



## Judikatūras krājums

VISPĀRĒJĀS TIESAS SPRIEDUMS (otrā palāta)

2017. gada 31. maijā \*

Eiropas Savienības preču zīme — Iebildumu process — Eiropas Savienības grafiskas preču zīmes “SOTTO IL SOLE ITALIANO SOTTO il SOLE” reģistrācijas pieteikums — Agrāka Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “VIÑA SOL” — Relatīvs atteikuma pamats — Atšķirtspējas aizskārums — Apzīmējumu līdzības neesamība — Regulas (EK) Nr. 207/2009 8. panta 5. punkts

Lieta T-637/15

*Alma-The Soul of Italian Wine LLLP*, Koralgeibelsa [*Coral Gables*], Florida (Amerikas Savienotās Valstis), ko pārstāv *F. Terrano*, advokāts,

prasītāja,

pret

Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroju (*EUIPO*), ko pārstāv *J. Crespo Carrillo*, pārstāvis,

atbildētājs,

otra procesa *EUIPO* Apelācijas padomē dalībiece, kas iestājusies lietā Vispārējā tiesā –

*Miguel Torres, SA*, Vilafranka del Penedesa [*Vilafranca del Penedès*] (Spānija), ko pārstāv *J. Güell Serra*, advokāts,

par prasību par *EUIPO* Apelācijas otrās padomes 2015. gada 3. septembra lēmumu lietā R 356/2015-2 attiecībā uz iebildumu procesu starp *Miguel Torres* un *Alma-The Soul of Italian Wine*.

VISPĀRĒJĀ TIESA (otrā palāta)

šādā sastāvā: priekšsēdētājs M. Preks [*M. Prek*], tiesneši F. Šalīns [*F. Schalin*] (referents) un M. Ž. Kosteira [*M. J. Costeira*],

sekretāre M. Maresko [*M. Marescaux*], administratore,

ņemot vērā prasības pieteikumu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2015. gada 16. novembrī,

ņemot vērā *EUIPO* atbildes rakstu, kas Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2016. gada 20. janvārī,

ņemot vērā personas, kas iestājusies lietā, atbildes rakstu, kurš Vispārējās tiesas kancelejā iesniegts 2016. gada 17. februārī,

pēc 2017. gada 11. janvāra tiesas sēdes

\* Tiesvedības valoda – angļu.

pasludina šo spriedumu.

## Spriedums

### Tiesvedības priekšvēsture

- 1 2011. gada 4. martā *Alma-The Soul of Italian Wine LLLP* iesniedza Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma birojam (*EUIPO*) Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikumu saskaņā ar Padomes 2009. gada 26. februāra Regulu (EK) Nr. 207/2009 par Eiropas Savienības preču zīmi (OV 2009, L 78, 1. lpp.).
- 2 Reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir šāds grafisks apzīmējums:



- 3 Preces, attiecībā uz kurām tika pieteikta reģistrācija, ietilpst 33. klasē atbilstoši pārskatītajam un grozītajam 1957. gada 15. jūnija Nicas Nolīgumam par preču un pakalpojumu starptautisko klasifikāciju preču zīmju reģistrācijas vajadzībām un atbilst šādam aprakstam: “Vīni”.
- 4 Eiropas Savienības preču zīmes reģistrācijas pieteikums tika publicēts 2011. gada 1. aprīļa *Bulletin des marques communautaires* [Kopienas Preču Zīmju Biļetenā] Nr. 64/2011.
- 5 2011. gada 30. jūnijā persona, kas iestājusies lietā, *Miguel Torres, SA*, pamatojoties uz Regulas Nr. 207/2009 41. pantu, iesniedza iebildumus pret pieteiktās preču zīmes reģistrāciju attiecībā uz iepriekš 3. punktā norādītajām precēm.
- 6 Iebildumi, kas tikuši izvirzīti atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā un 8. panta 5. punktā paredzētiem pamatiem, bija balstīti uz šādām agrākām preču zīmēm:
  - Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “VIÑA SOL”, kas tika pieteikta reģistrācijai 1997. gada 12. februārī, reģistrēta 1998. gada 29. oktobrī ar numuru 462523 un pagarināta 2007. gada 5. martā attiecībā uz “alkoholiskajiem dzērieniem (izņemot alu)”, kas ietilpst 33. klasē;
  - Spānijas vārdiska preču zīme “VIÑA SOL”, kas tika pieteikta reģistrācijai 1944. gada 9. maijā, reģistrēta 1947. gada 13. janvārī ar numuru 152231 un pagarināta 2007. gada 11. septembrī attiecībā uz “visu kategoriju vīniem, izņemot ekstra sauso balto galda vīnu, kura īpašības ir analogas Reinas vīnu īpašībām”, kas ietilpst 33. klasē;

- Spānijas vārdiska preču zīme “VIÑA SOL”, kas tika pieteikta reģistrācijai 1973. gada 25. maijā, reģistrēta 1977. gada 21. martā ar numuru 715524 un pagarināta 2003. gada 25. martā attiecībā uz “brendiju”, kas ietilpst 33. klasē.
- 7 Iebildumi, kas tikuši izvirzīti tikai atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktā paredzētajam pamatam, bija balstīti uz šādām agrākām preču zīmēm:
- Spānijas grafiska preču zīme, kas tika pieteikta reģistrācijai 2007. gada 26. oktobrī un reģistrēta 2008. gada 6. maijā ar numuru 2796505 attiecībā uz “alkoholiskajiem dzērieniem (izņemot alu)”, kas ietilpst 33. klasē, un kas ir attēlota šādi:



- Eiropas Savienības vārdiska preču zīme “SOL”, kas tika pieteikta reģistrācijai 2007. gada 17. oktobrī un reģistrēta 2010. gada 2. maijā ar numuru 6373971 attiecībā uz “alkoholiskajiem dzērieniem (izņemot alu)”, kas ietilpst 33. klasē.
- 8 Ar 2012. gada 30. oktobra lēmumu Iebildumu nodaļa, ņemot vērā agrāko Eiropas Savienības vārdisko preču zīmi “SOL”, apmierināja iebildumus, pamatojoties uz sajaukšanas iespējas esamību Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta izpratnē.
- 9 2012. gada 21. decembrī prasītāja saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 58.–64. pantu iesniedza *EUIPO* apelācijas sūdzību par Iebildumu nodaļas lēmumu.
- 10 *EUIPO* Apelācijas otrās padome ar 2013. gada 10. septembra lēmumu (turpmāk tekstā – “2013. gada 10. septembra lēmums”) apstiprināja Iebildumu nodaļas lēmumu un pilnībā noraidīja reģistrācijas pieteikumu. Tā tomēr norādīja, ka procesuālās ekonomijas apsvērumu dēļ, lai gan Iebildumu nodaļa bija apmierinājusi iebildumus atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktam, pati Apelācijas padome izskatīja Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā paredzēto iebildumu pamatu, ņemot vērā agrāko Eiropas Savienības vārdisko preču zīmi “VIÑA SOL” (turpmāk tekstā – “agrākā preču zīme”). Tā secināja, ka konkrēto sabiedrības daļu veido Eiropas Savienības vidusmēra patērētājs, kas ir samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs. Tā uzskatīja, pirmkārt, ka spāņu, franču un portugāļu valodās runājošo patērētāju uztverē konfliktējošajām preču zīmēm ir vidēja līdzības pakāpe, ņemot vērā, ka agrākās preču zīmes dominējošais elements “sol” un reģistrācijai pieteiktās preču zīmes dominējošais elements “sole” ir ārkārtīgi līdzīgi, un, otrkārt, ka Itālijas patērētāja uztverē konfliktējošajām preču zīmēm ir tikai neliela līdzības pakāpe.
- 11 Apelācijas padomes ieskatā, agrākajai preču zīmei ir reputācija Savienībā attiecībā uz vīniem. Ņemot vērā konfliktējošo apzīmējumu līdzību, agrākās preču zīmes atšķirtspēju un reputāciju, kā arī konfliktējošo preču zīmju aptverto preču identiskumu, Apelācijas padome secināja, ka būtiskas konkrēto patērētāju daļas uztverē, proti, spāņu, itāļu, franču un portugāļu valodās runājošiem patērētājiem, pastāv saikne starp konfliktējošajiem apzīmējumiem. Tā uzskatīja, ka pastāv vājināšanas risks, proti, risks, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošana bez pietiekama iemesla kaitēs

