

## Lieta T-30/09

*Engelhorn KGaA*

pret

### **Iekšējā tirgus saskaņošanas biroju (preču zīmes, paraugi un modeļi) (ITSB)**

Kopienas preču zīme — Iebildumu process — Kopienas vārdiskas preču zīmes “peerstorm” reģistrācijas pieteikums — Agrākas Kopienas un valsts vārdiskas preču zīmes “PETER STORM” — Relatīvs atteikuma pamatojums Sajaukšanas iespēja — Regulas (EK) Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts (tagad — Regulas (EK) Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts) Agrāko preču zīmju faktiskā izmantošana — Regulas Nr. 40/94 15. pants un 43. panta 2. punkts (tagad — Regulas Nr. 207/2009 15. pants un 42. panta 2. punkts)

Vispārējās tiesas (astotā palāta) 2010. gada 8. jūlija spriedums . . . . . II - 3808

#### Sprieduma kopsavilkums

1. *Kopienas preču zīme — Pārsūdzības procedūra — Prasība Kapienu tiesā — Pieteikums par lietas ierosināšanu — Formas prasības*  
(*Tiesas Statūtu 21. pants; Vispārējās tiesas Reglamenta 44. panta 1. punkta c) apakšpunkts*)

2. *Kopienas preču zīme — Iebildumi un trešo personu apsvērumi — Iebildumu izskatīšana — Agrākas preču zīmes izmantošanas pierādījums — Faktiska izmantošana — Jēdziens — Interpretācija, ņemot vērā Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkta “ratio legis” (Padomes Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkts)*
3. *Kopienas preču zīme — Iebildumi un trešo personu apsvērumi — Iebildumu izskatīšana — Agrākas preču zīmes izmantošanas pierādījums — Faktiska izmantošana — Jēdziens — Vērtējuma kritēriji (Padomes Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkts)*
4. *Kopienas preču zīme — Iebildumi un trešo personu apsvērumi — Iebildumu izskatīšana — Agrākas preču zīmes izmantošanas pierādījums — Faktiska izmantošana — Kritēriju piemērošana konkrētā gadījumā (Padomes Regulas Nr. 40/94 43. panta 2. un 3. punkts)*
5. *Kopienas preču zīme — Iebildumi un trešo personu apsvērumi — Iebildumu izskatīšana — Agrākas preču zīmes izmantošanas pierādījums — Faktiska izmantošana — Vērtējuma kritēriji — Prasība par konkrētiem un objektīviem pierādījumiem (Padomes Regulas Nr. 40/94 15. panta 2. punkta a) apakšpunkts un 43. panta 2. un 3. punkts)*
6. *Kopienas preču zīme — Kopienas preču zīmes definīcija un iegūšana — Relatīvi atteikuma pamatojumi — Agrākas preču zīmes, kas ir identiska vai līdzīga un reģistrēta attiecībā uz identiskām vai līdzīgām precēm vai pakalpojumiem, īpašnieka iebildumi — Sajaukšanas ar agrāku preču zīmi iespēja (Padomes Regulas Nr. 40/94 8. panta 1. punkta b) apakšpunkts)*

1. Atbilstoši Tiesas Statūtu 21. pantam un Vispārējās tiesas Reglamenta 44. panta 1. punkta c) apakšpunktam prasības pieteikumā jābūt kopsavilkumam par izvirzītajiem pamatiem. Kaut arī atsevišķos jautājumos prasības pieteikuma tekstu var pamatot un papildināt,

atsaucoties uz tam pievienotajiem materiāliem, vispārīga atsauce uz citiem dokumentiem nevar kompensēt galveno juridisko argumentu neesamību, kam atbilstoši iepriekš minētajiem noteikumiem ir jābūt ietvertiem pašā prasības pieteikumā.

Vispārējai tiesai nav jāaizstāj lietas dalībnieki, cenšoties dokumentos, uz kuriem lietas dalībnieki atsaucas, sameklēt atbilstošus elementus.

(sal. ar 18. un 19. punktu)

2. Prasības, saskaņā ar kuru agrākai preču zīmei ir jābūt faktiski izmantotai Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 43. panta 2. un 3. punkta izpratnē, lai to varētu pretstatīt Kopienas preču zīmes reģistrācijas pieteikumam, *ratio legis* ir samazināt konfliktus starp divām preču zīmēm, ja vien nav ekonomiski pamatota iemesla, kas izriet no preču zīmes reālas funkcijas tirgū. Turpretī minētās normas neparedz vērtēt uzņēmuma komercdarbības panākumus, ne kontrolēt uzņēmuma ekonomisko stratēģiju, ne arī sniegt aizsardzību preču zīmēm tikai tad, ja to komerciālā izmantošana sasniedz kvantitatīvi nozīmīgu apjomu.

(sal. ar 23. punktu)

3. Preču zīme ir faktiski izmantota, ja tā ir izmantota atbilstoši tās pamata funkcijai,

t.i., garantēt to preču vai pakalpojumu identitāti, attiecībā uz kuriem tā ir reģistrēta, lai radītu vai saglabātu šo preču un pakalpojumu noietu, izslēdzot simboliska rakstura izmantošanu, kuras vienīgais mērķis ir saglabāt preču zīmes piešķirtās tiesības. Turklāt nosacījums attiecībā uz preču zīmes faktisku izmantošanu prasa, lai šī preču zīme, kāda tā ir aizsargāta konkrētajā teritorijā, tiktu izmantota publiski un ārēji.

