akis, negali būti paneigta, kad užsakydamas žodžiu vartotojas ištars tik šį pirmąjį žodį. Taigi fonetiškai žodis „cristal“ yra prašomo įregistruoti prekių ženklo dominuojantis elementas. Be to, jis tapatus vieninteliam ankstesnio prekių ženklo elementui. Taigi yra žymenų, dėl kurių kilo ginčas, fonetinis panašumas.
- 61 Dėl konceptualaus palyginimo reikia nurodyti, kad žymenys yra panašūs. Iš tikrųjų abu žymenys apima žodį „cristal“, kuriam būdingas aiškus konceptualus turinys suinteresuotos visuomenės požiūriu ta prasme, kad šis žodis siejasi su skaidrumu ir grynumu. Tačiau žodis „castellblanch“ suinteresuotos visuomenės požiūriu neturi akivaizdžios reikšmės. Tokiomis aplinkybėmis konceptualiai žodis „castellblanch“ negali būti laikomas prašomo įregistruoti prekių ženklo dominuojančiu elementu. Šiuo atžvilgiu netinkamas ieškovės argumentas, pagal kurį žodis „cristal“ yra apibūdinantis arba bent darantis užuominą į nagrinėjamų prekių požymius, o dėl to

jis taptų nagrinėjamo prekių ženklo antraeilium elementu. Iš tikrųjų ši aplinkybė nedaro įtakos prašomo įregistruoti prekių ženklo conceptualiam turiniui. Be to, negalima atmesti, kad užuominą darantis elementas gali būti suprantamas kaip dominuojantis elementas, jei kiti žymens elementai yra dar mažiau saviti nei šitas (2005 m. gegužės 25 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *TeleTech Holdings prieš VRDT – Teletech International (TELETECH GLOBAL VENTURES)*, T-288/03, Rink. p. II-1767, 86 punktas).

- 62 Taigi reikia nurodyti, kad prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, turi labai panašių elementų. Būtina dar kartą visapusiškai įvertinti, ar yra galimybė juos supainioti.

— Supainiojimo galimybė

- 63 Ieškovė tvirtina, kad ankstesnis prekių ženklas turi tik silpną skiriamąjį požymį, nes žodis „cristal“ apibūdina ir daro užuominą į nagrinėjamas prekes, kad jis neįgijo skiriamąjo požymio dėl naudojimo ir kad rinkoje yra daug kitų žodžių „cristal“ apimančių prekių ženklų, įregistruotų 33 klasei priskiriamoms prekėms.

- 64 Argumentą, kad žodis „cristal“ yra nagrinėjamas prekes apibūdinanti nuoroda, skundžiamame sprendime Apeliacinė taryba atmetė konstatuodama, kad tai yra užuominą daranti nuoroda, kuri siejasi su vyno skaidrumu, bet neapibūdina prekės. Be to, Apeliacinė taryba manė, ypač remdamasi 1999 metais Prancūzijoje, Jungtinėje Karalystėje ir Italijoje tyrimų instituto *Gallup France* atliktu tyrimu dėl žinomumo (toliau – *Gallup* tyrimas), kad prekių ženklo CRISTAL ryškus skiriamasis požymis Prancūzijos rinkoje buvo įrodytas.

- 65 Iš *Gallup* tyrimo matyti, kad prekių ženklų CRISTAL žinomumas yra beveik tapatus prekių ženklų *Dom Pérignon* žinomumui tiek Prancūzijoje, tiek Italijoje ir Jungtinėje Karalystėje.
- 66 Reikia nurodyti, kad *Gallup* tyrimo objektas buvo „pripažinto šampano žinomumas Prancūzijoje, Italijoje ir Jungtinėje Karalystėje“ 1999 metų vasario mėnesį. Iš dalies, pavadinimu „Kontekstas, tikslai ir metodologija“, matyti, kad įstojusios į bylą šalies atstovai pageidavo atlikti tyrimą dėl prekių ženklų CRISTAL žymimo šampano žinomumo „aukščiausiosios klasės viešbučiuose, restoranuose ir vyno parduotuvėse“; „informacija buvo renkama iš aukščiausios klasės viešbučių, restoranų ir vyno parduotuvių vyno rūšių padavėjų ar prižiūrėtojų“. Kiekvienoje nagrinėjamoje valstybėje buvo atlikta 100 interviu.
- 67 Reikia nurodyti, kad tyrimas įrodo prekių ženklų CRISTAL žinomumą tik vienai atitinkamos visuomenės daliai. Iš tikrųjų šis tyrimas nagrinėjo prekių ženklų CRISTAL žinomumą ne paprastiems vartotojams, bet specialių žinių šioje srityje turintiems pirkėjams. Be to, kiti įstojusios į bylą šalies dokumentai taip pat įrodo tik prekių ženklų žinomumą specialių žinių turinčiai visuomenei, nes tai yra ištraukos iš specializuotų žurnalų vynininkystės srityje. Remiantis šiais dokumentais negalima nustatyti, kad prekių ženklas CRISTAL turi gerą vardą paprasto vartotojo prancūzo požiūriu.
- 68 Tačiau net jeigu ankstesnio prekių ženklų žinomumas arba geras vardas negali būti konstatuojamas visos suinteresuotos visuomenės atžvilgiu, yra galimybė supainioti prekių ženklus, dėl kurių kilo ginčas, įskaitant galimybę juos susieti, nes

nagrinėjamos prekės yra tapačios arba bent labai panašios, o žymenys – panašūs. Taip pat yra nesvarbu, ar ankstesniam prekių ženklui būdingas ryškus skiriamasis požymis.