agrākās preču zīmes atšķirtspējai Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē. Tā secināja, ka Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā paredzēto nosacījumu iestāšanās attiecībā uz spāņu, itāļu, franču un portugāļu valodās runājošiem patērētājiem ir pietiekama, lai apmierinātu iebildumus.

- 12 2013. gada 21. novembrī prasītāja cēla Vispārējā tiesā prasību atcelt 2013. gada 10. septembra lēmumu, un Vispārējā tiesa ar 2014. gada 25. septembra spriedumu *Alma-The Soul of Italian Wine/ITSB – Miguel Torres* (“SOTTO IL SOLE ITALIANO SOTTO IL SOLE”) (T-605/13, nav publicēts, EU:T:2014:812) atcēla minēto lēmumu.
- 13 Vispārējā tiesa būtībā uzskatīja, ka 2013. gada 10. septembra lēmumā nav sniegta informācija, kas ļautu noteikt, vai Apelācijas padome ir ņēmusi vērā pierādījumus, ko prasītāja bija iesniegusi, lai pierādītu, ka konfliktējošajās preču zīmēs iekļauto vārdu “sol” un “sole” atšķirtspēja ir vāja, vai saprast, kāpēc Apelācijas padome, iespējams, secināja, ka šiem pierādījumiem nav nozīmes. Līdz ar to Vispārējā tiesa uzskatīja, ka minētajā lēmumā nav sniegts pamatojums un ka nav iespējams noteikt, vai Apelācijas padome ir ņēmusi vērā šos pierādījumus savā vērtējumā, atbilstoši kuram šie vārdi ir uzskatāmi par dominējošiem elementiem šajās preču zīmēs, un tātad arī tās secinājumā, ka minētās preču zīmes ir līdzīgas.
- 14 Pēc tam, kad Vispārējā tiesa bija pasludinājusi spriedumu par atcelšanu, *EUIPO* Apelācijas otrā padome izskatīja lietu no jauna un ar 2015. gada 3. septembra lēmumu (turpmāk tekstā – “apstrīdētais lēmums”) apstiprināja 2013. gada 10. septembra lēmumu un pilnībā noraidīja reģistrācijas pieteikumu.
- 15 Apelācijas padome norādīja, ka, ņemot vērā formulējumu, ar kādu tika atcelts 2013. gada 10. septembra lēmums, tās uzdevums ir izvērtēt pierādījumus, ko prasītāja iesniegusi par vārda “sun” [saule] (dažādās valodās) un saules attēlu iespējami vāju atšķirtspēju saistībā ar attiecīgajiem vīna produktiem attiecībā uz Savienības patērētājiem, kam varētu būt ietekme uz konfliktējošo apzīmējumu salīdzināšanu no to dominējošo un atšķirīgo elementu viedokļa. Apelācijas padomes skatījumā, šie pierādījumi ir iedalāmi trīs kategorijās, proti, pirmkārt, izvilkumi no vairākām dažādu uzņēmumu interneta vietnēm, kurās Savienības patērētājiem tiek piedāvāti vīni, kas apzīmēti ar preču zīmēm, kuras ietver vārdus “sol”, “sole”, “soleil” un “sun”, kā arī dažādus saules attēlus, otrkārt, tādu Eiropas Savienības preču zīmju saraksti, kas reģistrētas attiecībā uz 33. klasē ietilpstošajām precēm un kas ietver tos pašus vārdus vai attēlus, un, treškārt, agrāks Iebildumu nodaļas 2004. gada 26. marta lēmums.
- 16 Apelācijas padome norādīja, ka agrākās preču zīmes reputācija attiecībā uz vīniem Savienībā joprojām ir uzskatāma par iegūtu apstrīdētās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā, jo prasītāja nav apstrīdējusi šo 2013. gada 10. septembra lēmumā ietverto apsvērumu. Turklāt pēc prasītājas iesniegto pierādījumu pārbaudes Apelācijas padome secināja, ka ar konfliktējošajiem apzīmējumiem aptverto preču konkrētie patērētāji ir identiski, ka noteiktas minēto patērētāju daļas uztverē šie apzīmējumi ir līdzīgi, ka agrākajai preču zīmei ir atšķirtspēja, ka būtiskas konkrēto patērētāju daļas uztverē pastāv saikne starp konfliktējošajiem apzīmējumiem, ka pastāv kaitējums agrākās preču zīmes atšķirtspējai un ka nav pietiekama iemesla pieteiktās preču zīmes izmantošanai.

### **Tiesvedība un lietas dalībnieku secinājumi**

- 17 Prasītājas prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
  - atcelt apstrīdēto lēmumu;
  - piespriest *EUIPO* atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.
- 18 *EUIPO* un personas, kas iestājusies lietā, prasījumi Vispārējai tiesai ir šādi:
  - prasību noraidīt;

— piespriest prasītājam atlīdzināt tiesāšanās izdevumus.