Preču zīmes faktiskās izmantošanas rakstura vērtējums Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 43. panta 2. un 3. punkta izpratnē ir jābalsta kopumā uz visiem faktiem un apstākļiem, kas ir atbilstoši, lai noskaidrotu tās patieso komerciālo izmantošanu, it īpaši izmantošanu, ko attiecīgajā ekonomiskajā nozarē uzskata par pamatotu, lai saglabātu vai radītu tirgus daļas ar preču zīmi aizsargājām precēm vai pakalpojumiem, šo preču vai pakalpojumu raksturu, tirgus raksturojumu, preču zīmes izmantošanas apjomu un biežumu.

Attiecībā uz apjomu, kādā tikusi izmantota agrākā preču zīme, arī jāņem vērā, pirmkārt, visu izmantošanas darbību komerciālais apjoms un, otrkārt,

izmantošanas darbību ilgums, kā arī šo izmantošanas darbību biežums.

izmantošanu kvalificētu kā faktisku izmantošanu, tās izmantošanai nav vienmēr jābūt kvantitatīvi nozīmīgai.

(sal. ar 24.–26. punktu)

(sal. ar 27. un 28. punktu)

4. Lai izskatāmajā lietā pārbaudītu, vai agrākā preču zīme ir faktiski izmantota, ir jāveic visaptverošs vērtējums, ņemot vērā visus uz izskatāmo lietu attiecināmos faktoros. Šis vērtējums nozīmē noteiktu savstarpējo saistību, kas pastāv starp vērā ņemamiem faktoriem. Tādējādi ar minēto preču zīmi pārdoto preču nelielo apjomu var kompensēt šīs preču zīmes izmantošanas augstā intensitāte vai ievērojams pastāvīgums šīs preču zīmes izmantošanas laikā un otrādi.
- Turklāt ar agrāku preču zīmi pārdoto preču apgrozījumu, kā arī pārdošanas apjomu nedrīkst vērtēt absolūtā izteiksmē, bet tie jāvērtē saistībā ar citiem atbilstošiem faktoriem, tādiem kā komercdarbības apjoms, ražošanas vai pārdošanas kapacitāte vai dažādošanas pakāpe uzņēmumā, kas izmanto preču zīmi, kā arī preču vai pakalpojumu raksturs attiecīgajā tirgū. Tādēļ, lai agrākas preču zīmes
5. Preču zīmes faktisko izmantošanu Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 43. panta 2. un 3. punkta izpratnē nevar pierādīt, pamatojoties uz varbūtībām vai pieņēmumiem, bet tā ir jāpierāda ar konkrētiem un objektīviem pierādījumiem par efektīvu un pietiekamu preču zīmes izmantošanu attiecīgajā tirgū. Turklāt atbilstoši minētās regulas 15. panta 2. punkta a) apakšpunkta normām kopsakarā ar tās 43. panta 2. un 3. punkta normām pierādījumi par agrākas valsts vai Kopienas preču zīmes faktisku izmantošanu, ar kuru ir pamatoti iebildumi pret Kopienas preču zīmes reģistrāciju, ietver arī pierādījumus par agrākās preču zīmes izmantošanu formā, kas atšķiras ar elementiem, kuri nemaina šīs preču zīmes atšķirtspēju tādā formā, kādā tā tikusi reģistrēta.
- (sal. ar 29. un 30. punktu)

6. Eiropas Savienības vidusmēra patērētājam pastāv sajaukšanas iespēja Regulas Nr. 40/94 par Kopienas preču zīmi 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē starp vārdisku apzīmējumu "peerstorm", kuru lūgts reģistrēt kā Kopienas preču zīmi attiecībā uz "apgērbiem, apaviem, galvassegām", kas ietilpst 25. klasē atbilstoši Nicas nolīgumam, un vārdisku preču zīmi "PETER STORM", kas iepriekš reģistrēta kā Kopienas preču zīme attiecībā uz identiskām precēm.

Starp attiecīgajām preču zīmēm pastāv noteikta vizuālās un fonētiskās līdzības pakāpe. Runājot par attiecīgajām apģērbu precēm, vizuālā līdzība acīmredzami ir īpaša būtiska, jo ir atzīts, ka vispārēji apģērbu iegāde nozīmē preču zīmju vizuālo novērtējumu.

Nav pierādīts, ka agrākajai preču zīmei, izmantojot to kopumā apģērbu nozarē, Savienības teritorijā ir vāja raksturīgā atšķirtspēja.

Pat pieņemot, ka agrākai preču zīmei ir tikai vāja atšķirtspēja, ņemot vērā ar agrāko preču zīmi un reģistrācijai pieteikto preču zīmi aptverto preču identiskumu, kā arī it īpaši vizuālo līdzību starp attiecīgajiem apzīmējumiem, no konkrētās sabiedrības daļas viedokļa nevar izslēgt konfliktējošo preču zīmju sajaukšanas iespēju. Tas tā ir vēl jo vairāk tādēļ, ka starp attiecīgajām preču zīmēm ir arī noteikta konceptuālās līdzības pakāpe.

(sal. ar 50., 51., 75. un 78.–80. punktu)