- 69 Iš tikrųjų, nors, vertinant supainiojimo galimybę, turi būti atsižvelgta į ankstesnio prekių ženklo skiriamąjį požymį (žr. pagal analogiją minėto sprendimo *Canon*, C-39/97, Rink. p. I-5507, 24 punktą), jis yra tik vienas iš elementų, į kuriuos atsižvelgiama vertinimo metu. Netgi tuo atveju, kai yra ankstesnis prekių ženklas su silpnu skiriamuoju požymiu, gali būti supainiojimo galimybė dėl šių žymenų ir atitinkamų prekių ar paslaugų panašumo (šiuo atžvilgiu žr. 2005 m. kovo 16 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *L'Oréal prieš VRDT – Revlon (FLEXI AIR)*, T-112/03, Rink. p. II-949, 61 punktą).
- 70 Bet kuriuo atveju žodis „cristal“ nėra apibūdinantis nagrinėjamas prekes, bet gali būti laikomas darančiu užuominą. Taigi reikia nurodyti, kad prekių ženklui CRISTAL būdingas vidutinis, bet ne silpnas, kaip nurodo ieškovė, skiriamasis požymis.
- 71 Dėl ieškovės argumento, kad yra kitų žodžių „cristal“ apimančių prekių ženklų, įregistruotų 33 klasei priklausančioms prekėms, kuriuo įrodomas tiek ankstesnio prekių ženklo silpnas skiriamasis požymis, tiek nagrinėjamų prekių ženklų taikus koegzistavimas, pakanka konstatuoti, jog nenustatyta, kad šie prekių ženklai iš tikrųjų buvo efektyviai naudojami arba kad jie apskritai buvo naudojami ginčijamoms prekėms, ypač putojančiam vynui.
- 72 Be to, net jeigu negalima visiškai atmesti galimybės, kad tam tikrais atvejais ankstesnių prekių ženklų koegzistavimas rinkoje gali sumažinti VRDT instancijų patvirtintą prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, supainiojimo galimybę, į tokią galimybę atsižvelgiama tik tuomet, jeigu bent jau su santykiniais atmetimo

pagrindais susijusios procedūros VRDT metu paraišką Bendrijos prekių ženklui pateikęs asmuo aiškiai įrodė, kad minėtas koegzistavimas remiasi tuo, jog nėra galimybės visuomenei supainioti ankstesnių prekių ženklų, kuriais jis remiasi, su įstojusios į bylą šalies ankstesniu prekių ženklu, kuriuo grindžiamas protestas, išskyrus, kai nagrinėjami ankstesni prekių ženklai ir prekių ženklai, dėl kurių kilo ginčas, yra tapatūs (2005 m. gegužės 11 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Grupo Sada prieš VRDT – Sadia (GRUPO SADA)*, T-31/03, Rink. p. II-1667, 86 punktas).

- 73 Šiuo atveju reikia nurodyti, kad per administracinę procedūrą ieškovė pateikė tik kai kurių iš jos nurodytų įregistruotų prekių ženklų fotografijų kopijas ir registracijos pažymėjimus, siekdama pagrįsti tvirtinimą, kad šie ženklai rinkoje koegzistuoja su įstojusios į bylą šalies ankstesniu prekių ženklu. Pakanka konstatuoti, kad nagrinėjami ankstesni prekių ženklai nėra tapatūs prekių ženklu, dėl kurių kilo ginčas. Be to, šios informacijos nepakanka įrodyti, kad prekių ženklų, dėl kurių kilo ginčas, supainiojimo galimybė buvo sumažinta ir *a fortiori* pašalinta (šiuo atžvilgiu žr. minėto sprendimo *GRUPO SADA* 87 punktą).
- 74 Dėl tariamo ankstesnio prekių ženklo CRISTAL ir ieškovės nacionalinio prekių ženklo CRISTAL CASTELLBLANCH koegzistavimo pakanka konstatuoti, kad ieškovė taip pat neįrodė, jog minėtas koegzistavimas remiasi supainiojimo galimybės nebuvimu. Priešingai, iš bylos dokumentų matyti, kad dėl ieškovės ir įstojusios į bylą šalies prekių ženklų buvo kilę daug ginčų, įrodančių, kad šis tariamas koegzistavimas nebuvo taikus.
- 75 Kalbant apie skirtingus nacionalinių teismų sprendimus, kuriais remiasi šalys, pakanka konstatuoti, kad Bendrijos prekių ženklų sistema yra autonominė sistema, kurią sudaro taisyklių ir siekiamų specifinių tikslų visuma ir kurios taikymas nepriklauso nuo jokios nacionalinės sistemos (2000 m. gruodžio 5 d. Pirmosios instancijos teismo sprendimo *Messe München prieš VRDT (electronica)*, T-32/00, Rink. p. II-3829, 47 punktas).

76 Tokiomis aplinkybėmis ieškovės antrasis pagrindas turi būti atmestas.

77 Todėl ieškinys yra atmestinas.

Dėl bylinėjimosi išlaidų

78 Pagal 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 ir įstojusios į bylą šalies pateiktus reikalavimus.

Remdamasis šiais motyvais,

PIRMOSIOS INSTANCIJOS TEISMAS (trečioji kolegija)

nusprendžia:

1. Atmesti ieškinį.

2. Priteisti iš ieškovės bylinėjimosi išlaidas.

Jaeger

Tiili

Czucz

Paskelbta 2005 m. gruodžio 8 d. viešame posėdyje Liuksemburge.

Kancleris

Pirmininkas

E. Coulon

M. Jaeger