### Juridiskais pamatojums

- 19 Lai pamatotu savu prasību, prasītāja izvirza trīs pamatus attiecībā uz, pirmkārt, Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta pārkāpumu, otrkārt, Regulas Nr. 207/2009 64. panta 1. punkta pārkāpumu un, treškārt, Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunkta pārkāpumu.
- 20 Būtu jāsāk ar pirmā prasības pamata, kas attiecas uz Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta pārkāpumu, pārbaudi, un pēc tam – ja vajadzīgs – būtu jāpārbauda otrais un trešais pamats.
- 21 Pamatojot pirmo prasības pamatu, prasītāja būtībā norāda, ka *EUIPO* ir nepareizi secinājis, ka vārdiem “sol” un “sole” nav tiešas saiknes ar attiecīgajām precēm, uzskatot, ka tie nav aprakstoši nedz attiecībā uz vīnu, nedz tā īpašībām, būtību vai lietojumu.
- 22 Prasītājas ieskatā, tas tā nav, jo saiknes starp sauli un vīnu esamība esot vispārzināms fakts. Vārdi “sol” un “sole” skaidri norādot uz vīna izcelsmi, ko apstiprinot debašu vajadzībām prasītājas iesniegtais tādu Eiropas Savienības preču zīmju saraksts, kas attiecas uz 33. klasē ietilpstošajām precēm un kas ietver vārdus “sol”, “sole”, “soleil” vai “sun” vai saules attēlus. Tātad šiem vārdiem vai attēliem esot tikai ļoti vāja atšķirtspēja attiecībā uz vīniem. Turklāt attiecīgais saraksts liecinot arī par tādu preču zīmju līdzspastāvēšanu Savienības tirgū, kas apzīmē vīnu un kas ietver vārdus “sol”, “sole”, “soleil” vai “sun” vai saules attēlus.
- 23 Turklāt prasītāja apstrīd faktu, ka agrākajai preču zīmei ir reputācija, kas iegūta izmantošanas Savienībā rezultātā. Katrā ziņā tā norāda, ka, pat ja tiktu pieņemts, ka šāda reputācija ir iegūta, kumulatīvi nosacījumi, kuriem ir jābūt izpildītiem, lai piemērotu Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, nav iestājušies. Proti, konfliktējošie apzīmējumi neesot līdzīgi, jo līdzība, kas konstatējama tāpēc, ka šajos apzīmējumos ir vārdi “sol” un “sole”, kuriem esot ļoti vāja atšķirtspēja, nevar būt nozīmīgāka par atšķirībām, kas pastāvo starp minētajiem apzīmējumiem, un līdz ar to nepastāvo kaitējums agrākās preču zīmes atšķirtspējai. Visbeidzot prasītāja norāda uz pietiekamu iemeslu preču zīmes reģistrācijai un izmantošanai, kas saistīts ar iespēju atsaukties uz sauli saistībā ar preču zīmi, kura apzīmē kādu vīnu, tāpat kā to dara daudzi citi vīnu ražotāji.
- 24 *EUIPO* norāda, ka administratīvā procesa laikā iesniegtajā 1.–3. pielikumā iekļauto pierādījumu vērtējums neliek tam grozīt apstrīdētajā lēmumā ietvertu secinājumu, saskaņā ar kuru vārds “sol” – kā agrākās preču zīmes dominējošais elements – nevar tikt uzskatīts par aprakstošo un tātad tam ir atšķirtspēja, un līdz ar to konkrētā sabiedrības daļa agrāko preču zīmi “VIÑA SOL” tomēr uztvers kā preču zīmi.
- 25 *EUIPO* secina, ka, ņemot vērā, pirmkārt, konfliktējošo apzīmējumu līdzību, kas izriet no vārda “sol” esamības pirmajā apzīmējumā un vārda “sole” esamības otrajā apzīmējumā, un, otrkārt, agrākās preču zīmes reputāciju attiecībā uz vīniem, būtiskas konkrēto patērētāju daļas uztverē pastāv saikne starp attiecīgajiem apzīmējumiem, jo reģistrācijai pieteiktā preču zīme šai sabiedrības daļai atgādinās agrāko preču zīmi. Agrākajai preču zīmei radītais kaitējums esot zaudējums saistībā ar tās tēlu kvalitātes ziņā un, potenciāli, ar to saistīto pārdevumu apjoma samazināšanās.
- 26 Persona, kas iestājusies lietā, savukārt norāda, ka vārda “sol” atšķirtspēja ir konstatēta attiecībā uz vīnu. Līdz ar to tā uzskata, ka šajā gadījumā ar konkrēto preču absolūto identiskumu, agrākās preču zīmes, kas esot viena no Eiropā pazīstamākajām vīnu preču zīmēm, reputāciju un faktu, ka konfliktējošajām preču zīmēm ir raksturīgs tas, ka atšķirīgais un dominējošais elements tajās ir attiecīgi vārds “sol” un vārds “sole”, kā arī saules ideja, pietiek, lai secinātu, ka patērētāji vismaz Spānijā, Francijā un Portugālē saskatīs saikni starp konfliktējošajām preču zīmēm. Tā kā pārējie Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā paredzētie nosacījumi, proti, agrākās preču zīmes reputācija un kaitējums, kas bez



pietiekama iemesla tiek radīts tās atšķirtspējai, esot izpildīti, pieteiktā preču zīme tās reģistrācijas gadījumā tikšot iesaistīta agrākas preču zīmes reputācijas parazitiskā izmantošanā, un tāpēc konkrētais reģistrācijas pieteikums esot jānoraida.

- 27 Iesākumā ir jāprecizē, ka konkrētajā gadījumā pārbaude attieksies uz apstrīdētā lēmuma tiesiskumu, ņemot vērā ne tikai tajā ietverto pamatojumu, bet, ciktāl šo pamatojumu daļēji veido atsauces uz 2013. gada 10. septembra lēmumā ietverto sākotnējo pamatojumu, ņemot vērā arī šī pēdējā minētā lēmuma, uz kuru veikta atsauce, saturu (pēc analogijas skat. spriedumu, 1959. gada 20. marts, *Nold /Augstā Iestāde*, 18/57, EU:C:1959:6, 116. lpp.), taču tikai, ciktāl šo saturu nav ietekmējis 2014. gada 25. septembra spriedums “SOTTO IL SOLE ITALIANO SOTTO IL SOLE” (T-605/13, nav publicēts, EU:T:2014:812).
- 28 Saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu, ja šī paša panta 2. punkta nozīmē reģistrētas agrākas preču zīmes īpašnieks iebilst, pieteikto preču zīmi neregistrē, ja tā ir identiska vai līdzīga agrākai preču zīmei un to lūgts reģistrēt precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi tiem, attiecībā uz kuriem ir reģistrēta agrākā preču zīme, ja, runājot par agrāku Eiropas Savienības preču zīmi, tai ir reputācija Savienībā un, runājot par agrāku valsts preču zīmi, tai ir reputācija attiecīgajā dalībvalstī un ja pieteiktās preču zīmes izmantošanas bez pietiekama iemesla gadījumā varētu netaisnīgi tikt gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai varētu tām tikt kaitēts.
- 29 Tādējādi, lai agrākajai preču zīmei tiktu piešķirta plašāka aizsardzība atbilstoši Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktam, ir jābūt izpildītiem vairākiem nosacījumiem. Pirmkārt, agrākajai preču zīmei un reģistrācijai pieteiktajai preču zīmei ir jābūt identiskām vai līdzīgām. Otrkārt, agrākajai preču zīmei jābūt ar reputāciju Savienībā, ja tā ir agrāka Eiropas Savienības preču zīme, vai attiecīgajā dalībvalstī, ja tā ir agrāka valsts preču zīme. Treškārt, reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanai bez pietiekama iemesla ir jārada risks, ka varētu netaisnīgi tikt gūts labums no agrākās preču zīmes atšķirtspējas vai reputācijas vai ka varētu tikt nodarīts kaitējums agrākās preču zīmes atšķirtspējai vai reputācijai. Tā kā šie nosacījumi ir kumulatīvi, ar faktu, ka nav izpildīts kāds no tiem, pietiek, lai secinātu minētās tiesību normas nepiemērojamību (spriedums, 2007. gada 22. marts, *Sigla/ITSB – Elleni Holding* (“VIPS”), T-215/03, EU:T:2007:93, 34. un 35. punkts; šajā ziņā skat. arī spriedumu, 2005. gada 25. maijs, *Spa Monopole/ITSB – Spa-Finders Travel Arrangements* (“SPA-FINDERS”), T-67/04, EU:T:2005:179, 30. punkts).
- 30 Runājot par trešo Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumu, ir jāatgādina, ka kaitējums, kas tiek radīts agrākas preču zīmes atšķirtspējai, proti, jēdziens, kas saukts arī “vājināšanas risks”, parasti tiek konstatēts tādēļ, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes izmantošanai būtu tādas sekas, ka agrākā preču zīme vairs nevarētu izraisīt tūlītēju asociāciju ar precēm, attiecībā uz kurām tā ir reģistrēta un izmantota (šajā ziņā skat. spriedumu, 2014. gada 11. decembris, *Coca-Cola/ITSB – Mitico* (“Master”), T-480/12, EU:T:2014:1062, 83. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 31 Tiesa precizēja, kuriem faktoriem varētu būt nozīme visaptverošā vērtējumā, lai noteiktu, ka konkrētās sabiedrības daļas uztverē pastāv saikne starp konfliktējošajām preču zīmēm. Starp šiem faktoriem Tiesa tāpat uzskaitījusi, pirmkārt, minēto preču zīmju līdzības pakāpi, otrkārt, preču vai pakalpojumu, attiecībā uz kuriem attiecīgi ir reģistrētas šīs preču zīmes, raksturu, tostarp šo preču vai pakalpojumu līdzības vai atšķirības pakāpi, kā arī konkrēto sabiedrības daļu, treškārt, agrākās preču zīmes reputācijas intensitāti, ceturtkārt, agrākās preču zīmes raksturīgās vai izmantošanas rezultātā iegūtās atšķirtspējas pakāpi un, piektkārt, sajaukšanas iespējas esamību sabiedrības apziņā (pēc analogijas skat. spriedumu, 2008. gada 27. novembris, *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 42. punkts).
- 32 Konkrētajā gadījumā pēc tam, kad tiks salīdzinātas attiecīgās preces un tiks noteikta konkrētā sabiedrības daļa, būtu jāpārbauda otrs nosacījums, kas attiecas uz agrākas preču zīmes reputācijas esamību Savienībā, jo no šīs reputācijas intensitātes ir atkarīgs visaptverošais to elementu novērtējums, kas var ietekmēt saiknes radīšanu starp konfliktējošajām preču zīmēm, un pēc tam būtu jāpārbauda pirmais nosacījums, kas attiecas uz konfliktējošo preču zīmju identiskumu vai līdzību.

### **Par konfliktējošo preču zīmju aptvertajām precēm**

- 33 Lai gan ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktu piešķirtā aizsardzība ir tikusi izstrādāta tam, lai to piemērotu attiecībā uz precēm vai pakalpojumiem, kas nav līdzīgi, tā var tikt piemērota arī gadījumos, kad ar konfliktējošajām preču zīmēm apzīmētās preces vai pakalpojumi ir identiski vai līdzīgi (šajā ziņā skat. spriedumu, 2007. gada 11. jūlijs, *Mühlens/ITSB – Minoronzoni* (“TOSCA BLU”), T-150/04, EU:T:2007:214, 54. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 34 Ar konfliktējošajām preču zīmēm aptvertās preces ietilpst 33. klasē un atbilst, no vienas puses, vīniem, ciktāl runa ir par reģistrācijai pieteikto preču zīmi, un, no otras puses, alkoholiskajiem dzērieniem (izņemot alu), ciktāl runa ir par agrāko preču zīmi. Tādējādi ir jāsecina, ka starp tām pastāv identiskums, jo pirmās minētās preces ietilpst otrajās minētajās precēs, un lietas dalībnieki turklāt šo faktu nav apstrīdējuši (šajā ziņā skat. spriedumu, 2005. gada 24. novembris, *Sadas/ITSB – LTJ Diffusion* (“ARTHUR ET FELICIE”), T-346/04, EU:T:2005:420, 34. punkts un tajā minētā judikatūra).

### **Par konkrēto sabiedrības daļu**

- 35 Attiecībā uz konkrēto sabiedrības daļu ir jānorāda, ka saiknes starp konfliktējošajām preču zīmēm esamība, no kuras ir atkarīga Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā minēto ļaunprātīgo darbību īstenošana, balstās uz pieņēmumu, ka konkrētās sabiedrības daļas, kuras skar preces un pakalpojumi, attiecībā uz kuriem ir reģistrētas vai pieteiktas reģistrācijai minētās preču zīmes, ir tās pašas vai zināmā mērā “pārklājas” (spriedums, 2012. gada 9. marts, *Ella Valley Vineyards/ITSB – HFP* (“ELLA VALLEY VINEYARDS”), T-32/10, EU:T:2012:118, 23. punkts; pēc analogijas skat. spriedumu, 2008. gada 27. novembris, *Intel Corporation, C-252/07*, EU:C:2008:655, 46.–49. punkts).
- 36 Turklāt, veicot sajaukšanas iespējas visaptverošu vērtējumu, ir jāņem vērā samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs attiecīgās preču kategorijas vidusmēra patērētājs. Tāpat ir jāņem vērā fakts, ka vidusmēra patērētāja uzmanības līmenis var variēt atkarībā no attiecīgo preču vai pakalpojumu kategorijas (skat. spriedumu, 2007. gada 13. februāris, *Mundipharma/ITSB – Altana Pharma* (“RESPICUR”), T-256/04, EU:T:2007:46, 42. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 37 Konkrētajā gadījumā prasītāja pirmajā procesā Apelācijas padomē apgalvoja, ka konkrētajai sabiedrības daļai saistībā ar attiecīgajām precēm ir uzmanības līmenis, kas ir augstāks nekā vidējais, un šo apgalvojumu *EUIPO* konkrēti apstrīd.
- 38 Šajā ziņā ir jāsecina, ka “vīni”, ievērojot, ka uz tiem attiecas gan reģistrācijai pieteiktā preču zīme, gan agrākā preču zīme, ir paredzēti plašai sabiedrībai Savienībā. Proti, saskaņā ar judikatūru vīni, kuri parasti ir paredzēti plašam noieta tīklam – sākot no lielveikalu pārtikas preču nodaļām līdz restorāniem un kafejnīcām –, ir plaša patēriņa preces, kurām konkrētā sabiedrības daļa ir plaša patēriņa preču vidusmēra patērētājs, kurš tiek uzskatīts par samērā informētu, uzmanīgu un apdomīgu (skat. spriedumu, 2012. gada 9. marts, “ELLA VALLEY VINEYARDS”, T-32/10, EU:T:2012:118, 25. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 39 Šajos apstākļos iesaistītie preču, kuras apzīmē konfliktējošās preču zīmes, patērētāji ir plaša Savienības sabiedrība, kas izrāda vidēju uzmanības līmeni, un konkrētajā lietā ir jāsecina, ka sabiedrības daļas, ko veido šie patērētāji, “pārklājas” šī sprieduma 35. punktā minētās judikatūras izpratnē.
- 40 Tātad Apelācijas padome nav pieļāvusi kļūdu konkrētās sabiedrības daļas novērtēšanā.

***Par nosacījumu, kas attiecas uz agrākās preču zīmes reputāciju***

- 41 Apstrīdētajā lēmumā, kurā šajā ziņā ir ietverta atsauce uz 2013. gada 10. septembra lēmumā izklāstīto pamatojumu, ir norādīts, ka pieteiktās preču zīmes reģistrācijas pieteikuma iesniegšanas datumā, proti, 2011. gada 4. martā, agrākajai preču zīmei bija reputācija Savienībā attiecībā uz “vīniem”.
- 42 Prasītāja apgalvo, ka personas, kas iestājusies lietā, iesniegtie materiāli ir vai nu nepietiekami, vai arī tiem trūkst pierādījuma vērtības, lai pierādītu, ka agrākā preču zīme bija ieguvusi reputāciju izmantošanas Savienībā rezultātā.
- 43 *EUIPO* un persona, kas iestājusies lietā, prasītājas argumentus apstrīd.
- 44 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka, lai izpildītu nosacījumu attiecībā uz reputāciju, agrākajai preču zīmei jābūt pazīstamai nozīmīgā daļā no konkrētās sabiedrības daļas, ko skar ar šo preču zīmi aptvertās preces un pakalpojumi. Pārbaudot šo nosacījumu, ir jāņem vērā visi apstākļi, kam ir nozīme lietā, proti, it īpaši agrākās preču zīmes tirgus daļa, šīs preču zīmes izmantošanas intensitāte, ģeogrāfiskais apjoms un ilgums, kā arī uzņēmuma šīs preču zīmes popularizēšanai ieguldīto investīciju apjoms, taču netiek prasīts, lai šī preču zīme būtu zināma noteiktai šādi definētas sabiedrības daļas procentuālajai daļai vai lai šī reputācija pastāvētu visā attiecīgajā teritorijā, ja reputācija pastāv tās nozīmīgā daļā (skat. spriedumu, 2012. gada 9. marts, “*ELLA VALLEY VINEYARDS*”, T-32/10, EU:T:2012:118, 31. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 45 Konkrētajā gadījumā ir jāsecina, ka pretēji tam, ko apgalvo prasītāja, personas, kas iestājusies lietā, iesniegtie pierādījumi spēj pierādīt to, ka agrākā preču zīme bija ieguvusi reputāciju Savienībā. Šos pierādījumus tostarp veido balvas, kas pasniegtas gan personai, kas iestājusies lietā, gan ar preču zīmi “*VIÑA SOL*” pārdotajām precēm, tās direktora ar zvērestu apliecināts paziņojums, kurā minēti šo pašu produktu pārdevumu apjoms un vērtība laikposmā no 2003. līdz 2010. gadam dažādās Savienības dalībvalstīs, tostarp Beļģijā, Dānijā, Vācijā, Igaunijā, Īrijā, Grieķijā, Spānijā, Francijā, Itālijā, Latvijā, Lietuvā, Maltā, Nīderlandē, Austrijā, Polijā, Portugālē, Rumānijā, Slovākijā, Somijā, Zviedrijā un Apvienotajā Karalistē, vietējo izplatītāju ar zvērestu apliecināti paziņojumi, presē publicēti raksti, kā arī galvenās Spānijas aviokompānijas brošūra, kurā minēts ar preču zīmi “*VIÑA SOL*” apzīmētais produkts.
- 46 Proti, aplūkotajā laikposmā persona, kas iestājusies lietā, tostarp pārdeva vairāk nekā 41 miljonu pudeļu Spānijā, vairāk nekā 15 miljonus Apvienotajā Karalistē un vairāk nekā 3 miljonus Vācijā, kas liecina par to, ka attiecīgās ar agrāko preču zīmi apzīmētās preces ir tikušas plaši izplatītas nozīmīgā Savienības teritorijas daļā.
- 47 Turklāt, kā norāda *EUIPO*, saistībā ar tādu rakstisku paziņojumu pierādījuma vērtību, kurus sniegušas kādas trešās personas, pamatojoties uz ieinteresētās personas sagatavotu paraugu, ir jāsecina, ka šis fakts pats par sevi nevar apdraudēt minēto dokumentu uzticamību un ticamību, nedz likt apšaubīt to pierādījuma vērtību (šajā ziņā skat. spriedumu, 2013. gada 16. septembris, *Avery Dennison/ITSB – Dennison-Hesperia* (“*AVERY DENNISON*”), T-200/10, nav publicēts, EU:T:2013:467, 73. punkts).
- 48 Visbeidzot ir jākonstatē, ka, ņemti kopumā, šie pierādījumi nav nesaskanīgi.
- 49 Šajos apstākļos ir jāsecina, ka prasītāja nav pierādījusi, ka Apelācijas padome, nolemjot, ka agrākajai preču zīmei ir reputācija Savienībā, būtu pieļāvusi kādu kļūdu.

***Par nosacījumu, kas attiecas uz konfliktējošo apzīmējumu identiskumu vai līdzību***

- 50 Saistībā ar jautājumu par konfliktējošo apzīmējumu līdzības vai identiskuma esamību ir jāsalīdzina agrākā preču zīme un reģistrācijai pieteiktā preču zīme, lai noskaidrotu to iespējamās līdzības intensitāti.



- 51 Šajā ziņā ir jāatgādina, ka, lai izpildītu nosacījumu par preču zīmju līdzību, kāds tas paredzēts Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punktā, nav jāpierāda, ka konkrētās sabiedrības daļas uztverē pastāv sajaukšanas iespēja starp agrāko preču zīmi, kam ir reputācija, un reģistrācijai pieteikto preču zīmi. Pietiek ar to, ka šo divu preču zīmju līdzības pakāpes dēļ konkrētā sabiedrības daļa saskata saikni starp tām (pēc analogijas skat. spriedumu, 2009. gada 18. jūnijs, *L'Oréal u.c.*, C-487/07, EU:C:2009:378, 36. punkts un tajā minētā judikatūra). Tātad, jo līdzīgākas ir konfliktējošās preču zīmes, jo ticamāk ir tas, ka reģistrācijai pieteiktā preču zīme konkrētās sabiedrības daļas atmiņā atsauks agrāko preču zīmi ar reputāciju (pēc analogijas skat. spriedumu, 2008. gada 27. novembris, *Intel Corporation*, C-252/07, EU:C:2008:655, 44. punkts).
- 52 Visaptverošajam vērtējumam, kura mērķis ir konstatēt saiknes starp konfliktējošajām preču zīmēm esamību, ciktāl runa ir par konfliktējošo apzīmējumu vizuālo, fonētisko vai konceptuālo līdzību, ir jābalstās uz šo preču zīmju radīto kopējo iespaidu, it īpaši ņemot vērā to atšķirīgos un dominējošos elementus (spriedumi, 2007. gada 16. maijs, *La Perla/ITSB – Worldgem Brands* (“NIMEI LA PERLA MODERN CLASSIC”), T-137/05, nav publicēts, EU:T:2007:142, 35. punkts, un 2009. gada 25. marts, *L'Oréal/ITSB – Spa Monopole* (“SPALINE”), T-21/07, nav publicēts, EU:T:2009:80, 18. punkts).
- 53 Tā kā reģistrācijai pieteiktā preču zīme ir kombinēta preču zīme, kura ietver elementus, kas ir gan grafiski, gan vārdiski, ir jāatgādina, ka divu preču zīmju līdzības vērtējumā nevar ņemt vērā tikai kādu vienu kombinētas preču zīmes elementu un salīdzināt to ar otru preču zīmi. Gluži pretēji, salīdzinājums ir jāveic, konfliktējošo preču zīmju izvērtēšanā katru no tām aplūkojot kopumā, kas neizslēdz, ka zināmos apstākļos konkrētās sabiedrības daļas atmiņā radītajā kopējā iespaidā var dominēt viena vai vairākas šo preču zīmju sastāvdaļas (pēc analogijas skat. spriedumu, 2009. gada 15. decembris, *Trubion Pharmaceuticals/ITSB – Merck* (“TRUBION”), T-412/08, nav publicēts, EU:T:2009:507, 35. punkts un tajā minētā judikatūra), lai gan ir jāprecizē, ka judikatūra tāpat ļauj zināmos apstākļos salīdzināt elementus, kas ir nevis dominējoši, bet mazāk svarīgi, taču tie nav nenozīmīgi (rīkojums, 2016. gada 14. aprīlis, *Roland/EUIPO*, C-515/15 P, nav publicēts, EU:C:2016:298, 31. punkts).
- 54 Ņemot vērā šos principus, ir jāpārbauda, vai Apelācijas padome nav pieļāvusi kļūdu, secinot, ka, ņemot vērā agrākas preču zīmes reputācijas intensitāti, konfliktējošie apzīmējumi ir pietiekami līdzīgi, lai konkrētā sabiedrības daļa varētu saskatīt saikni starp tiem, un šī pārbaude būtu jāsāk ar konfliktējošo apzīmējumu atšķirīgo un dominējošo elementu noteikšanu.

### ***Par konfliktējošo apzīmējumu atšķirīgiem un dominējošiem elementiem***

- 55 Runājot par agrāko preču zīmi, Apelācijas padome uzskatīja, ka vārds “viņa” spāņu valodā runājošās sabiedrības uztverē apzīmē “vīnogulāju” – tāpat kā Portugāles, Itālijas un Francijas sabiedrībai. Konkrētā sabiedrības daļa viegli atpazīs šo atsauci uz produkta izcelsmi, kas sniedz attiecīgajam vārdam aprakstošo raksturu, un līdz ar to vārdam “viņa” ir vāja atšķirtspēja un tas nevar tikt uzskatīts par šīs preču zīmes dominējošo elementu. Savukārt otrais tās sastāvā esošais vārds, t.i., “sol”, nevar tikt uzskatīts par aprakstošu vai tādu, kam nepiemīt atšķirtspēja, pat ar pieņemumu, kuru aizstāv prasītāja, proti, ka, tā kā saule ir būtisks faktors vīnogu audzēšanai un tātad arī vīna ražošanai, šis vārds būtu jāuzskata par tiešu alūziju uz vīnu. Prasītājas šajā ziņā iesniegtie dokumenti nemaina vērtējumu, kas norādīts 2013. gada 10. septembra lēmumā. Apelācijas padome tātad ir uzskatījusi, ka, “lai gan [vārda “sol”] atšķirtspējas pakāpe ir nedaudz zemāka par vidējo, tā būtu jāuzskata par tādu, kam piešķirts saprātīgs aizsardzības līmenis”, un, runājot par agrāko preču zīmi, ka tā nav tāda, kam “vispār nebūtu atšķirtspējas”.
- 56 Attiecībā uz reģistrācijai pieteikto preču zīmi, pirmkārt, Apelācijas padome secināja, ka apzīmējuma sastāvā esošais aprakstošais elements, proti, saules attēls, nav uzskatāms par dominējošo elementu šīs preču zīmes radītajā kopējā iespaidā. Otrkārt, tā uzskatīja, ka attiecībā uz spāņu, portugāļu un franču valodās runājošiem patērētājiem par dominējošo elementu ir uzskatāms vārdiskais elements “sole”, kas

atsauc atmiņā sauli, un ka attiecībā uz pārējiem Savienības patērētājiem, tostarp Itālijas patērētājiem, kas saprot šī vārda nozīmi, dominējošais elements ir izteiciens “sotto il sole” kā grafiskas preču zīmes vārdisks elements, kas rakstīts ar lielāka izmēra burtiem.

- 57 Šie Apelācijas padomes vērtējumi ir daļēji nepareizi.
- 58 Pirmkārt, izvērtējot agrāko preču zīmi, ir jāņem vērā fakts, ka šo preču zīmi veido divu īsu vārdu kombinācija, proti, “viņa” un “sol”. Kā norādīja Apelācijas padome, pirmajam minētajam vārdam ir tikai vāja atšķirtspēja, savukārt otrajam, kas nav aprakstošs atšķirībā no pirmā vārda, kurš var norādīt konkrētajai sabiedrības daļai uz “vīnogulāja” jēdzienu un tāpat uz “vīna” jēdzienu, ir nedaudz lielāka atšķirtspēja, kaut arī tā ir nedaudz zemāka par normālo, kā rezultātā tas var būt dominējošais elements.
- 59 To pierādījumu analīze, ko prasītāja iesniegusi debašu vajadzībām, proti, administratīvā procesa laikā iesniegtie 1.–3. pielikums, par kuriem 2013. gada 10. septembra lēmumā nav minēts, ka Apelācijas padome tos būtu ņēmusi vērā savā vērtējumā, bet kuri ir tikuši faktiski ņemti vērā apstrīdētajā lēmumā, liek nedaudz grozīt secinājumus, kas izriet no šī vērtējuma.
- 60 Administratīvā procesa laikā iesniegtajam 2. pielikumam, kas attiecas uz saules attēliem, ir, protams, maz nozīmes saistībā ar agrākās preču zīmes, kas ir vārdiska preču zīme, novērtēšanu.
- 61 Savukārt administratīvā procesa laikā iesniegtajiem 1. un 3. pielikumam, ko veido, no vienas puses, izvilkumi no interneta vietnēm, kurās Savienības patērētājiem tiek piedāvāti vīni, kas apzīmēti ar preču zīmēm, kuras ietver vārdus “sol”, “sole”, “soleil” un “sun”, kā arī dažādus saules attēlus, un, no otras puses, tādu Eiropas Savienības preču zīmju saraksts, kas reģistrētas attiecībā uz 33. klasē ietilpstošajām precēm un kas arī ietver šos vārdus vai attēlus, piemēram, “SOL DE MALAGA”, “COLORES DEL SOL”, “PIEDRA DEL SOL”, “CITA DEL SOL”, “SOL ROJO”, “REY SOL” vai “SOL DES ESPAÑA”, kas ļauj konstatēt tādu Eiropas Savienības preču zīmju līdzspastāvēšanu, kurās vienā vai citā formā ir sniegta atsauce uz saules jēdzienu.
- 62 Ir taisnība, kā to norāda *EUIPO*, atsaucoties uz judikatūru, kas izriet no 2009. gada 16. septembra sprieduma *Zero Industry/ITSB – zero Germany* (“zerorh+”) (T-400/06, nav publicēts, EU:T:2009:331, 73. punkts), ka ar to vien, ka vairākās preču zīmēs, ar kurām tiek apzīmētas attiecīgas preces, ir ietverts viens un tas pats vārds, nepietiek, lai konstatētu, ka šī elementa atšķirtspēja ir kļuvusi par vāju tādēļ, ka tas bieži tiek izmantots attiecīgajā nozarē, pat ja ar minētajām preču zīmēm apzīmētas preces pašas ir identiskas vai saistītas savā starpā. Proti, ir jāņem vērā preču zīmju reāla izmantošana tirgū, nevis abstrakta preču zīmju, kas ietver vienādu elementu, līdzspastāvēšana reģistrā (šajā ziņā skat. spriedumu, 2005. gada 24. novembris, *GfK/ITSB – BUS* (“Online Bus”), T-135/04, EU:T:2005:419, 68. punkts). Tomēr, kā to pareizi norādījusi prasītāja, administratīvā procesa laikā iesniegtajā 1. pielikumā esošie pierādījumi, proti, izvilkumi no vairākām dažādu uzņēmumu interneta vietnēm, kurās Savienības patērētājiem tiek piedāvāti vīni, kas apzīmēti ar preču zīmēm, kuras ietver vārdus “sol”, “sole”, “soleil” un “sun”, kā arī dažādus saules attēlus, ļauj konstatēt, ka, vispārīgāk runājot, Savienības patērētājs un, precīzāk runājot, konkrētā sabiedrības daļa konkrēti un bieži sastopas ar šādām preču zīmēm, un līdz ar to asociācija starp saules jēdzienu, no vienas puses, un vīnu, no otras puses, šim patērētājam nav sveša. Pierādījumi, ko prasītāja iesniegusi debašu vajadzībām, ļauj izdarīt šo secinājumu, nepastāvot nepieciešamībai pārbaudīt, vai – kā tā to apgalvo – saikne starp saules un vīna jēdzieniem ir vispārzināms fakts.
- 63 Kā tas būtībā minēts apstrīdētā lēmuma 27. punktā, labums, kas iegūts, reģistrējot agrāko preču zīmi kā Eiropas Savienības preču zīmi, zustu, ja ārpus spēkā neesamības atzīšanas procesa tiktu izdarīts konstatējums par to, ka tai vispār nav atšķirtspējas. Tomēr ir jāsecina, ka vārdam “sol”, lai gan nevar tikt atzīts, ka tam vispār nav atšķirtspējas, piemīt vāja atšķirtspēja un ka kombinācijā ar vārdu “viņa”, kuram pašam ir vāja atšķirtspēja, tas nodrošina agrākajai preču zīmei tikai vāju atšķirtspēju.

- 64 Šis secinājums attiecībā uz agrāko preču zīmi ir izdarāms, ņemot vērā pierādījumus, kas tika sākotnēji iesniegti Apelācijas padomei un kas izskatīti šā sprieduma 59.–62. punktā, nepastāvot nepieciešamībai ņemt vērā dokumentus, kuri pirmoreiz iesniegti tiesvedībā Vispārējā tiesā un kurus persona, kas iestājusies lietā, lūdz nepievienot debatēm.
- 65 Otrkārt, saistībā ar reģistrācijai pieteiktās preču zīmes pārbaudi ir jāatgādina, ka šo preču zīmi veido apaļas formas grafiskais elements, kurā attēlota saule, izmantojot kontrastu starp dažādiem plankumiem. Virs šī grafiskā elementa, no vienas puses, ir izvietots pirmais vārdiskais elements, kas ietver ar mazāka izmēra lieliem burtiem rakstītu norādi “sotto il sole italiano”, un, no otras puses, zem šī grafiskā elementa atrodas otrais vārdiskais elements, ko veido ar nedaudz stilizētiem liela izmēra burtiem rakstīta norāde “sotto il sole”, kurā vārds “il” ir slīprakstā.
- 66 Saskaņā ar judikatūru gadījumā, kad preču zīme ir veidota no vārdiskiem un grafiskiem elementiem, preču zīmes vārdiskais elements principā ir atšķirtspējīgāks nekā grafiskais elements, jo vidusmēra patērētājam būs vieglāk atsaukties uz konkrēto preci, minot nosaukumu, nevis aprakstot grafisko elementu (skat. spriedumu, 2008. gada 9. septembris, *Honda Motor Europe/ITSB – Seat* (“MAGIC SEAT”), T-363/06, EU:T:2008:319, 30. punkts un tajā minētā judikatūra). Turklāt, kā to arī norādījusi Apelācijas padome 2013. gada 10. septembra lēmuma 43. punktā, konkrētais patērētājs saglabā atmiņā drīzāk tos elementus, kam viņa uztverē ir kāda nozīme. Līdz ar to ir ticams, ka vārdiskajā elementā “sotto il sole italiano” – papildus itāļu valodā runājošiem patērētājiem – spāņu, portugāļu un franču valodā runājoši patērētāji sapratīs ne tikai vārdu “sole”, bet arī vārdu “italiano” tādējādi, ka tas norāda uz Itāliju, apzīmējot iespējamo vīna ražošanas vietu. Turklāt ir ticams, ka šo vārdu sapratīs lielāka daļa Savienības patērētāju, jo daudzās Savienības valodās šis termins tāpat sniedz norādi uz šo valsti.
- 67 Lai gan ir taisnība, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes augšdaļā ietvertajā vārdiskajā elementā ir lietotas mazāka izmēra rakstu zīmes nekā tās, kas izmantotas tās apakšdaļā esošajā vārdiskajā elementā, tomēr, tā kā pirmās minētās rakstu zīmes nav stilizētas, tās ir arī labāk saskatāmas, atvieglojot to lasīšanu. Sastopoties ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, vīna patērētājs, lai gan viņš izrāda vidējas pakāpes uzmanību, pievērsīs zināmu uzmanību norādei par vīna, ko viņš iegādāsies, izcelsmi, kāda šī norāde ir ietverta minētajā preču zīmē (šajā ziņā skat. spriedumu, 2012. gada 9. marts, “*ELLA VALLEY VINEYARDS*”, T-32/10, EU:T:2012:118, 45. punkts). Šajos apstākļos ir jāsecina, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu veido nevis tikai vārds “solo”, bet gan vārdu “sole” un “italiano” kombinācija, un turklāt arī pārējie elementi nav nenozīmīgi.
- 68 Tādējādi konkrētajā gadījumā ir konstatējams, ka Apelācijas padomes sniegtais vērtējums par konfliktējošo apzīmējumu atšķirīgiem un dominējošiem elementiem ir daļēji kļūdainais, un ir jāatzīst, ka visaptverošs vērtējums ar mērķi noteikt saikni starp konfliktējošajām preču zīmēm ir jāveic, paturot prātā, pirmkārt, ka agrākās preču zīmes dominējošo elementu veido vārds “sol”, ņemot vērā tā vājo atšķirtspēju un to, ka, savienojot to ar vārdu “vīna”, agrākā preču zīme pati iegūst tikai vāju atšķirtspēju, un, otrkārt, ka reģistrācijai pieteiktās preču zīmes dominējošo elementu veido vārdu “sole” un “italiano” kombinācija.

### ***Par vizuālo salīdzinājumu***

- 69 Vizuālā ziņā konfliktējošajiem apzīmējumiem ir tikai neliela līdzības pakāpe. Agrāko preču zīmi veido tikai divi vārdi, savukārt reģistrācijai pieteikto preču zīmi veido divi vārdiski elementi, kas sastāv attiecīgi no četriem un trīs vārdiem, kā arī stilizēts saules attēls, kas atrodas centrā un kam piemīt zināma oriģinalitāte. Turklāt ir jānorāda, ka grafiskajam elementam, kurā attēlota saule, reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē piemīt zināma oriģinalitāte, kas atblāzmojas apzīmējumā kopumā.

- 70 Sakritība starp konfliktējošajiem apzīmējumiem izriet vienīgi no fakta, ka abos minētajos apzīmējumos – vienā vietā agrākajā preču zīmē un divās vietās reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē – ir iekļauta burtu “s”, “o” un “l” secība. Šis faktors nevar atsvērt daudzus atšķirības faktoros starp šiem apzīmējumiem.

### ***Par fonētisko salīdzinājumu***

- 71 Fonētiskā ziņā starp konfliktējošajiem apzīmējumiem tāpat ir saskatāmas atšķirības, kas prevalē pār to līdzīgajiem elementiem. Atšķirības šo preču zīmju garumā – jo agrāko preču zīmi veido divi ļoti īsi vārdi ar attiecīgi divām zilbēm un vienu zilbi, savukārt reģistrācijai pieteikto preču zīmi veido četri dažādi vārdi un vārdiskais elements “sotto il sole” viens pats ietver piecas zilbes – rada ļoti lielas atšķirības to skanējumā un izrunas ritmā.
- 72 Šie elementi var pilnībā neitralizēt līdzības elementu, kas varētu izrietēt no apstākļa, ka reģistrācijai pieteiktajā preču zīmē ir iekļauts vārds “sole” un agrākajā preču zīmē – vārds “sol”.

### ***Par konceptuālo salīdzinājumu***

- 73 Kā norāda prasītāja, konceptuālā ziņā konfliktējošie apzīmējumi arī nav pietiekami līdzīgi, lai konkrētā sabiedrības daļa varētu saskatīt saikni starp tiem.
- 74 Tai daļai no konkrētās sabiedrības daļas, kas saprot spāņu izteicienu “viña sol” un itāļu izteicienu “sotto il sole italiano”, pirmais izteiciens būtībā nozīmē “saules vīnogulāju”, savukārt, tā kā vārdu “sole” un “italiano” kombinācija nozīmē “Itālijas saule”, otrais izteiciens nozīmē “zem Itālijas saules”, tādējādi norādot uz vīna, kas apzīmēts ar reģistrācijai pieteikto preču zīmi, izcelsmi Itālijā.
- 75 Vienīgā kopīgā atsauce uz sauli nevar konceptuālā ziņā radīt līdzību starp konfliktējošajiem apzīmējumiem. Proti, kamēr agrākajai preču zīmei zināmā mērā piemīt izteiles elements, jo tā norāda uz “saules vīnogulājos” iegūtu vīnu, kas izklausās arī cildinoši, reģistrācijai pieteiktā preču zīme sniedz norādi uz vīna izcelsmi un ražošanas vietu. Tātad nozīme, ko pauž katrs no minētajiem apzīmējumiem, ir atšķirīga.

### ***Secinājums par saiknes starp konfliktējošajiem apzīmējumiem esamību no to līdzības viedokļa***

- 76 Konfliktējošo apzīmējumu salīdzinājums liek konstatēt, ka vizuālā ziņā ir neliela līdzības pakāpe, ka fonētiskā ziņā minēto apzīmējumu līdzības elements ir neitralizēts un ka konceptuālā ziņā tie nav līdzīgi, kā rezultātā šie apzīmējumi, tos aplūkojot kopumā, ir jāuzskata par tādiem, kam ir neliela līdzības pakāpe.
- 77 Runājot par pārējiem atbilstošiem faktoriem, kurus ņēmusi vērā Apelācijas padome, ir jānorāda, ka, lai gan konkrēto patērētāju identiskums un agrākas preču zīmes reputācija attiecībā uz vīniem ir tikuši pareizi novērtēti apstrīdētajā lēmumā, agrākās preču zīmes atšķirtspēja tomēr ir vāja.
- 78 No šiem apsvērumiem, kā arī no šā sprieduma 33.–75. punktā izklāstītajiem apsvērumiem izriet, ka pretēji tam, ko secinājusi Apelācijas padome, minēto apzīmējumu līdzības pakāpe, ņemot to vērā kopā ar pārējiem atbilstošiem faktoriem, kas minēti apstrīdētā lēmuma 35. punktā, proti, attiecīgo patērētāju identiskumu, agrākās preču zīmes reputācijas pakāpi attiecībā uz vīniem un tās atšķirtspēju, nav pietiekama, lai konkrētā sabiedrības daļa varētu tos asociēt, t.i., lai tā varētu saskatīt starp tiem saikni Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta izpratnē.



- 79 Tātad visaptverošajā vērtējumā, kura mērķis ir noteikt, vai konkrētās sabiedrības daļas uztverē ir saskatāma kāda saikne starp konfliktējošajām preču zīmēm, kāda ir prasīta šā spriedumā 31. punktā atgādinātajā judikatūrā par Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumiem, būtu jāizdara secinājums, ka, it īpaši ņemot vērā atšķirības starp konkrētajiem apzīmējumiem, nepastāv risks, ka konkrētā sabiedrības daļa varētu saskatīt šādu saikni.
- 80 Līdz ar to ir jāsecina, ka konkrētajā gadījumā nav izpildīts viens no Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumiem, proti, tāda konfliktējošo preču zīmju līdzība – vai *a fortiori* identiskums –, kuras dēļ konkrētā sabiedrības daļa saskatītu saikni starp šīm preču zīmēm.
- 81 Šajos apstākļos, tā kā Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta piemērošanas nosacījumi ir kumulatīvi un ar apstākli, ka viens no tiem nav izpildīts, pietiek, lai secinātu minētās tiesību normas nepiemērojamību, ir jāapmierina prasība un jāatceļ apstrīdētais lēmums atbilstoši pirmajam prasības pamatam, nepastāvot nepieciešamībai izskatīt divus pārējos prasības pamatus.
- 82 Visbeidzot ir jānorāda, ka, lai gan saistībā ar prasību, kas celta Savienības tiesā par kādu *EUIPO* apelācijas padomes lēmumu, *EUIPO* ir jāveic pasākumi Savienības tiesas sprieduma izpildei, var izrādīties, ka šajā sakarā tam, ņemot vērā apstrīdētā lēmuma atcelšanu, ciktāl tajā nav ievēroti Regulas Nr. 207/2009 8. panta 5. punkta noteikumi, nāksies pārbaudīt Iebildumu nodaļas 2012. gada 30. oktobra lēmuma tiesiskumu daļā, kurā tā sākotnēji apmierināja iebildumus saskaņā ar Regulas Nr. 207/2009 8. panta 1. punkta b) apakšpunktu, jo procesuālās ekonomijas apsvērumu dēļ Iebildumu nodaļas lēmuma pamatojums šajā aspektā nav ticis pārbaudīts.

### Par tiesāšanās izdevumiem

- 83 Atbilstoši Vispārējās tiesas Reglamenta 134. panta 1. punktam lietas dalībniekam, kuram nolēmums ir nelabvēlīgs, piespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus, ja to ir prasījis lietas dalībnieks, kuram nolēmums ir labvēlīgs.
- 84 Tā kā *EUIPO* spriedums ir nelabvēlīgs, tam jāpiespriež atlīdzināt tiesāšanās izdevumus saskaņā ar prasītājas prasījumiem.
- 85 Saskaņā ar Reglamenta 138. panta 3. punktu persona, kas iestājusies lietā, savus tiesāšanās izdevumus sedz pati.

Ar šādu pamatojumu

### VISPĀRĒJĀ TIESA (otrā palāta)

nospriež:

- 1) atcelt Eiropas Savienības Intelektuālā īpašuma biroja (*EUIPO*) Apelācijas otrās padomes 2015. gada 3. septembra lēmumu lietā R 356/2015-2;
- 2) *EUIPO* sedz savus, kā arī atlīdzina *Alma-The Soul of Italian Wine LLLP* tiesāšanās izdevumus;
- 3) *Miguel Torres, SA* sedz savus tiesāšanās izdevumus pati.



Prek

Schalin

Costeira

Pasludināts atklātā tiesas sēdē Luksemburgā 2017. gada 31. maijā.

[Paraksti]